

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

FÁBIO LOUZADA MATOS

**O Comércio da Vila Rubim no Contexto das
Transformações do Centro de Vitória-ES**

Vitória, dezembro 2011

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**O Comércio da Vila Rubim no Contexto das
Transformações do Centro de Vitória-ES**

Monografia apresentada ao
Departamento de Geografia,
como requisito para a obtenção
do título de bacharel em
Geografia.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Lucy
Oliveira Freire

Vitória, dezembro de 2011

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

FÁBIO LOUZADA MATOS

**O Comércio da Vila Rubim no Contexto das Transformações do
Centro de Vitória-ES**

Monografia apresentada e aprovada em:/...../.....

BANCA EXAMINADORA:

.....

**Profa. Dra. Ana Lucy Oliveira Freire
Orientadora**

.....

**Prof. Dr. Luis Carlos Tosta dos Reis
Membro Titular**

.....

**Prof. Ms. Eduardo Rodrigues Gomes
Membro Titular**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por tudo permitir, a professora Ana Lucy, pelas orientações, e a minha irmã Fernanda, pelo apoio e opiniões.

RESUMO

O comércio varejista realizado em Vitória passou por grandes transformações nas últimas décadas, diretamente relacionadas à ocorrência da centralidade no espaço urbano local. Fenômeno urbano, a centralidade responde pela concentração de funções e atividades urbanas numa porção do espaço da cidade, atraindo população para si. Em Vitória, o entendimento dessas transformações passa pela existência de sua área central, especificamente do Centro e da Vila Rubim, que durante todo o desenvolvimento urbano da cidade estiveram presentes no espaço desempenhando de uma maneira singular a atividade comercial. Como locais primeiramente mais habitados e comercialmente mais desenvolvidos, na vigência da centralização, e posteriormente funcionando como centros de comércio da cidade, no exercício da descentralização, a pesquisa procurou desvelar o papel e o significado que o comércio da Vila Rubim, ao acompanhar o desenvolvimento do Centro, deixou e passou a exercer e assumir no contexto urbano de Vitória. Nesta análise, verificou-se que, próprio da descentralização, o comércio da Vila Rubim sofreu significativa deterioração e perda de seu papel histórico, mas que guiado pelos interesses de reprodução do capital no espaço, orientados pelo poder público municipal e pela iniciativa privada, sua presença se faz viável e necessária, cumpridora de um papel absolutamente importante para aqueles que habitam o bairro e seu entorno e relativamente relevante para todo o conjunto urbano capixaba.

Palavras-chave: Centralidade. Comércio. Centro. Vila Rubim.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Porcentagem de população da Grande Vitória em relação à do Espírito Santo – 1960.....	44
Tabela 2 - Distribuição dos migrantes nas unidades urbanas da Grande Vitória – 1970.....	45
Tabela 3 - Distribuição dos migrantes nas unidades urbanas da Grande Vitória – 1980.....	51
Tabela 4 - Porcentagem de população da Grande Vitória em relação à do Espírito Santo – 1970 x 1980.....	51

LISTA DE FIGURAS (MAPAS) E FOTOS

Lista de Figuras

Figura 1 - Mapa da Região Metropolitana da Grande Vitória.....	34
Figura 2 - Mapa Do Município de Vitória.....	35
Figura 3 - Mapa da Área Central - Centro de Vitória e Vila Rubim.....	38
Figura 4 - Imagem aérea da Vila Rubim.....	77

Lista de Fotos

Foto 1: Primeira edificação do Mercado da Vila Rubim.....	64
Foto 2: Galpões construídos do Mercado da Vila Rubim na década de 1960...	65
Foto 3: O comércio da Vila Rubim atualmente.....	75
Foto 4: A estrutura física do Mercado da Vila Rubim.....	75
Foto 5: Reportagem Jornal A Gazeta sobre incêndio no Mercado da Vila Rubim em 1994.....	78
Foto 6: Incêndio no Mercado da Vila Rubim em 1994.....	79
Foto 7: Entrada do Mercado da Vila Rubim.....	80
Foto 8: Produtos tradicionais, de aspecto popular.....	83

SUMÁRIO

1. – Introdução.....	9
1.1. – Objetivos.....	10
1.2. – Metodologia.....	12
2. - Espaço e comércio: pressupostos teóricos.....	16
2.1. - O desenvolvimento do comércio varejista nos centros das cidades e as transformações da centralidade.....	20
3. - Caracterização Geral de Vitória e do Espaço Estudado.....	32
4. - O Desenvolvimento do Centro de Vitória e seu Comércio Varejista.....	38
4.1. - O Comércio da Vila Rubim sob o contexto do desenvolvimento do Centro de Vitória.....	62
5. - O Comércio da Vila Rubim no Âmbito da Descentralização e das Mudanças no Centro da Cidade - A Vila Rubim Hoje.....	71
6. - Considerações Finais.....	86
7. - Referências Bibliográficas.....	91

ANEXOS

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa, intitulada “O Comércio da Vila Rubim no Contexto das Transformações do Centro de Vitória-ES”, requisito parcial para conclusão de curso na graduação de Geografia, aborda como temática o comportamento da atividade comercial no espaço geográfico, tomando como domínio espacial para estudo a Vila Rubim em suas relações com o Centro.

A escolha do tema se faz pela representatividade percebida sobre o comércio em questão no funcionamento da cidade de Vitória, sobre um aspecto que se envolve com aquilo que é cotidianamente vivido pelos habitantes da cidade, como reflexo da estruturação do espaço promovida por sua sociedade.

Como premissa para a realização da pesquisa, concebe-se que é pelas diferenças presentes no espaço e pelo seu estado de produção contínua que a mesma faz sentido.

Tem-se como cenário o espaço urbano, a apreensão da cidade por uma de suas funções inerentes: o comércio. Usando-se do comércio para o entendimento da produção do urbano por sua sociedade e das diferenças por ela geradas, Pintaudi afirma:

“[...] as formas comerciais são, antes de mais nada, formas sociais; são as relações sociais que produzem as formas que, ao mesmo tempo, ensejam relações sociais. Analisar as formas comerciais, que são formas espaciais históricas, permite-nos a verificação das diferenças presentes no conjunto urbano, o entendimento das distinções que se delineiam entre espaços sociais. Em suma, coletivamente, as formas comerciais dão ensejo à análise das diferenças (2001, p. 145).

Como o espaço é internamente diferenciado, como em sua delimitação porções do mesmo assumem mais valor que outras, realiza-se, por meio do comércio, não só o entendimento das razões que justifiquem sua diferente disposição sobre o território da cidade, como o esclarecimento das diferenças em que este seja conseqüente ou provedor, em como a atividade comercial varejista acompanha a produção que se

faz do espaço, assim como ela, distinta em si, age na produção, de maneira também distinta, do espaço.

Considerando que a atividade comercial se comporta de maneira distinta ao longo do processo de produção do espaço urbano, buscando no espaço, sempre, as condições de atendimento dos interesses daqueles que a fazem, tem-se que o desenvolvimento do comércio permite o acompanhamento do desenvolvimento urbano da cidade.

Nesse sentido, o acompanhamento do processo de desenvolvimento urbano de Vitória tomando por base o estudo do comportamento da atividade comercial sobre o território da cidade no decorrer do tempo é usado para compreender o comércio da Vila Rubim, buscando determinar as repercussões geradas por esse processo para o exercício de seus distintos papéis na funcionalidade urbana ao longo do tempo, até o estabelecimento daquele desempenhado hoje, de sua condição atual.

O comércio da Vila Rubim se destaca na atividade comercial presente no município de Vitória por características e aspectos históricos que lhe são únicos, diretamente desenvolvidos em atrelo ao Centro. Sua relevância consiste naquilo que representa para a cidade, como testemunho e referência das transformações ocorridas na mesma. Conjugada às mudanças no Centro, sua condição atual expressa o momento espacial em que se encontra o processo de desenvolvimento urbano da cidade.

Dessa maneira, conhecer sobre o desenvolvimento do comércio da Vila Rubim pelas transformações do Centro de Vitória significa conhecer sobre um elemento fundamental na constituição da cidade. Este se apresenta como objeto central deste estudo. Desvelá-lo permeia os seguintes objetivos, listados a seguir:

1.1Objetivos

Objetivo Geral:

Busca-se, com a pesquisa, perceber e entender as funções e significados assumidos pelo comércio varejista da Vila Rubim em Vitória ao longo do processo de desenvolvimento do Centro, buscando desvelar as repercussões que o processo ocorrido neste último tiveram sobre o comércio varejista da Vila Rubim.

Objetivos Específicos:

- Expor sobre a função comercial das cidades.
- Subsidiar, por meio da teorização referente à centralidade, o entendimento do desenvolvimento do comércio varejista nos centros das cidades.
- Compreender a racionalidade particular de desenvolvimento do comércio varejista do Centro e da Vila Rubim e sua inserção no tempo dentro do contexto capixaba.
- Compreender as causas da descentralização em Vitória a partir da perda da centralidade pelo Centro.
- Analisar qual foi e qual é o papel do comércio varejista realizado na Vila Rubim para o funcionamento urbano em Vitória, ou seja, sua função para a cidade.
- Esclarecer como o processo de descentralização comercial em Vitória influenciou sobre o comércio varejista que se realiza na Vila Rubim.
- Analisar as condições de manutenção do comércio varejista da Vila Rubim e suas características no espaço, no presente e para o futuro.
- Esclarecer quais as características que distinguem o comércio varejista da Vila Rubim dos demais comércios presentes no espaço em Vitória, como a forma como atende, a quem ele atende e o porquê deste atender.
- Analisar as condições e objetivos responsáveis pela implantação do Mercado da Vila Rubim no espaço.
- Compreender a importância do Mercado da Vila Rubim no contexto comercial da Vila Rubim.

- Identificar a atuação do poder público na intervenção no espaço estudado.

1.2 Metodologia

No estudo deste objeto, perpassam-se algumas questões relacionadas ao desenvolvimento do tema, englobando análises que se interligam na compreensão do mesmo.

Na busca pela resolução dos objetivos, a pesquisa pautou-se na utilização de referenciais bibliográficos em todas as suas etapas de elaboração, para que se permitisse embasar o entendimento de um processo, a compreensão das determinações, derivadas da mudança na estruturação do espaço, que fazem ser o objeto de estudo o que é.

Nesse sentido, a pesquisa fez-se pelo uso de teorização capaz de subsidiar o processo em questão, de desenvolvimento urbano de Vitória para elucidação do comportamento e condição atual do comércio da Vila Rubim enquanto reagente das transformações em um dos elementos mais fundamentais da cidade: o Centro.

Isso se fez por meio da compreensão da função comercial para a cidade e do uso da teoria da centralidade urbana, guiando o estudo do desenvolvimento da cidade de Vitória pela estruturação urbana. Sob o viés da descentralização, estágio atual da centralidade, pautou-se a análise das mudanças comerciais em Vitória, em como o restabelecimento do comércio sobre diferentes porções do espaço da cidade age sobre o comércio anteriormente estabelecido, no desempenho de seu papel exercido e na atribuição de significados recebidos.

No mesmo sentido, o uso da geografia retrospectiva, por pesquisa bibliográfica, se fez necessário para a análise de aspecto fundamental do desenvolvimento urbano de Vitória: o processo histórico de ocupação do espaço no município, sobre como o

mesmo foi feito e quais suas conseqüências para a organização espacial da cidade e o estabelecimento da atividade comercial no espaço da mesma.

Nesse sentido, é exposto como se deu o desenvolvimento da atividade comercial no Centro, o papel cumprido por seu comércio para Vitória no tempo, na vigência das distintas fases da centralidade. Nestas, demonstrou-se a atuação e influência do comércio na caracterização e atribuição de importância dada ao Centro para a cidade, de referência comercial única para uma situação de coexistência e competição comercial conjugada a outros centros.

Essa exposição encadeia o cumprimento dos objetivos da pesquisa, servindo de elo para o entendimento da realidade em que se insere o comércio da Vila Rubim, contextualizando-o sob o desenvolvimento do Centro.

Nessa direção, usando-se de material bibliográfico, é explicitada a construção de sua realidade no tempo, com suas distintas funções e atribuições de significados recebidos ao longo do mesmo, desde seu histórico de formação, passando pela criação do Mercado da Vila Rubim, até a constituição de sua situação atual no âmbito da descentralização, realizando as relações necessárias para tanto.

Além disso, para a exposição da situação atual do comércio da Vila Rubim, foi preciso à realização de idas a campo, com visitas ao objeto de estudo, para que, por meio de obtenção de informações e constatações, fosse possível caracterizá-lo, especialmente seu mercado, apresentando suas condições de existência na cidade, aquilo que lhe é particular, peculiar, que, novamente, o faz ser o que é.

No mesmo sentido, para suprir a falta de fontes bibliográficas, foi realizada entrevista com uso de questionário estruturado, contendo perguntas abertas, ao gerente administrativo da Associação dos Comerciantes da Vila Rubim (ACVR), Renato Freixo, transmitindo informações sobre o comércio da Vila Rubim e seu Mercado, capazes de caracterizá-los em aspectos relacionados, sobretudo, ao funcionamento comercial local.

A apresentação de aspectos gerais de Vitória e do Centro também foi realizada, de forma a caracterizá-los. Neste sentido, a pesquisa conta ainda com o uso de mapas da região metropolitana da Grande Vitória, do município de Vitória e do Centro de Vitória, a fim de localizá-lo no espaço, e fotografias da Vila Rubim, para ilustrar o objeto estudado.

Na exposição dessa seqüência metodológica de abordagem do tema, a pesquisa foi estruturada em capítulos, abaixo listados.

O capítulo II é subdividido em duas partes. A primeira é denominada “Espaço e Comércio: Pressupostos Teóricos”, no qual é desenvolvida a base teórica de atuação do comércio na produção do espaço urbano, em que consiste o comércio varejista e suas formas de apresentação na cidade. Já sua segunda parte denomina-se “O desenvolvimento do Comércio Varejista nos Centros das Cidades e as Transformações da Centralidade”, em que se procura embasar o desenvolvimento dos centros das cidades por meio da teoria da centralidade, a forma de comportamento comercial durante suas distintas fases, expondo sobre as mesmas.

No capítulo III “Caracterização Geral de Vitória e do Espaço Estudado” faz-se uma caracterização da cidade, expondo dados da mesma, e de seus elementos estudados: o Centro e a Vila Rubim.

O capítulo IV é, também, subdividido em duas partes. A primeira, intitulada “O Desenvolvimento do Centro de Vitória e seu Comércio Varejista” apresenta, pelo desenvolvimento urbano de Vitória e as razões de suas transformações, sobretudo, a partir da década de 1950, como o Centro da cidade e seu comércio foram se moldando às suas diferentes fases de crescimento populacional e expansão na ocupação e uso do espaço da cidade. Na parte seguinte do capítulo, por sua vez, denominado “O Comércio da Vila Rubim sob o Contexto do Desenvolvimento do Centro de Vitória” é trabalhado o histórico de formação e progresso da Vila Rubim, focando exclusivamente na mesma, em como esta acompanhou as mudanças por quais passou o Centro no processo de desenvolvimento urbano de Vitória.

Por fim, o capítulo V, cujo título é “O comércio da Vila Rubim no âmbito da descentralização e das mudanças no Centro da cidade - A Vila Rubim hoje”, trata da caracterização e entendimento do comércio da Vila Rubim sob o contexto atual, o que significa sua presença no espaço hoje. Compreende a abordagem da importância de seu mercado no conjunto comercial local, o que este representa hoje na cidade, não só para seus usuários como para todos os cidadãos, e como as formas comerciais locais, como expressão da construção do espaço em um momento histórico distinto do atual, carregando consigo especificidades do passado que a distinguem no comércio capixaba, adaptam-se ao momento espacial de descentralização comercial vivido em Vitória.

A conjunção desses capítulos dá ensejo às considerações finais, nos quais se discorre sobre as conclusões e limitações da pesquisa.

CAPÍTULO II

2. Espaço e Comércio

Considerando a ação humana sobre a natureza pela via social, transformando-a, tem-se a criação de um novo espaço, ao alterar o espaço natural: o espaço geográfico. Objeto de estudo da Geografia, este é o espaço da sociedade, produzido, das mais diversas maneiras, pela mesma.

Para ANDRADE (1987, p. 14) a Geografia pode ser assim definida:

“ciência que estuda as relações entre a sociedade e a natureza”, ou melhor, a forma como a sociedade organiza o espaço terrestre, visando melhor explorar e dispor dos recursos da natureza. Naturalmente, no processo de produção e de reprodução do espaço, cada formação econômico-social procura organizar o espaço à sua maneira, ao seu modo [...]

Essa produção social do espaço é diversa e contínua, realizada com base em pretensões espaciais particulares e seguindo a variação das mesmas ao longo do tempo, formando organizações espaciais as mais distintas e modificando sempre que conveniente a organização espacial pré-existente, recriando-a no tempo.

Como resultado da produção social, o espaço geográfico tem em si desenvolvido inúmeras formas e funções, estruturas e processos, elaborados de acordo com as possibilidades, necessidades e interesses da sociedade que o constrói.

As possibilidades referem-se às condições disponibilizadas pelo meio para que o homem usufrua daquilo que a natureza lhe oferece, com todos os seus recursos abeis de utilização pelas atividades humanas, e o impõe, com todas as limitações que a natureza determina ou condiciona serem enfrentadas pela sociedade para se manter num lugar, obrigando-a a adaptação ou a superação das mesmas.

Já as necessidades e interesses referem-se aos anseios e aspirações da sociedade com relação a sua existência, a maneira como consideram ideal a prática da vida coletiva no espaço, a forma como acham conveniente se organizar para viver da

melhor forma considerada. Traduzem-se, objetivamente, nas atividades de produção e simultânea reprodução da sociedade, com fins de manutenção da mesma no espaço. Para ocorrerem criam formas e funções no mesmo, estruturando-o e transformando-o em geográfico.

O espaço geográfico expressa-se, assim, de acordo com a forma como a sociedade o cria, a maneira como o produz e simultaneamente reproduz, de acordo com as atividades de produção e organização à ela vinculadas para que o atendimento de interesses e necessidades seja alcançado em sua realização no mesmo (CORRÊA, 1989). Apresenta-se sob duas formas bastante distintas: o espaço geográfico rural e o espaço geográfico urbano, estando neste último o objeto de estudo tratado na presente pesquisa.

Estes se diferenciam nas próprias essências, no meio de vida das sociedades que os constroem para neles se manterem e realizarem suas vidas.

No Brasil, assim como na maior parte do mundo, convencionou-se pela utilização do sistema econômico capitalista para guiar as atividades produtivas (e reprodutivas) necessárias para que a sociedade se mantenha e progrida, e para pautar as relações de interesse entre seus indivíduos de maneira que juntos façam a coletividade funcionar, a garantir a reprodução da sociedade. Desta forma, imediatamente, considera-se que produção do espaço geográfico é guiada por uma lógica capitalista, na qual se baseia o objeto de estudo.

Segundo CORRÊA (1995, p. 11) “O espaço urbano capitalista [...] é um produto social, resultado de ações acumuladas através do tempo, e engendradas por agentes que produzem e consomem espaço”.

No espaço geográfico urbano, o comércio, como exercício da relação econômica entre indivíduos ou partes, se assume como uma das atividades centrais, essencial e inerente, que atua na própria caracterização do espaço urbano, como parte constitutiva da reprodução social da cidade (PINTAUDI, 2001).

O comércio, ao assumir uma função primordial para a cidade, tem em seu ramo varejista uma função elementar, básica. Apesar de não produzir, o comércio varejista tem a função de distribuir diretamente aos consumidores, por venda, o que é produzido pelos setores primário e secundário da economia, ou seja, agropecuária e indústria, respectivamente.

Apesar da ausência de uma tipologia adequada para a definição do conceito, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divide o comércio varejista em dois grandes segmentos: alimentos e não alimentos; ou, ainda mais comumente, entre bens de consumo duráveis, semi-duráveis e não duráveis.

Sendo assim, independentemente do segmento e tipo de bem de consumo a se comercializar, este comércio varejista que se diz é caracterizado, essencialmente, pela venda de mercadorias de forma avulsa, independente, de acordo com a demanda e interesse da clientela, sobretudo, usuários e consumidores que darão uso final a determinados produtos os quais o comércio varejista tem a função de vender.

Assim como as demais atividades, ele expressa-se no espaço socialmente produzido segundo uma lógica de organização.

Essa lógica apresenta-se como resultado de uma correspondência lógica de interesses e necessidades.

Por parte do comércio, sua distribuição no espaço urbano consiste em localizar-se em locais em que ao atender as necessidades de consumo dos habitantes locais ou não possa garantir sua manutenção e reproduzir suas próprias atividades, de forma que esta seja sempre vantajosa, ou seja, que o lucro adquirido torne viável o empreendimento do comércio, forma em que se caracteriza a iniciativa comercial. No mesmo sentido, a localização só é viável caso haja aptidão à sua tarefa: vender. Ou seja, deve haver para sua existência, consumidores de produtos ou serviços os quais se prontifica a vender.

Por parte dos consumidores, seu interesse é ter da forma mais facilitada possível acesso ao consumo daquilo que lhe é conveniente (e possível de consumir). Comprar é preciso.

Conforme CORRÊA (2000, p. 13):

O comércio varejista relaciona-se com o ambiente geográfico no qual está inserido. De um lado reflete as características do ambiente por meio da combinação de densidade demográfica, renda e padrões culturais. De outro, impacta sobre a organização espacial prévia [...].

Nesse sentido, insere-se um ponto de destaque e diferenciação entre locais e aquilo que lhes são inclusos. Quanto maior a densidade populacional de um local, quanto mais fácil for o acesso ao mesmo e, especialmente, quanto maior for à demanda de produtos e de tipos de produtos (capacidade de consumo) por aqueles que habitam um local, maior será a necessidade de estabelecimentos comerciais que atendam seus interesses: comprar o que for preciso.

Na cidade, o lugar onde esses aspectos são mais marcantes assume uma posição de evidência na funcionalidade urbana. Compondo a estrutura urbana da cidade, entendida como o conjunto de formas espaciais implantadas em um determinado território urbano num dado momento (SILVA, 2003), este lugar se destaca na mesma por representar em maior volume a oferta e demanda de produtos e serviços disponibilizados para o consumo.

Assim, esse onde os atributos acima citados são mais expressivos, onde a estruturação urbana historicamente formada responda pelo oferecimento de todo o conjunto de bens e produtos comercializáveis possíveis e, portanto, represente o maior aparato comercial varejista da cidade, tende a configurar-se como a área central da mesma, a caracterizar a correspondente delimitação espacial como o centro da cidade.

Constata-se, portanto, que o comércio varejista implantado de forma concentrada no espaço age, de maneira indissociável, para a constituição desse centro da cidade, ao torná-lo foco da população urbana local, lugar onde a prática comercial e todo seu significado se realizam em sua magnitude.

A maneira com que o comércio varejista se dispõe sobre o território da cidade acaba por refletir muita das características espaciais de cada porção da mesma, servindo de indicação para o tipo de uso e ocupação nelas realizada.

Há de se considerar, ainda, que o comércio varejista compreende uma vasta gama de tipos de estabelecimentos comerciais e que estes tipos de estabelecimentos se distribuem por toda cidade de acordo com as possibilidades de cada um e seguem, para sua inserção no espaço, a mesma combinação de características do ambiente relacionada, de maneira que cada um deles seja capaz de se realizar. Abrange, assim, desde um pequeno bar localizado na periferia urbana da cidade, passando por lojas de departamento, localizadas em área onde há grande movimentação de pessoas, como a um hipermercado, localizado em área considerada nobre da cidade; numa variação espacial que corresponderá ao tipo de uso e ocupação que no espaço local se faz, representante de uma maior ou menor atribuição de valor.

Nota-se que o comércio possui uma lógica de organização, que sua implantação física no espaço segue o sentido acima exposto, que é a viabilidade de sua atividade sob a forma capitalista de produção do espaço. O resultado dessa lógica de organização espacial do comércio, com todas as suas manifestações, muito importa à Geografia.

2.1. O desenvolvimento do comércio varejista nos centros das cidades e as transformações da centralidade

O espaço urbano se revela enquanto condição, meio e produto da ação humana, pelo uso ao longo do tempo (CARLOS, 2004). A cidade não pode ser entendida como simples localização de fenômenos, mas sim como sentido da vida humana em todas as suas dimensões, de um lado enquanto acumulação de tempos, mas de outro enquanto possibilidade sempre renovada da realização da vida. Expressão e significação da vida humana, obra e produto, processo histórico cumulativo.

A centralidade, como processo espacial urbano, revela a expressão da vida em sociedade na cidade, sua significação num dado momento. Expressa na centralização e na descentralização os seus estágios de manifestação no tempo. A conceituação e qualificação destes como tais decorrem do processo de estruturação do espaço urbano ao longo do tempo, formando e transformando a organização espacial da cidade de acordo com as lógicas vigentes de produção e reprodução capitalista de seu espaço.

Essas lógicas atribuem às diferentes porções do espaço da cidade um significado, um lugar no funcionamento da mesma, resultante da função e importância que as formas nelas implantadas representam no momento sócio-econômico vivido. Cada uma das formas fixas presentes nestas porções do espaço cumpre um papel na cidade e exerce uma influência na produção espacial, variáveis no decorrer do tempo.

Sobre essas formas espaciais e seu valor, SANTOS (1985, p. 54) explana:

[...] a forma só se torna relevante quando a sociedade lhe confere um valor social. Tal valor relaciona-se diretamente com a estrutura social inerente ao período. [...] Em suma, a sociedade estabelece os valores de diferentes objetos geográficos, e os valores variam segundo a estrutura sócio-econômica específica dessa sociedade.

Nesse sentido, a forma de ocorrência da centralidade indica a estrutura sócio-econômica em vigor no espaço da cidade e, com ela, o valor social que as formas compreendidas nas diferentes porções do espaço da cidade receberão no respectivo momento, evidenciando, por extensão, o significado destas últimas para a funcionalidade e contexto urbano local.

A centralização corresponde ao primeiro estágio da realização da centralidade no tempo (REIS, 2009). Responde pela criação de uma estrutura urbana dentro da cidade em que as formas e funções nela inseridas traduzem-se numa ocupação e uso mais intenso no espaço urbano local, de maneira a concentrá-los, formando uma organização espacial cidadina marcada pela concentração em uma de suas partes, tornando-a seu foco principal.

A vinculação de atividades econômicas capazes de ocupar a população com vistas à sua própria manutenção e a necessidade de habitação da mesma formou nos espaços urbanos, das formas mais diversas, núcleos de habitação e de atividades, que passaram a segmentar o espaço urbano, na medida em que faziam concentrar esses aspectos dentro de determinada porção das cidades, equipando-as distintamente. Assim, somente uma parcela das mesmas passava a deter, em exclusividade ou proporção não encontrada nas demais áreas da cidade, essa concentração. Estes núcleos, por suas composições, passaram a caracterizar espaços centrais dentro das cidades.

São neles que, em virtude da disponibilidade de trabalho e das facilidades de atendimento de necessidades, os quais não são encontrados em outros espaços próximos, a população passou a privilegiar sua organização espacial, a usá-los preferencialmente para realização de suas vidas, agrupando numa determinada porção da cidade aquilo que lhe é mais importante em sua constituição social e econômica, aquilo que lhe garante sua dinâmica e seu funcionamento, onde se concentra a reprodução da sociedade.

SILVA (2003, p. 22) expõe sobre a necessidade/vantagem dessa concentração existente na produção do espaço capitalista:

A cidade pode ser considerada como espaço de produção, circulação e consumo, portanto, inserida na lógica capitalista, que suscita a necessidade de concentrar equipamentos, atividades e serviços de modo que as relações econômicas e sociais possam conquistar maior dinamicidade.

A concentração enquanto necessidade existe como um modo de facilitação da vida coletiva, ao conectar numa mesma porção espacial os principais componentes urbanos (a sociedade e suas formas espaciais, com suas respectivas funções e conteúdos), favorecendo a acessibilidade entre eles. Traduz-se como resultado da conjunção de interesses e contemplação de demandas no espaço e assume no urbano, uma centralidade, ao transformar a concentração em centro, em uma referência de significado dentro da cidade.

A centralização pode se formar quando a constituição física de uma cidade restringir seu uso e ocupação a um espaço restritamente delimitado do território da mesma, de forma que nele se dê praticamente todo o conjunto de produção e reprodução de atividades relativas à sociedade local, sendo, então, o único núcleo de realização da vida dentro do espaço citadino, centro e, simultaneamente, toda a cidade.

De maneira mais complexa, a centralização forma-se quando a concentração diferencia o espaço urbano da cidade, significando a segmentação do mesmo, sua partição em porções dotadas de distintas formas e funções, formando uma estrutura espacial dentro da cidade, que ao concentrar a maior conjunção destes, em associação a uma acessibilidade externa facilitada, torna-se um centro, um espaço privilegiado da mesma, dotado de maior importância no conjunto urbano local, como a porção da cidade onde necessidades e contemplações se combinam da forma mais ampla.

Quando neste caso, SPÓSITO (1991, p. 6 apud SILVA: 2003, p. 23) expõe:

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 interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela.

Nesse, assim, ressalta-se a atração que o mesmo exerce, o sentido de confluência do centro. Viabilizado pela acessibilidade, é para o centro onde elementos da sociedade que não se fixam no espaço se dirigem ao encontro daqueles espacializados, de formas fixas criadas para a produção e reprodução da vida em sociedade.

Existindo como maior expressão da urbanidade, então como sede comercial, produtiva e do exercício do poder político local, o centro simboliza convergência, exprime expansão para além de si mesmo. É nele onde as pessoas vão produzir e consumir e de onde levam bens e produtos, de onde partem informações e decisões que terão influência sobre a realização da vida fora do espaço central, assim como

no funcionamento de toda a cidade ou aquilo que lhe contorna e está sob seu influxo.

Concebe-se, então, que essa relação de influência traduz-se em uma ligação do centro com outras porções da cidade (a periferia), em um conjunto de relações espaciais de caráter sociais e econômicos no qual o centro assume um aspecto de preponderância. Conforme Corrêa (apud GOMES, 2006, p. 02) “as relações espaciais integram, ainda que diferentemente, as diversas partes da cidade, unindo-as em um conjunto articulado cujo núcleo de articulação tem sido, tradicionalmente, o centro da cidade”.

Sua atração, influência e articulação podem efetivar-se em duas escalas territoriais, a intra-urbana e a interurbana. Na primeira, a centralidade acontece e tem efeitos apenas sobre a cidade em que está alocada, restringindo a esta sua representatividade como centro, enquanto na segunda a centralidade marca-se por sobrepor-se aos limites territoriais da cidade em que se aloca, servindo de referência para todo um conjunto urbano, centro para toda uma rede de cidades adjacentes.

A respeito desta manifestação da centralidade urbana nas respectivas escalas, SPÓSITO (1998, p. 27) expressa:

[...] No primeiro nível, é possível enfocar as diferentes formas de expressão dessa centralidade tomando como referência o território da cidade ou da aglomeração urbana, a partir de seu centro ou centros. No segundo nível, a análise toma como referência a cidade ou aglomeração urbana principal em relação ao conjunto de cidades de uma rede, essa por sua vez podendo ser vista em diferentes escalas e formas de articulação e configuração, de maneira a que se possam compreender os papéis da cidade central.

Assim, com a noção de que a centralidade pode ser exercida até mesmo para além da cidade em que se situa, realça-se sua importância na configuração urbana, ao ampliar a percepção das diferenças sócio-espaciais na produção do espaço capitalista entre cidades e da atribuição que seus elementos componentes recebem como determinantes para a reprodução espacial da sociedade nas cidades.

Como elemento provedor de ligação, o centro existe como lugar privilegiado para a reprodução do capital, na medida em que para todo um conjunto ele se constitui como espaço múltiplo de atividades, onde se pode dar o abastecimento de produtos

primários, de produção de bens de consumo domésticos e de vestuário e, principalmente, onde se dá a comercialização de produtos primários e secundários, ou seja, onde a remuneração adquirida como resultado do trabalho daqueles que se ocupam em atividade produtiva e comercial possivelmente realizada no centro é gasta ali mesmo com o consumo pelos mesmos de alguns bens somente nele comercializados, quando não bens produzidos no próprio centro.

Deste modo, percebe-se, então, que o centro acaba por funcionar como meio de viabilização da acumulação do capital, ao concentrar e promover interações de âmbito (re)produtivo, demonstrando, assim, sua relevância no funcionamento capitalista da cidade.

Funcionando dessa maneira, o centro compreende, portanto, um espaço monopolizador da realização de atividades produtivas e comerciais. Para além desta primeira, o consumo em si realizado, e indicado, conforme exposto, como aspecto marcante, faz emergir, por sua vez, esta segunda atividade, o significado comercial do centro da cidade.

Admitindo a inerência do comércio varejista ao urbano e a lógica de organização espacial do mesmo, no sentido de localizar-se, especialmente, onde a densidade demográfica seja mais elevada, aproximando-se do mercado consumidor como forma de viabilização de sua atividade, é natural que este viesse a concentrar-se no espaço de maneira correspondente a concentração habitacional que tenha se formado na constituição das cidades, a ser o reflexo dessa, quando não a causa.

BERRY e BARNUM (apud CORRÊA, 2000) confirmam essa relação para com a ocupação na cidade da seguinte maneira:

[...] identificam os efeitos de densidades demográficas variáveis sobre a localização do comércio varejista e a área de influência dos centros de distribuição varejista: nas áreas de baixas densidades demográficas o comércio varejista não se expande como nas áreas de densidades demográficas elevadas, ao mesmo tempo em que nas primeiras a área de influência dos centros é ampliada (p.10).

Assim, expõe-se a tendência imediata da atividade comercial varejista de se concentrar nos centros das cidades, de localizar-se junto aos mesmos e a fazer, intrinsecamente, parte de seu significado, ampliando sobre a mesma o foco do estudo para a constituição dos centros urbanos, sua participação fundamental como atributo constituinte da centralidade.

Como lugar de atração, o centro incorpora em seu significado comercial o resultado da oferta e da demanda, ao atrair comerciantes e consumidores na busca, respectivamente, de atender as demandas de consumo da população local e de ter ofertado num só lugar aquilo de que necessita. A concentração dos mesmos simboliza o caráter comercial do centro, manifestado em seu espaço por um conjunto de formas espacializadas, que, no sentido comercial, traduzem-se na presença de grande número de estabelecimentos comerciais.

Compondo a estrutura urbana do centro e contribuindo, portanto, para a caracterização da centralidade e a reprodução centrada do capital no espaço, o comércio varejista, representado pelos estabelecimentos comerciais, forma todo um aparelho comercial no centro, que pela maneira com que se dispõe faz distingui-lo no mesmo de áreas onde outras de suas funções são assumidas.

A centralização, ao concentrar os principais componentes da cidade dentro de uma fração da mesma, o centro, tem seus elementos constituintes distribuídos de maneira distinta dentro de seu próprio limite espacial. Acaba por se segmentar e a se distinguir pelas formas e conteúdos nele inseridos em duas grandes subdivisões internas: o núcleo central de negócios e a zona periférica do centro, que em conjunto compõem a área central da cidade (REIS, 2009).

A área central como conceito geográfico para designar o centro, apresenta-se, assim, por representá-lo dividido em duas parcelas, com funções e significados distintos entre si. Abarca o conceito de núcleo central de negócios, o qual compreende a porção onde as atividades terciárias do setor varejista e de serviços se situam e se realizam de forma mais intensa e onde se localiza o poder decisório, de sedes empresariais, enquanto o conceito de zona periférica do centro compreende a porção onde tradicionalmente se situam e realiza a entrada de

produtos primários para abastecimento da cidade, o setor atacadista e de armazenamento de mercadorias, como foco dos transportes portuário e ferroviário, assim como onde se concentram as fábricas (CORRÊA, 2009).

Demonstra-se, assim, a abrangência do centro, a amplitude de sua estrutura urbana dentro da cidade, a qual lhe configura, de maneira inerente, como lugar de realização de um conjunto de atividades imprescindíveis, no mínimo, à mesma.

Este se desenvolve, não se mostra estático. O crescimento populacional, como fator primordial para promoção de mudança, faz com que ele, primeiramente, se expanda, buscando ampliar sua área de uso e aproveitar sua centralidade (GOMES, 2006), assim como motiva o crescimento espacial urbano como um todo, provendo implicações que acabarão por, posteriormente, incidir, sobre o mesmo.

Sendo a produção do espaço guiada pelos interesses e necessidades da sociedade local sob o modo capitalista de produção, a realização da centralidade só existe de forma a garantir as contemplações da sociedade, moldando-a para tanto. Como a estruturação urbana da cidade é contínua, a modificação da centralidade, de maneira a adequá-la a lógica capitalista em vigor, pode promover alterações sobre sua forma de apresentação.

Quando as mudanças fazem a centralização não se mostrar mais capaz de responder aos anseios espaciais da funcionalidade social e econômica local, prejudicando a contemplação de necessidades de sua população e a acumulação de capital, ela atinge um estado de saturação, tendendo a se mostrar inviável, a tornar-se inapropriada.

Isso em muito se deve a expansão na ocupação do espaço, a qual leva consigo outras demandas espaciais para aqueles em que a expansão na ocupação se faz. Esta se torna gradativamente mais efetiva, de maneira que passa a representar a constituição de grandes núcleos de habitação distantes do centro, os quais se traduzem em demandas localizadas de consumo e serviços, variáveis quanto ao poder aquisitivo da população que os habita.

Essa expansão na ocupação e a atribuição de valor dada ao espaço dela decorrente geram, em correspondência, novas lógicas locacionais, que, ao tornar porções da cidade interessantes à implantação de atividades, passam a responder por uma reorganização das mesmas no espaço, a redistribuí-las, promovendo a transformação da estrutura interna das cidades (GOMES, 2006).

Essa transformação é propiciada por fatores atrativos à ocorrência da mesma, como os destaca SPÓSITO (apud SILVA, 2003):

interesses imobiliários na construção de novos equipamentos comerciais e de serviços; acelerada expansão territorial urbana, gerando tecidos descontínuos e fragmentados; ampliação da diferenciação socioespacial; e melhoria das formas de transporte, com destaque para o aumento do uso do transporte individual (p. 29).

Destes, destaca-se a mudança nos padrões de acessibilidade causada pelos avanços nos sistemas de transporte, que, ao melhor interligar porções do espaço da cidade, difundindo as possibilidades de acesso entre eles, torna a concentração de atividades somente no centro dispensável (PINTAUDI, 1999).

Todos eles orientam o conjunto de usos que passa a ser dado ao espaço urbano, de forma a reequipá-lo com formas espaciais relativas às atividades nele implantadas segundo as novas lógicas locacionais geradas. Seus efeitos acabam por revelar a redefinição da centralidade urbana local, na medida em que a produção espacial realizada sob tais circunstâncias reestrutura o espaço urbano da cidade de forma a expor novas concentrações e, com elas, novos centros.

É assim que a atividade comercial varejista, no exercício da lógica de organização espacial do comércio varejista, localizando-se sempre próximo a lugares de elevada densidade demográfica, traduzidos em expressiva presença de consumidores, acompanha a ocupação do espaço. Passa a concentrar-se junto aos grandes núcleos de habitação surgidos, de modo a não se distanciar dos consumidores, mantendo-se próximo ao mercado consumidor que estes passam a representar.

Dessa maneira, a atividade comercial varejista, como elemento da centralidade, reconcentra-se no espaço, ao formar significativos aparatos comerciais, que,

combinados a uma acessibilidade facilitada, tornam-se referências locais, agindo na constituição e caracterização de novos centros.

A realocação dos elementos de centralidade na cidade, concentrando atividades centrais em outras porções da mesma, de modo a significar atração e convergência para estas onde essa concentração passa a se dar, traduz, assim, a configuração de novos centros na composição da estrutura urbana da cidade, o que corresponde ao processo de descentralização, ao segundo estágio da realização da centralidade no tempo (REIS, 2009).

Assim como SPÓSITO (apud SILVA, 2003), COLBY (apud CORRÊA, 2000) expõe sobre os fatores provedores da descentralização e onde e em que condições ela se dá:

[...] a descentralização das atividades econômicas, incluindo o comércio varejista, resulta, de um lado, de forças repulsivas à localização central como o aumento do preço da terra e dos aluguéis, o congestionamento e o alto custo do sistema de transporte e comunicações, as dificuldades de obtenção de espaço para expansão e as restrições legais. O crescimento da população e a ocupação cada vez mais distante do núcleo central de negócios é outro fator que leva à descentralização. Esta, por outro lado, efetivar-se-á em áreas não centrais se houver atratividade por meio da existência de terrenos com baixos preços e aluguéis, facilidade de circulação e mercado consumidor com escala para justificar novas implantações varejistas (p. 4).

Com esse processo, a estrutura urbana da cidade torna-se mais complexa, visto que a presença de formas e funções tipicamente centrais nestes novos centros responde pela constituição de uma organização espacial marcada pela difusão da concentração na ocupação e uso do espaço sobre o território da cidade, em que novas relações de influência entre centro e periferia são efetivadas.

Considerando, ainda, que a influência do centro pode exercer-se na escala interurbana, para além da cidade onde este se aloca, a criação de condições para que se estabeleçam concentrações de elementos de centralidade em cidades cujo centro de referência se situa em uma só cidade pertencente ao conjunto urbano em que se encontram resulta na formação de centros fora do território desta última, ou seja, a descentralização pode ocorrer também com o surgimento de novos centros

em cidades que antes estavam sob influência do centro principal de outra cidade, evidenciando a realização da descentralização em escala interurbana.

A descentralização reflete, então, o estabelecimento de novas centralidades, com centros de menores ou distintas proporções, ou diferencialmente relacionados àquele anteriormente único: o centro principal, os quais, por sua vez, fazem emergir a policentralidade urbana, o fim do centro único cumprindo todas as funções citadinas, o fim da prevalência da centralização na cidade.

REIS (2009, p. 100), nesse sentido exposto, trata a complexificação gerada pela descentralização:

Seu significado para a estruturação do espaço urbano abarca uma enorme diversidade de aspectos. Em linhas gerais, pode-se considerar seu efeito mais imediato, como sendo o de tornar o espaço urbano mais complexo, através da emergência de vários núcleos secundários de comércio e serviços, que se distinguem, entre si, tanto no que diz respeito à forma quanto à função.

As formas com que a descentralização se manifesta são apresentadas por SILVA (2003, p. 29):

As novas centralidades que se formam podem se constituir em subcentros, que seriam áreas distantes do Centro Principal, e que apresentam uma gama de serviços e equipamentos que, em menor escala, conseguem atender as necessidades locais de uma certa população. Surgem, também, áreas de expansão do Centro Principal da cidade, sendo, geralmente, especializadas em determinadas funções, e outras consideradas como de desdobramentos do Centro Principal e ainda os shopping centers, que algumas vezes atendem a uma escala urbana interurbana e uma população com rendimentos mais elevados, pois tais empreendimentos são dotados de equipamentos que complementam ou substituem a importância do Centro Principal mononuclear, o que gera uma redefinição da centralidade que se expressa no/do espaço urbano [...].

Esses tipos de centro assumem diferentes níveis de importância na cidade, de forma a possibilitar caracterizar uma estrutura hierárquica de relevância dos centros. As dimensões comerciais desta atividade no espaço destes centros em que se dispõem é o indicador que responde por esses níveis, sobre o papel que constituem na estrutura comercial da cidade e passam a representar na composição da funcionalidade urbana local.

Eles indicam a abrangência do aparato comercial dos mesmos, do alcance espacial que a atividade comercial neles presente possui, expressando a quantidade e qualidade da oferta comercial que detêm e do atendimento de demandas que contemplam.

Traduzem-se como resultado espacializado do grau de necessidades de populações locais no interior do espaço urbano e da expansão do capital no espaço.

A relação que eles mantêm para com o centro principal e o tamanho dos mesmos com relação a este expõem, por sua vez, a intensidade do processo de descentralização, na medida em que a representação de um papel complementar, equivalente, ou mesmo superior destes para com o centro principal demonstrará a redução proporcional de importância deste no conjunto urbano local e a expressividade da policentralidade para o referido contexto.

De maneira geral, o que se constata é que o centro principal vai progressivamente perdendo importância em face da descentralização, sem, porém, deixar de ser necessário. Os equipamentos comerciais implantados em seu espaço perdem parte de sua representatividade e a função dos mesmos acaba se tornando menos importante para a cidade.

Com isso, o significado social e econômico tradicionalmente atribuído ao centro e suas formas espaciais muda, passando a ser associado a esvaziamento e, mesmo, a empobrecimento, quando comparado ao seu antigo status.

Sob o mesmo processo, os centros formados, ao expressarem novas centralidades, carregam consigo sentidos próprios. Cada um deles torna-se um ponto de convergência e estabelece uma área em que exerce influência, as quais se relacionam e dele dependem diretamente, reproduzindo em diferentes escalas as condições e qualidades centrais em outras áreas da cidade.

SILVA (2003, p. 29), na mesma direção, expõe:

Percebe-se, portanto, a 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 [...].

Esses centros tendem a especializarem-se, a atender camadas específicas da sociedade local, equipando-se comercialmente de maneira correspondente. Fazem a cidade deixar de ter uma única referência comercial, de possuir um lugar para onde converge e se concentra o consumo, segregando-o.

Pela prevalência sobre a centralização e destaque econômico que suas formas passam a representar no momento estruturante vivido, eles assumem para a sociedade valores positivos, significados associados à pujança e desenvolvimento.

Sob a hegemonia da descentralização, o que se tem, então, é a dispersão da centralidade. Esta, como princípio constitutivo no plano do espaço urbano (PINTAUDI, 1999), nas suas variadas formas e conteúdos, realça, sob qualquer que seja o contexto e seu estágio de vigência, a vantagem econômica da aglomeração e a necessidade do(s) centro(s) para a dinâmica funcional das cidades.

As mudanças com relação à centralidade observadas indicam a dinamicidade da produção espacial capitalista e as transformações dela decorrentes, assim como expõem a maneira com que o comércio varejista e aquilo que lhe envolve (comerciantes e consumidores) se comportam na realização da estruturação urbana por ela promovida.

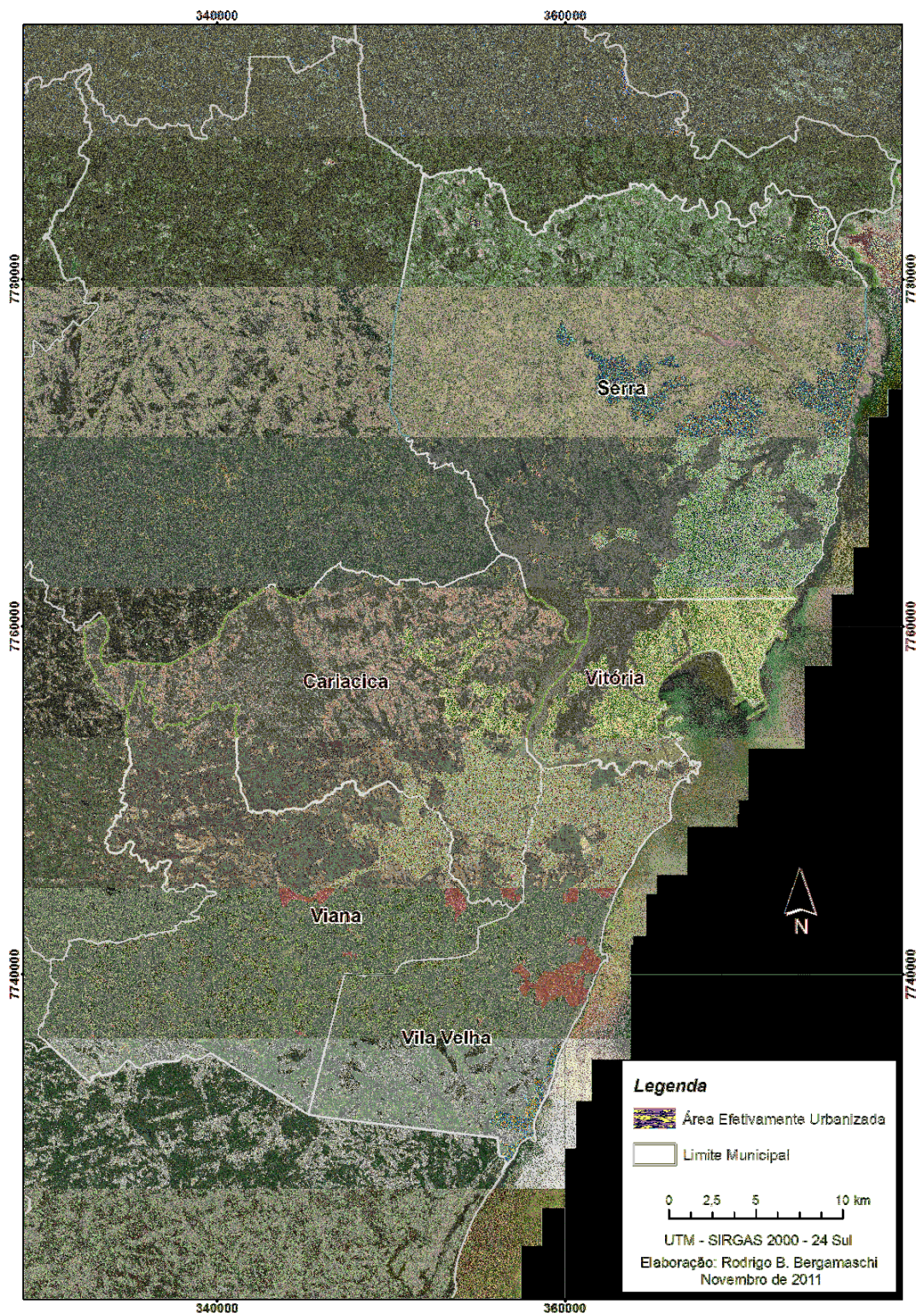
CAPÍTULO III

3. Caracterização Geral de Vitória e do Espaço Estudado

O município de Vitória é a capital do estado do Espírito Santo. Está localizado na Região Metropolitana da Grande Vitória¹. Sua localização geográfica é determinada pelo paralelo 20° 19' 08" de latitude sul e 40° 20' 16" de longitude oeste.

¹ A Grande Vitória já se configurava como aglomeração urbana, mas o processo para definição institucional da região como unidade territorial de ação regional só se concluiu com a promulgação da LC nº 58, de 21 de fevereiro. O estado do Espírito Santo criou a Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV), composta inicialmente pelos municípios de Cariacica, Serra, Viana, Vila Velha e Vitória.

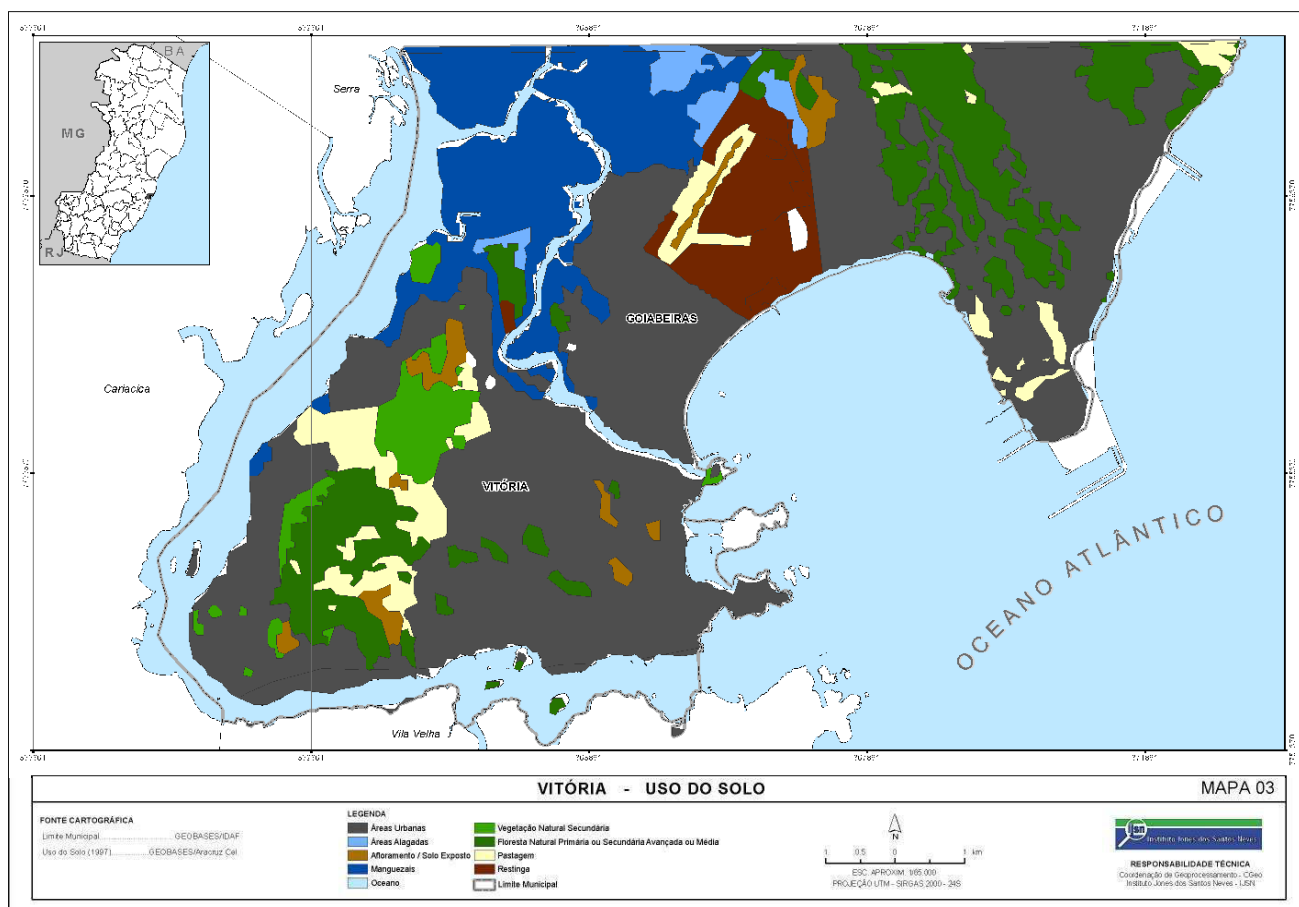
Figura 1- Mapa da Região Metropolitana da Grande Vitória



Compreende um território de aproximadamente 98,506 quilômetros quadrados de extensão, apresentando um relevo bastante distinto. Sendo constituído pelo maciço central da ilha de Vitória e muitos morros sob seu entorno, Vitória conta também com planícies, estendidas por aterramentos, além de um amplo litoral.

Composto por uma porção insular e uma porção continental, Vitória é, na primeira, cercada pela Baía de Vitória. Faz divisa ao norte com o município da Serra, ao sul com o município de Vila Velha e a oeste com o município de Cariacica, enquanto a leste com o Oceano Atlântico.

Figura 2- Mapa Do Município de Vitória



Vitória detém a melhor renda per capita do estado, sendo sede política estadual e de grandes empresas estaduais e nacionais, assim como de importantes

equipamentos urbanos para todo o estado, como os portos de Vitória e de Tubarão e o Aeroporto de Vitória. A presença dos mesmos a coloca, inevitavelmente, como um dos municípios mais importantes do Espírito Santo em termos sociais, políticos e econômicos apresentando-se relevante em todos estes quesitos.

Apresenta uma população de 327.801 mil habitantes (Censo IBGE – 2010), constituindo-se, assim, como o 4º município mais populoso do Espírito Santo, com densidade demográfica de 3.327,73 hab./km² e crescimento populacional anual de 2,36%.

Marca-se como um município plenamente urbano, com 100% de sua população habitando a área urbana no município.

Economicamente, a atividade industrial destaca-se como grande expoente da geração de emprego e renda no município e no estado, sendo sede de importantes empresas nacionais e estrangeiras do setor de transformação. As exportações de produtos primários pelo complexo portuário de Vitória é outro elemento de destaque para a entrada de receitas e incremento econômico no município, com um elevado volume de produtos exportados.

No setor terciário, a atividade comercial e de prestação de serviços de Vitória sobressai-se pelo amplo aparato comercial presente no espaço do município, contando com grande aglomerado comercial, mercados populares e shopping centers. Por sua vez, esta também propicia a ocupação de uma quantidade expressiva de população economicamente ativa no exercício da mesma, configurando-lhe como função urbana essencial da cidade.

Nesse ramo da economia, o comércio varejista realizado na área central da cidade sempre assumiu uma função de destaque no contexto local. Esta corresponde ao Centro, um dos bairros de ocupação mais antiga de Vitória, e a um conjunto de bairros fisicamente interligados a ele.

Localizado entre o maciço central da ilha de Vitória e a Baía de Vitória, o Centro sobleva-se como uma aglomeração comercial tradicional da cidade, formada em simultaneidade ao processo de desenvolvimento da mesma.

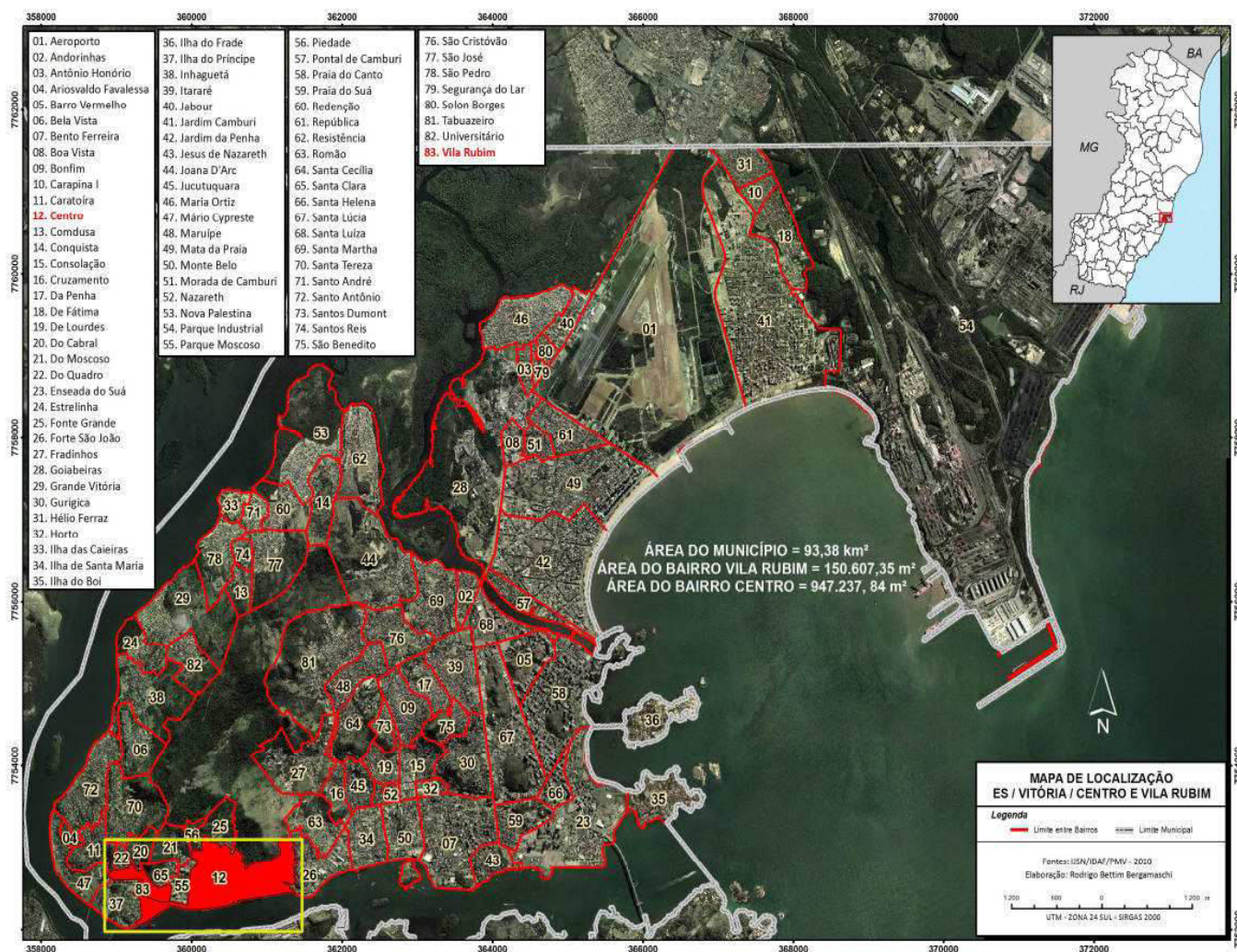
Detêm em sua área um comércio diversificado e amplo, com diversos tipos e tamanhos de lojas e expressiva proximidade entre seus estabelecimentos comerciais, o que sempre lhe garantiu uma posição histórica de destaque na conjuntura comercial do município.

Na abrangência de seu espaço dispõem-se, segundo a localização interna e os aspectos físicos específicos, áreas com denominação próprias, como a Esplanada da Capixaba, a zona portuária, a Cidade Alta e o Parque Moscoso. Dispostos entre estes, o Centro possui, ainda, importantes aparelhos urbanos do município, como o Porto de Vitória e instituições públicas como o Palácio Anchieta, sede do governo do estado do Espírito Santo.

Em suas imediações, ao sul de sua disposição espacial e incluída na área central, encontra-se a Vila Rubim, comercialmente uma expansão do Centro. Caracteriza-se como um bairro da cidade, anexo ao Centro, onde uma ocupação mais antiga e menos abastada e um comércio adaptado as necessidades locais moldaram sua formação e desenvolvimento.

O comércio praticado na Vila Rubim sempre desempenhou uma função urbana de destaque em Vitória, em especial pela presença do Mercado da Vila Rubim sob seu espaço, constituindo-se como elemento e atributo decisivo para a caracterização da função comercial do bairro.

Figura 3 – Mapa da Área Central - Centro de Vitória e Vila Rubim



CAPÍTULO IV

4. - O Desenvolvimento do Centro de Vitória e seu Comércio Varejista

Em Vitória, o entendimento do comportamento espacial do comércio varejista está bastante ligado ao processo de desenvolvimento da cidade, a produção de seu

espaço urbano e as fases de vigência da centralidade em seu território, estruturando-o ao longo do tempo.

Esse processo de desenvolvimento é de fundamental importância para a compreensão da configuração atual da cidade e sua organização funcional, ocupando pessoas e viabilizando suas vidas.

Expô-lo, considerando o que for pertinente para o entendimento do desenvolvimento do comércio varejista na cidade, é imprescindível.

O uso e ocupação do solo em Vitória deram-se inicialmente em sua região insular, na área central do município, onde o Centro e bairros adjacentes se inserem. Sua forma de funcionamento e configuração urbana desenvolveram-se de maneira semelhante durante anos até a primeira metade do século XX (CAMPOS JR, 2002). As mudanças mais significativas passariam a se dar a partir de então, ligadas a seu crescimento. Segundo Siqueira (2001) o processo de ocupação de Vitória ao tornar-se mais rápido e violento a partir deste momento iniciou uma transformação no espaço da cidade, marcando a ampliação da mancha urbana no município e o incremento de sua estrutura urbana.

O Espírito Santo, tendo como base econômica o cultivo e comércio do café, o qual ocupava parte significativa da população no interior do estado e da qual muitos dependiam para sobreviver, era então um estado rural, com mais pessoas vivendo no campo que na cidade.

Em função do histórico de ocupação da terra por imigrantes europeus após o fim da escravidão, os quais vinham para o interior do Espírito Santo para ser donos de terra, para colonizá-la, essa produção cafeeira se fazia especialmente em pequenas propriedades rurais, com predomínio de relações de trabalho familiar (CAMPOS JR. 2002).

Esses colonos, reproduzindo uma estrutura produtiva fundamentada na pequena produção familiar, cuja finalidade consistia na sustentação contínua da família por meio da venda de sua produção, não produziam café em escala suficiente para a

geração de grandes excedentes, não possuindo meios de diversificar sua atividade de forma a utilizar seus ganhos investindo em outros segmentos, que não a qual já se ocupavam, o que fazia perpetuar o modelo econômico estrutural agrário no estado (CAMPOS JR, 2002).

Nesse contexto, tendo o estado essa constituição econômica agrária, era natural que sua capital marcasse-se por aspectos diferenciados dos do interior, onde a maior parte da população se ocupava, com atribuições distintas, mas relacionadas às dele. Garantia-se à Vitória, capital do estado e sede da atividade portuária, a manifestação de uma função discrepante: economicamente, de uma função comercial.

Isso porque, admitindo a importância do café para a economia espírito-santense, à Vitória se atribuía uma função, então, de destaque para a mesma, ao comercializar o que era produzido.

Conforme CAMPOS JR. (2002, p. 46):

A condição de porto natural da capital capixaba permitia acessibilidade do café, em princípio só da região central e posteriormente de todo o estado, a outras regiões do país e ao mercado externo. Tal condição dava a Vitória a especificidade para desenvolver os serviços portuários atrelados à função comercial.

Com a aptidão portuária da baía de Vitória, com os cais e armazéns nela construídos, e tendo em si situada a foz do rio Santa Maria da Vitória, Vitória possuía condicionantes naturais e estruturais que viabilizavam o escoamento do café, especialmente, produzido na região central do estado, já que o café produzido no sul do estado, onde há mais tempo ele era cultivado, em função da construção da ligação ferroviária entre a região sul do Espírito Santo e o estado do Rio de Janeiro, fazia com que o escoamento da produção cafeeira desta região acontecesse, na primeira metade do século, pelo Porto do Rio de Janeiro e não por Vitória (SIQUEIRA, 1994).

“Com o avanço na construção de estradas abertas na direção das regiões produtoras, ligando sedes municipais à capital [...]” (GURGEL: 2001, p. 25),

melhorias no acesso do que era produzido ao Porto aconteciam e gradativamente permitia a ampliação do volume de café exportado.

O Espírito Santo, a partir da década de 30 até 1950, ocupou o terceiro lugar entre os estados produtores de café, logo depois de São Paulo e Minas Gerais, passando depois para quarto pelo Paraná, sem contar que o Porto de Vitória, até o final da década de 40, participava do contexto econômico nacional como o terceiro porto cafeeiro do Brasil. (SIQUEIRA: 1994, p. 35).

Porto este que possuía aspecto estritamente comercial e até a década de 40, quando teve concluída a construção do cais comercial e suas obras de ampliação e modernização [...] teve sua expansão determinada pelo crescimento da produção de café destinado a exportação (SIQUEIRA, 1994).

A exportação de café era responsável pela entrada de receitas na economia do estado e, assim, pelo crescimento econômico estadual até então, sendo tudo isso feito através do Porto de Vitória, o que demonstra a importância deste para a conjuntura econômica estabelecida.

Paralelamente, com o dinheiro em circulação gerado pela economia do café, crescia o mercado consumidor interno, que passou a ter no Porto de Vitória a via natural de importação.

Nota-se que a agricultura cafeeira, funcionando como base de sustentação da estrutura econômica do estado, por meio da produção, do transporte, da armazenagem e da exportação do café pelo Porto de Vitória, garantiu durante a primeira metade do século XX a reprodução social no estado e a manutenção da conjuntura social desenvolvida, com a maior parte da população vivendo na zona rural e organizada de modo a sobreviver da atividade primária em que se ocupavam.

Durante e como parte dessa conjuntura econômica e social, o meio urbano capixaba existia de forma adaptada, como parte inerente dessa estrutura desenvolvida no estado.

Segundo CAMPOS JR. (2002, p. 45): “As funções urbanas de Vitória basicamente não mudaram até o início dos anos 50. A cidade se manteve comercial, prestadora de serviços e como sede político-administrativa do governo estadual”.

Esta última, outra atribuição de enorme destaque, age garantindo, inexoravelmente, a presença de uma estruturação capaz de viabilizar a dinâmica dessa função política de administração do estado, concentrando, na cidade, população ligada ao exercício do poder.

A presença dessa população em Vitória, local onde se exerce o poder político estadual, significa a exigência de atendimento de demandas de consumo para com ela. Tal demanda responde de forma a contribuir para o estabelecimento de comerciantes ligados ao suprimento da mesma, incrementando comercialmente a cidade e atuando para conferir-lhe este aspecto funcional.

Mas se até a primeira metade do século XX as funções urbanas não mudaram de maneira expressiva em Vitória, nos anos seguintes elas se modificam nas proporções que assumem.

Representando a influência do campo sobre a cidade, as mudanças ocorridas no interior do estado e na reprodução social até então realizada repercutiriam de forma significativa no conjunto da estrutura produtiva e organização espacial do estado nos anos seguintes, especialmente sobre Vitória.

Isso em muito se deve ao fato de que a reprodução da vida social nos espaços rurais do estado não se fazia de forma a garantir uma reprodução sustentável e durável da mesma, algo que concerne ao sentido de existir do espaço produzido.

Havia no campo, até então, pouca habilidade e desconhecimento técnico na lida com a terra onde se cultivava o café por parte daqueles que se ocupavam desta atividade para sobreviver e manter. Num processo de cultivo constante que levava ao esgotamento do solo e suas potencialidades, a incapacidade de uma utilização continuada do mesmo fez com que, principalmente, durante os anos precedentes a 1950 aqueles que se ocupavam nesta atividade cafeeira se deslocassem

significativamente pelo território do estado, buscando novas terras para cultivar (CAMPOS JR., 2002), já incitando a possibilidade de mudanças.

Contudo, a incapacidade de inserção de parte dessa população rural na atividade cafeeira nos anos seguintes acabava, progressivamente, por motivar a vinda de muitos desses habitantes do interior do estado para Vitória, buscando novas formas de ocupação que se apresentassem como nova alternativa de vida, visto que além de ser constituída de funções econômicas distintas das do campo, Vitória passava concomitantemente a aumentar sua importância no contexto sócio-econômico local.

Com esse aumento de importância e a presença de maior número de habitantes, as funções então assumidas ganham, como dito, novas proporções, permitindo para ela o vislumbamento de mudanças, na formação de um cenário indicativo de crescimento.

É, no entanto, na década seguinte de 1960 que esse processo conhece um incremento ainda mais significativo, com causas determinantes para que Vitória conhecesse um crescimento nunca antes visto, que modelaria a ocupação urbana no município.

Em consequência de uma superprodução do café a nível global que aumentou a oferta pelo produto para além da demanda, gerando uma grande crise em seu preço no mercado externo, com impactos em extensão nacional, que implicaram na diminuição da renda daqueles que o produziam, promove-se uma política federal de erradicação das lavouras de café pelo governo do país com fins de reduzir a oferta e elevar novamente o preço do produto.

Admitindo a extrema relevância da produção cafeeira para a economia do Espírito Santo e que esta se destinava à exportação, a base econômica do estado é então gravemente afetada com a erradicação. Associando isto ao mau cultivo do café até então feito nas lavouras do estado e a baixa produtividade de suas pequenas propriedades, que já tornavam menos rentáveis, a atividade cafeeira do estado, os que se ocupavam dela encontravam-se menos preparados para o plano de erradicação implantado no estado.

Tais fatos geraram, diretamente, implicações negativas na sustentação sócio-econômica estadual, com repercussões imediatas na ocupação do solo no estado.

Os fluxos migratórios vindos do campo para os municípios de Vitória, Vila Velha e Cariacica se intensificaram, visto que o modelo de produção de café erradicada tinha estrutura fundiária, conforme dito, predominantemente formada de pequenas propriedades desenvolvidas em relações de trabalho familiar. Sem perspectivas diante do esgotamento da lavoura cafeeira e a incapacidade de absorção de toda mão-de-obra liberada em outros tipos de lavouras, muitos trabalhadores rurais, pequenos proprietários e suas famílias, recebendo a indenização proveniente do café erradicado e da venda de suas terras, deixaram o campo, na expectativa de buscar alternativas de vida nas cidades mais desenvolvidas, que, em função do crescimento, passariam a compor a região metropolitana da Grande Vitória (CAMPOS JR.: 2002; p. 15).

Configurava-se um crescimento urbano no estado proporcional à redução de população rural do campo.

Tabela 1

Porcentagem de população da Grande Vitória em relação à do Espírito Santo – 1960

Ano	População Total		% de população – Grande Vitória x Espírito Santo
	Grande Vitória	Espírito Santo	
1960	198.265	1.418.384	14

FONTE: FIBGE: Dados do Censo dos anos citados

De acordo com dados relativos à população do FIBGE presentes na tabela 1, as cidades da Grande Vitória possuíam em 1960, no início desta década, apenas 14% da população do estado do Espírito Santo. Em consequência da continuidade do êxodo rural acima exposto ao longo dos anos 60, ao fim da década o percentual da população residente na Grande Vitória em relação ao conjunto populacional total do estado passaria a representar 24,1%, num acréscimo de mais de 10%.

Esse processo migratório se estenderia ao longo de toda a década de 1960, visto que, mesmo com o desenvolvimento da pecuária, não surgiam no campo opções que viabilizassem nas mesmas proporções do cultivo do café a fixação de sua população no mesmo durante os anos que se seguiriam à erradicação das lavouras cafeeiras.

Apesar da maneira como ocorreu e dos efeitos sociais que gerou, a migração significou em números absolutos um grande crescimento populacional para as cidades da Grande Vitória. Conforme ilustra a Tabela 2, passados 10 anos, a população migrante nesses municípios atingiria no ano de 1970 quase a metade da população dos mesmos, chegando em Vila Velha a superar os já anteriormente instalados.

Tabela 2

Distribuição dos migrantes nas unidades urbanas da Grande Vitória – 1970

Unidades urbanas	População total	Migrantes	% dos migrantes sobre a população total
Cariacica	101.422	40.632	40,1
Serra	17.286	5.420	31,4
Viana	10.529	4.133	39,3
Vila Velha	123.742	66.062	53,4
Vitória	133.019	59.385	44,6
TOTAL	385.998	175.632	45,5

Fonte: FIBGE. Censo Demográfico do Espírito Santo – 1970; op. cit., p. 205. GOV. ES. Secretaria do Estado de Planejamento: Migrações internas no Espírito Santo, op. cit., p. 32.

Para Vitória, essa intensificação migratória representou uma continuação do crescimento populacional percebido na década anterior e um significativo incremento de habitantes. No contexto da Grande Vitória, “Vitória continuou sendo o município mais populoso e o que abrigava a população de maior renda” (CAMPOS JR.: 2002, p. 15), haja vista as funções que detinha.

Essa migração para Vitória, entretanto, não representava aos imigrantes uma forma similar de ocupação do espaço da capital, visto as diferentes condições com que podiam fazê-la.

Essa diferenciação na ocupação do solo no município é indicação elementar da segmentação social que se constituirá em Vitória, e com ela da segmentação comercial e de serviços que nela se apresentarão.

CAMPOS JR. (2002, p. 15) expõe esse processo:

Os de menor poder aquisitivo ocuparam as piores áreas, que já eram poucas em Vitória, e estenderam a mancha urbana para além desse município, onde a inexistência de infra-estrutura urbana, manifestando-se no preço quase nulo da terra, não foi obstáculo para o seu estabelecimento na chamada periferia da capital.

A migração do campo para a cidade foi seletiva e muitos desses imigrantes dispersaram-se pelos municípios de Cariacica e Vila Velha, outras cidades do entorno de Vitória.

Sendo Vitória dotada de um território pequeno e o município mais populoso dentre aqueles mais urbanizados de seu entorno, áreas passíveis de ocupação em sua região mais ocupada, mais bem estruturada e reduto principal da função comercial, o Centro, passam a ficarem ainda mais escassas, gerando uma valorização dos terrenos do mesmo e restringindo seus usos e ocupação às camadas da sociedade com condições financeiras mais abastadas, capazes de responder aos requisitos para tanto.

Visando viabilizar essa ocupação de um espaço continuamente valorizado e da utilização que lhe é destinada, medidas estruturais de grande porte foram sendo exercidas no Centro pelo poder público de então para permitir a ampliação da ocupação de seu espaço territorial e garantir seu desenvolvimento no tempo. A construção de aterros, para possibilitar um aumento físico da área central e melhorar sua organização espacial, que já vinha sendo realizada progressivamente, desde o aterramento da área do Campinho, que deu origem ao Parque Moscoso no início do século, passando pelo aterramento para construção do cais do Porto de Vitória, a Esplanada da Capixaba, na década de 50, e, finalmente ao fim da década de 60, ao aterro da Ilha do Príncipe (GOMES, 2009), fez parte importante desse intuito.

Processo de aterramento, esse, que foi bastante significativo em Vitória e permitiu ao Centro, efetivamente, expandir-se e abrigar um número crescente de população e de atividades, como o portuário, e aquilo que se envolveu em torno dele, e o comércio.

Gomes (2009), apropriando-se de Campos Jr. (1993) e Mendonça (2001), ratifica esse processo, ressaltando as possibilidades geradas pelo aterro da Esplanada da Capixaba, em função de seu tamanho e localização na porção menos ocupada da área central: “A expansão de Vitória era ainda a expansão do próprio Centro, pela urbanização da Esplanada da Capixaba” (MENDONÇA apud GOMES, 2009, p. 87).

E em Vitória, como o Centro detinha as maiores e melhores oportunidades de trabalho, restava àqueles sem condições de habitá-lo ocupar seu entorno para poder buscar aproveitar as oportunidades que ele tinha a oferecer. Conforme CAMPOS JR. (2002, p. 15) “O migrante, pelo baixo nível econômico, procura terras não urbanizadas de baixo custo, na periferia do município, ou invade áreas alagadas ou de morro próximas ao Centro. É nesse período que se intensifica a ocupação de encostas circundantes ao Centro”.

Diante dessa diferenciação do habitar, com espaços dotados de distintos valores e estruturas, resultado da diversidade de formas como são construídos, é possível compreender como se constituiu, nesse momento, a ocupação de áreas da cidade, selecionando diferentes gamas da sociedade capixaba a habitar o espaço urbano que se criava de acordo com as condições que lhes eram possíveis para tanto.

Isso imediatamente reflete no funcionamento da cidade e suas atividades, diferencialmente configurada. Para o Centro em específico, esse processo de ocupação selecionada associada a um vasto e intenso uso significa o fortalecimento do setor comercial, já que a disponibilidade de mão-de-obra em seu entorno permitia o pleno atendimento da ocupação de postos de trabalho nesta atividade e a concentração de uma população mais abastada respondia por um maior número de consumidores em potencial.

A concentração dessa ocupação abastada em seu espaço e o crescimento na ocupação em espaços vizinhos em função do crescimento populacional respondia, então, pela atração de comerciantes interessados na conquista dos consumidores que esta ocupação representa.

Ampliava-se, imediatamente, a quantidade de estabelecimentos varejistas, a atividade comercial no Centro, concentrando a oferta e a demanda de produtos em seu espaço, de modo a facilitar a contemplação das necessidades de consumo de sua população e de atrair aqueles que habitavam outras localidades.

Com o comércio varejista, o Centro concentrava em seu espaço a principal atividade urbana realizada na cidade e no estado, possuindo, portanto, o principal elemento constituinte da centralidade local.

Ao exercer a atividade econômica mais marcante na reprodução social em Vitória, a cidade se direcionava ao Centro, sua importância se mostrava primordial e fundamental para o funcionamento de toda a cidade, o que lhe conferia uma atribuição central, a caracterização evidente de sua posição como centro da cidade, cuja influência ao se estender para todo o seu território, fazia constituir-lo como centro intra-urbano da mesma.

Contendo, ainda, a principal infra-estrutura urbana de Vitória, o Centro refletia a centralização, atingindo, nesta década de 1960, seu auge, ao concentrar em seu espaço os principais elementos urbanos do município, tudo que garante a Vitória sua dinâmica, atribuindo-lhe, portanto, uma importância inexorável para toda a composição urbana da cidade.

Isto exposto dá uma clara indicação de que mesmo em um cenário de crise e de reorganização da ocupação no estado, o Centro, em contrapartida, se desenvolvia e aumentava seu destaque.

Já na década de 1970 buscaram-se alternativas viáveis de sustentação e crescimento econômico a nível nacional, orientando a economia do país para a tomada de um novo modelo, pautado na industrialização.

Com uma importância periférica no cenário econômico nacional, gera-se a objetivação dos governos do Espírito Santo de seguir esse curso para superação da crise que se implantou no estado na década anterior, quando sua base econômica é abalada.

Necessitando, de maneira latente, de uma mudança em sua estrutura produtiva e de meios para a ocupação de sua população no sistema produtivo, realizou-se uma ação conjugada entre os governos estadual e Federal para que uma diversificação econômica do Espírito Santo respondesse por uma modernização de sua economia.

Visando o desenvolvimento da atividade industrial do estado, adotaram-se, inicialmente, medidas de incentivo pelo governo estadual, como financiamentos, que viabilizaram no espaço urbano local o estabelecimento de um bom número de indústrias, de pequeno e médio porte em sua maioria.

Conforme SIQUEIRA (2001, p. 57):

É importante ressaltar que, até 1975, a expansão industrial no Espírito Santo foi comandada por pequenos capitais locais e favorecida por incentivos fiscais. Paralelamente, ocorreram, nesse período, investimentos dos governos federal e estadual nas áreas de transporte, abastecimento energético e de comunicação.

Na segunda metade da década, por sua vez, a série de medidas concretas que vinham sendo adotadas para atração de indústrias pelos referidos governos, resultaram na implantação de vários projetos industriais de grande porte que modificariam radicalmente a estrutura industrial do estado, permitindo a instalação de grandes empresas do setor de transformação em seu território, especialmente em Vitória (onde sua vocação portuária já constituía uma vantagem) e no entorno dela.

Conforme SIQUEIRA (2001, p. 58) “Essa é a fase de industrialização do estado, que vem sendo conhecida como industrialização via “Grandes Projetos”, também denominado “grandes projetos de impacto”.

As intenções e medidas em que consistiam os Grandes Projetos Industriais direcionavam a industrialização, sobretudo, para os municípios da Grande Vitória e aqueles imediatamente ligados, resultando numa concentração espacial de indústrias a partir de Vitória.

Como efeitos maiores desse processo de industrialização incitado, com repercussão no funcionamento urbano de Vitória, destacam-se a instalação em sua porção continental da sede estadual da Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), enquanto ao norte do município se instalou a Companhia Siderúrgica de Tubarão (CST).

Dá-se a Vitória uma nova atribuição urbana, que é presença de atividade industrial, parte integrante do âmbito citadino e a qual proporciona um acréscimo significativo de importância para a mesma dentro da estrutura econômica estadual.

Com ela surge toda a implantação de uma infra-estrutura adequada e necessária para o funcionamento e desenvolvimento da atividade industrial, como a ampliação do complexo portuário de Tubarão, na porção continental do município, onde na década anterior havia sido construído seu píer para a exportação de minério pela CVRD.

Essas empresas, pelo porte que possuem, ao demandarem por grande número de mão-de-obra, seja para trabalhar em suas obras de construção ou para desempenhar algumas de suas funções internas, passam a empregar expressiva quantidade de pessoas, dando novos meios de ocupação e sustentação à população urbana local e atraindo massivamente populações provenientes de diversas localidades.

A industrialização suscitava mudanças.

Vitória se desenvolvia e em simultaneidade se dava seu crescimento populacional. Com este, a ocupação das áreas mais densamente ocupadas se tornava mais restritivo e a ampliação da ocupação em seu espaço territorial e nos municípios vizinhos se tornava inevitável, fazendo seguir o modelo de expansão das periferias.

E a industrialização, ao acelerar um processo de afluxo migratório anteriormente iniciado, contribuiu para que mudanças nesse sentido acontecessem, já que ao mesmo tempo em que atraía população para Vitória dispersava a ocupação pelo município e para além deste, visto que a industrialização, ao se distribuir pela capital

e suas cidades circundantes, agrupava pessoas ao redor das indústrias que se instalavam.

A migração para todos os municípios da Grande Vitória foi tão significativa ao longo da década de 1970 que no ano de 1980 os migrantes passaram a superar a população anteriormente instalada no começo da década de 1970 na composição populacional de cada um deles. Conforme a Tabela 3, percebe-se como a migração foi marcante nos mesmos, demonstrando a expressividade do processo exposto e apontando as mudanças na distribuição populacional e ocupação espacial no estado.

Tabela 3

Distribuição dos migrantes nas unidades urbanas da Grande Vitória – 1980

Unidades urbanas	População total	Migrantes	% dos migrantes sobre a população total
Cariacica	189.099	116.888	61,8
Serra	82.568	62.313	75,5
Viana	23.448	16.535	70,5
Vila Velha	203.401	141.020	69,3
Vitória	207.747	121.553	58,5
TOTAL	706.263	458.309	64,9

Fonte: FIBGE. Censo Demográfico do Espírito Santo. 1980. Dados Gerais. Migração, instrução, fecundidade, mortalidade. Rio de Janeiro: 1982, p. 102.105.

Aumentava gradativamente a população nas cidades da Grande Vitória na década de 1970, ano após ano.

Tabela 4

Porcentagem de população da Grande Vitória em relação à do Espírito Santo – 1970 x 1980

Ano	População Total		% de população – Grande Vitória x Espírito Santo
	Grande Vitória	Espírito Santo	
1970	385.998	1.599.333	24,1
1980	706.263	2.023.340	34,9

FONTE: FIBGE: Dados do Censo dos anos citados

Os dados do FIBGE presentes na tabela 4 para população do Espírito Santo e dos municípios da Grande Vitória indicam que, conforme exposto, 24,1% da população do estado em 1970 estavam na Grande Vitória. Com o fim de uma década esse percentual passaria para 34,9% em 1980, atribuindo ao crescimento industrial e a nova estrutura produtiva criada grande responsabilidade em um crescimento populacional de quase 11% desta para com o total do estado.

No que se refere a essa ocupação periférica feita para além de Vitória, esta, no entanto, se fazia em condições precárias, fazendo proliferar uma ocupação desordenada, em que a insuficiência política de responder as demandas habitacionais provocadas pelo crescimento populacional acelerado pelos motivos expostos e a incapacidade de inserção de todos no mercado de trabalho em ascensão respondia pela presença marcante da pobreza (SIQUEIRA, 2001).

Essa expansão na ocupação em Vitória e nos municípios vizinhos não significou, porém, uma redução no processo de expansão na ocupação da área central. Mas ao contrário da década anterior, quando aterros criavam espaços para novos usos, a continuidade de uma ocupação intensa fazia sentir no espaço territorial compreendido pelo Centro certa escassez na disponibilidade de terras aptas para aqueles que eram hábeis de habitá-lo pudessem fazê-lo. Como espaço disponível para ocupação se mostrava gradativamente mais raro, acrescia a valorização dos terrenos (GOMES, 2009).

É, com isto, que se fortalece um outro processo com vistas ao melhor aproveitamento do espaço urbano, principalmente do mesmo, permitindo em um espaço delimitado a ocupação pela maior quantidade possível de pessoas com condições de habitá-lo: a verticalização.

Na década de 60 preponderou o crescimento horizontal da cidade, com a anexação, a partir do Centro, de novas áreas à malha urbana e com o predomínio de casas nas construções. O período seguinte, no entanto, caracterizou-se pelo adensamento populacional, quando Vitória cresceu verticalmente (CAMPOS JR.: 2002; p. 17).

Ainda que iniciada nas décadas antecedentes, a construção de edificações em sentido vertical se intensificou na década de 70, fazendo surgir vários edifícios na paisagem urbana de Vitória, marcadamente no Centro, onde esse processo se fez mais necessário.

Nesse, onde a demanda por uma utilização que viesse a ser realizada de forma a garantir o melhor aproveitamento de sua área era mais alta, a concentração da verticalização em seu espaço fazia com que este passasse a deter uma densidade demográfica bastante expressiva para o contexto, como a porção mais povoada do município, evidenciando sua importância na configuração urbana local.

Na realização da centralização, o crescimento populacional faz com que o centro se expanda (GOMES, 2006), ao buscar o máximo uso de sua área e da centralidade que lhe permeia, ampliando-se.

Enquanto no conjunto da Grande Vitória, a ampliação na ocupação fazia concentrar níveis de renda mais baixos, alocados, sobretudo, onde a ocupação era até então incipiente, no Centro, ao contrário, o aumento populacional num espaço valorizado significava o aumento da concentração de altos padrões de renda (GOMES, 2009).

A exposição de todos esses elementos fazia perceber para Vitória uma configuração urbana diferenciada com relação aos períodos precedentes, marcada pelas altas taxas de urbanização ocorridas, pelo incremento das migrações, pela verticalização no Centro e pelo crescimento territorial da cidade, no qual Vitória se apresenta como melhor consequência da nova dinâmica econômica da qual o Espírito Santo passa, com êxito, a fazer parte.

No que tange ao comércio, este, ao acompanhar o crescimento físico e habitacional da área central, permitia ao próprio Centro conhecer estágios de crescimento e expansão de sua área comercial, sobretudo em direção à Esplanada da Capixaba, afastando-se, mas se mantendo ligada com a área próxima ao porto.

É como parte desse crescimento do comércio que se deu, ainda na década de 60, em 1968 a implantação na área central dos galpões do Mercado da Vila Rubim,

parte componente do objeto principal de estudo, que além de responder as exigências de atendimento comercial dos moradores que habitavam seu entorno, possuía também atribuições amplas de abastecer em variados ramos do comércio varejista diversos segmentos da população de toda a Grande Vitória.

Este contribuiria decisivamente para que na década de 70 fosse ampliado o caráter comercial do Centro em face de um novo contexto econômico e demográfico.

O aumento quantitativo de população de bom padrão aquisitivo no Centro, propiciada pela verticalização, e a expansão do comércio na área central, com a instalação de grandes lojas de departamento, fortaleciam a concentração espacial da demanda e da oferta na capital do estado, no Centro de Vitória, local onde maior necessidade de consumo se tinha e maior era a oferta de produtos disponíveis para supri-la.

Associado, ainda, ao grande crescimento urbano ocorrido em Vitória e nos demais municípios da Grande Vitória, todo o aparato comercial estabelecido no Centro de Vitória fazia com que o comércio varejista local se posicionasse, então, como referência na contemplação de variadas necessidades para todo um conjunto urbano, para a população habitante para além dos limites de Vitória, aumentando seu destaque e concedendo-lhe uma atribuição denominativa de “Cidade”.

Mesmo com o comércio perdendo força como ramo ocupacional de população ativa em função da ascensão da atividade industrial, a qual propiciava à mesma a oportunidade de ocupação no espaço urbano em outros ramos do sistema produtivo que não o comércio, o Centro, ao continuar a exercê-lo de maneira principal, concentrava um dos elementos fundamentais da centralização.

Em compasso, a ocupação para além daqueles espaços até então mais densamente habitados e a manutenção da concentração comercial no Centro, acabavam, por sua vez, por promover a abrangência e influência de sua atividade comercial, por expandi-lá para além daquela desde então comum, mantendo sua atração de pessoas, mas agora de outras localidades e em grande número, também.

Assim, ainda que não detendo mais a única grande fonte de trabalho, reduzindo parte de seu sentido atrativo, o Centro, ao preservar sua representatividade comercial mesmo sob um novo contexto, continuava a desempenhar a centralização, mas ampliando sua escala de centralidade, efetivando-se como centro para mais do que somente a cidade onde se localiza, mas para toda a Grande Vitória, marcando-se como centro interurbano da mesma.

Demonstra-se que, apesar da expansão e crescimento populacional continuado ao longo da década de 1970 na Grande Vitória, marcando um espalhamento na ocupação do solo, a concentração comercial, ao contrário, haveria de perdurar por mais tempo, centrada no Centro de Vitória, garantindo a continuação de sua importância para todo o contexto local.

O Centro, em suma, mantinha sua dotação de uma concentração diferenciada, alocando em seu espaço a ocupação e o uso mais intenso do solo não só da cidade, como de toda a Grande Vitória, reunindo em grande proporção parte do que de mais importante o espaço da cidade e o espaço metropolitano continham para seu funcionamento, porção espacial imprescindível, núcleo central de negócios.

Na década de 1980, contudo, a expansão habitacional em Vitória passa a ocorrer também de uma nova maneira, distinta daquela até então conhecida, com motivações diferentes daquelas até então propulsoras do crescimento urbano conhecido, fazendo incidir alterações sobre seu aspecto concentrador. Fortalecia-se em Vitória um processo de redistribuição interna entre parte de seus próprios habitantes, uma mudança marcante na forma de expansão urbana, não mais exclusivamente relacionada ao crescimento populacional da mesma.

Dessa vez, a expansão habitacional relacionava-se à população já habitante da capital. Produzia-se um espaço voltado diretamente para um determinado público, com aspectos fomentadores de uma realocação social interna para a população abastada, agindo na redistribuição dos mesmos no espaço da capital e novamente criando valores espaciais distintos dentro do espaço geográfico capixaba.

Em conseqüência desse processo, o Centro passaria a perder parte daqueles que o ocupavam e, com estes, parte de sua dinâmica funcional se reduziria, influenciando sobre algumas de suas características mais fundamentais, como seu comércio.

Com a difusão de uma lógica do sistema em que se faz: a ocupação do espaço pela via imobiliária de sua utilização, em ascensão desde a ampliação da malha urbana no período de industrialização dos anos de 1970 e da construção em sentido vertical, novas formas de ocupação em Vitória iam sendo criadas, tentando reproduzir na habitação o lucro daqueles que se propunham a construir em áreas onde o planejamento urbano ocorria, onde a expansão não era aleatória e a criação de infra-estrutura se constituía em atrativo para ocupação (GOMES, 2009).

Na medida em que sua área central conhecia certo estágio de saturação, associada a causas como o aumento constante do preço da terra no Centro, a dificuldade de obtenção de novos espaços físicos para a expansão habitacional e comercial e a crescente dificuldade na locomoção de veículos, novas áreas de ocupação para aqueles dotados de maior renda surgiam em Vitória.

Conforme Corrêa (1995), Vitória detinha a presença de fortes atrativos para expansão por ele explanada, como a existência de terras não ocupadas, a baixo preço, o desenvolvimento pelo poder público de infra-estrutura nas áreas disponíveis ao crescimento, acessibilidade, facilidades de transportes, qualidades atrativas do sítio urbano, como a topografia, além de amenidades naturais, a expansão para um público de maior poder aquisitivo se tornava, então, altamente viável.

Bairros novos passavam a surgir, outros a serem efetivamente ocupados, sobretudo, na parte litorânea situada à leste do Centro, e com eles a criação de toda uma infra-estrutura, proporcionada dentro da lógica do comércio imobiliário em ascensão respectiva, assim como um comércio varejista local para atender as demandas daqueles que passavam a habitá-los.

É como parte disso, aliás, que se resultou a aceleração do crescimento na ocupação sobre a área continental de Vitória referente à praia de Camburi e adjacências.

Para o Centro, naturalmente, esse processo significava redução em sua importância dentro do contexto local, já que com a perda de parte de sua população, o Centro perdia população de poder aquisitivo alto, aqueles com maior poder de consumo e para os quais geralmente são voltadas as políticas públicas, então, mais difundidas e menos focadas sobre o mesmo.

Essa perda de população refletiria diretamente sobre o comércio varejista do Centro, já que este perdia consumidores locais para o comércio varejista surgido nos bairros onde essa ocupação abastada passava a se dar, marcando, dessa vez, também, uma expansão comercial.

Seguindo o fluxo dispersivo de uma camada social específica do meio urbano local, o comércio varejista deixava de concentrar-se espacialmente apenas no Centro de Vitória para concentrar-se também nas aglomerações urbanas surgidas, visto que a alocação do mesmo junto ao mercado consumidor, como condição elementar da viabilidade de funcionamento de estabelecimentos comerciais desse tipo, surgia de forma correspondente, na medida em que essas aglomerações cresciam.

CLEPS (2005, p. 128) expõe sobre isso, relacionando, da seguinte maneira, a urbanização e o comportamento comercial:

A urbanização foi um importante instrumento para ampliar a capacidade do comércio, pois, à medida que a cidade se expandia, criavam-se novos pontos de atração para a localização dos novos tipos de estabelecimentos comerciais, ou seja, novas centralidades.

A partir da década de 1980, então, desse processo de perda de parte de seus habitantes pelo Centro, um rearranjo do espaço geográfico passava a se dar em Vitória, criando uma nova contextualização de valor no espaço local, à medida que novas formas e funções eram sendo inseridas ao espaço não-periférico que se produzia para além da área central (sobretudo, na região da Praia do Canto) (REIS, 2001).

SPOSITO (1991; apud GOMES, 2006, p. 05) relata a ocorrência desse processo nas cidades, expondo sobre a descentralização:

Simultaneamente ao processo de expansão, temos a emergência de subcentros, face seu crescimento territorial e a conseqüente impossibilidade de permanência de um único centro cumprindo o papel comercial e de serviços, por causa do aumento das distâncias ao centro principal e da ineficiência do sistema viário e de transporte coletivo, dificultando o acesso a ele. Esses subcentros são caracterizados como áreas onde se alocam as mesmas atividades do centro tradicional com diversidade comercial e de serviços, mas em escala menor [...].

Estabelece-se, na década de 1980, a descentralização em Vitória. Esse processo estender-se-ia, passaria a aumentar nos anos seguintes e se mostrar contínuo. As repercussões que ele provocaria estão no âmago do funcionamento da cidade e da disposição espacial que ela passaria a ter, implicando em vários aspectos da vida urbana e criando novas condições, que para o Centro representariam uma condição bastante distinta daquela relacionada ao seu passado histórico.

Como conseqüência dessa forma de expansão exposta, de novas ocupações e usos do espaço da cidade, àqueles de uso e ocupação mais pretérita passam, inevitavelmente, a ter a atenção dividida por aqueles que fazem a mesma. As funções que se realizam no Centro de Vitória deixam de ser exclusivas do mesmo e, com o surgimento de subcentros, este deixa de ser o foco único de atenção.

Isso se realça com o fato de que essa emergência de subcentros passou a se dar tanto no contexto municipal quanto no metropolitano. Isto porque os subcentros passaram a se constituir para além de Vitória, independentemente forma de expansão habitacional ocorrida e da valorização espacial diferenciada que ela provocou. Em Vitória um subcentro se constituiu na Praia do Canto, mas o referido processo também culminou na emergência de subcentros locais em Vila Velha e Cariacica, formando uma policentralidade metropolitana.

O surgimento de subcentros em outras cidades da Grande Vitória, alocando uma ampla variedade de estabelecimentos comerciais para atender as populações que densamente passavam a habitá-los, reduzia o caráter interurbano do Centro de Vitória, salientando o enfraquecimento de sua centralidade para o contexto capixaba.

O Centro passava, progressivamente, a perder importância e a debilitar-se. A função política, que sempre deteve quase em exclusivo, uma de suas funções mais marcante e representativa em sua constituição física e funcional, por exemplo, deixava de concentrar-se no Centro para difundir-se, tanto em âmbito municipal como estadual, por outras porções do território da capital. Parte das instituições políticas passava a se dispersar para além do Centro, a serem instaladas em áreas da cidade onde o espaço era mais recentemente produzido. O Centro de Vitória deixava de significar o local onde o poder político era instalado, de ser a sede exclusiva da função política.

Com isso, atividades e serviços que indiretamente se ligavam à função política, assim como a circulação e concentração de pessoas na área do Centro, também são afetados, contribuindo para esse enfraquecimento.

Com esse processo em curso, inevitavelmente, conseqüências de mesmo sentido passariam a ser manifestadas sobre sua função comercial, que tendia, ainda que não na mesma proporção, a perder importância também.

Mesmo com esse cenário, o Centro, conforme exposto, continuaria, durante a década de 1980, representando o maior centro de comércio da Grande Vitória, dotado do maior conjunto de estabelecimentos comerciais, dos mais diferentes tipos e segmentos, com o comércio mais diversificado e como a fonte mais ampla de atendimento de demandas de consumo para toda a população urbana.

Mas mesmo mantendo um status comercial importante nos anos que se seguiriam a década de 1980, o comércio varejista do Centro de Vitória passava, então, a se ver diante o desenvolvimento urbano de Vitória sempre obrigado a concorrer pela conquista do mercado consumidor da cidade, sofrendo, inevitavelmente, certa deterioração e perda de mercado, próprio do aumento da concorrência e distanciamento da elite consumidora, agora não mais no Centro, mas alocada em outras porções do território municipal.

Nota-se, ainda, que a descentralização do comércio varejista e seu remanejamento pela cidade de Vitória, neste momento, foi condicionada pela necessária expansão

urbana, por uma destinação anterior dada ao espaço, acompanhando o deslocamento e realocação de população abastada no município, influenciando de forma secundária nos novos usos e ocupações desenvolvidos no espaço urbano da cidade.

Na década de 1990, outra forma de manifestação da descentralização viria a estabelecer-se em Vitória, agravando ainda mais a descentralização comercial na cidade. Trata-se da criação em 1993 do Shopping Center Vitória, uma aglomeração comercial de grande dimensão e algumas peculiaridades.

Segundo GOMES (2006, p. 06):

As atividades que se desenvolvem nos shoppings buscam a constituição da reprodução, em nova localização, de atividades que tradicionalmente ocupavam o centro principal. O shopping center pode ser identificado como expressão da centralidade, como produção de nova centralidade, na medida em que através da concentração de um conjunto de estabelecimentos voltados ao comércio e aos serviços, em uma nova localização, recria-se a centralidade, ou seja, reúnem-se em outro lócus as mesmas qualidades de concentração que se encontram ao centro, associadas a um novo modelo de acessibilidade [...].

Com o desenvolvimento de um grande aglomerado comercial como o Shopping Vitória, marca-se, além disso, um segundo momento do comportamento do comércio varejista na organização do espaço de Vitória, quando o comércio varejista passa a direcionar o uso do espaço, a influir decisivamente nas formas de uso que se faz do solo urbano ao seu redor, valorizando todo seu entorno.

O Shopping Vitória, ao revelar-se como nova forma de expressão da centralidade e promover a valorização espacial de suas proximidades, atuou na orientação da produção espacial em Vitória. Constata-se uma contribuição para a reorganização espacial da cidade, ao atrair para uma porção da mesma, onde novas possibilidades e qualidades foram criadas, outras atividades e funções urbanas além do comércio, com destaque para o setor de serviços e a função política, que, antes concentrada no Centro, passou a ser desenvolvida também em suas imediações.

O Shopping Vitória, assim como os demais shoppings centers, caracteriza-se por um empreendimento planejado de caráter imobiliário, destinado ao atendimento de uma população urbana de mais alto nível de renda, sendo estrategicamente localizado para atraí-las.

Nesse sentido, sua localização expressa-se, além da demanda por terrenos de grande dimensão para sua implantação, pela fácil acessibilidade da população ao mesmo, requisito indispensável para sua realização, ao possibilitar, por meio de suas vias de acesso, um fluxo satisfatório dos transportes coletivos e individuais e a circulação de um grande número de pessoas ao seu redor, atraindo-as ao Shopping (PINTAUDI, 1999).

Em sua constituição, o Shopping Vitória em muito se diferencia do comércio do Centro. Dotado de uma administração única, é uma só forma espacial reunindo uma ampla variedade de estabelecimentos comerciais em seu interior, inclusive muitas das grandes lojas de departamento presentes na área central. Para, além disto, possui muitos atrativos à população da Grande Vitória que o Centro não detém, que acabam por contribuir com o sentido atrativo do Shopping e incrementar sua função comercial, ao proporcionar, por meio de sua estrutura, de seu equipamento comercial de alimentos e de entretenimento, conforto e lazer a seus usuários.

Assim, o Shopping Vitória, sendo viabilizado por um sentido confluyente, por agrupar uma grande oferta de produtos em uma única forma espacial e por assumir características que ultrapassam ao caráter comercial, torna-se para Vitória um novo centro, para onde converge um número elevado de população.

Nesse sentido, a sua presença no contexto urbano de Vitória acaba por enfraquecer a importância do Centro enquanto local de atração de população, já que o faz lidar com o aumento na concorrência sem deter determinados atributos que o Shopping possui, o que reduz, proporcionalmente, a atração de consumidores aos estabelecimentos comerciais do mesmo.

Sob os efeitos da descentralização, caracteriza-se um processo de esvaziamento do Centro e de enfraquecimento de seu comércio. Neste contexto, o comércio do

Centro, representando toda uma estrutura dentro do conjunto urbano capixaba e submetido à lógica de viabilidade comercial e sua fixação no espaço, teve, obrigatoriamente, de se moldar, a adaptar-se as possibilidades de venda que poderia realizar dentro da conjuntura de uso e ocupação desenvolvida no espaço urbano de Vitória e demais municípios da Grande Vitória, como voltar-se para um determinado público.

Como resultado do exercício da produção espacial pela sociedade, criando e recriando o espaço geográfico local ao longo do tempo, num processo caracteristicamente dinâmico, o comércio varejista do Centro, indubitavelmente, sofreu repercussões desse amplo processo. Passa a acompanhar, a exercer e sofrer mudanças de situações e de funções com o passar do tempo.

Mantêm-se, porém, ativo, demonstrando que mesmo não tendo mais a exclusividade de consumo da população da Grande Vitória de outrora, sua função dentro da cidade ainda se mantêm, apesar de diferente, necessária e relevante, como prova sua própria existência e manutenção no espaço em Vitória.

4.1: O Comércio da Vila Rubim sob o contexto de desenvolvimento do Centro de Vitória

A Vila Rubim, assim chamada, data do início do século XX. Constituindo um bairro, sua existência está diretamente ligada à ocupação do espaço urbano em Vitória e a forma como isso se fez. Situa-se, como dito anteriormente, na área central de Vitória, a mais habitada e para onde então convergia a população capixaba.

Inicialmente conhecido como “Cidade de Palha” pela formação de casebres cobertos de palha (QUARTO; RASSELLI, 2011, s/p), “o nome do bairro vem do coronel português Francisco Alberto Rubim, que governou a capitania do Espírito Santo, no período de 1812 a 1819” (PREFEITURA DE VITÓRIA, 2011, s/p).

Sobre seu desenvolvimento inicial, a PREFEITURA DE VITÓRIA explana:

O desenvolvimento da Vila Rubim sempre esteve relacionado à sua situação de passagem obrigatória para o continente e vice-versa e a expansão do Centro de Vitória. Depois da década de 20, com os aterros dos mangues que circundavam a Cidade Alta, a população da antiga Cidade Alta passou a ocupar outras áreas para moradia. Para a região da Vila Rubim dirigiram-se as famílias constituídas pelos portuários, dando origem à constituição do bairro (2011, s/p).

“A Vila Rubim, antes diretamente ligada ao mar, era o local de embarque e desembarque de pequenas embarcações”. (QUARTO; RASSELLI, 2011, s/p). Conforme Renato Freixo²: “As pessoas traziam seus produtos do interior, embarcados, paravam aqui”. Por meio das mesmas, transportavam-se produtos agrícolas de outras regiões do estado, fazendo o abastecimento local dos mesmos e sua conseqüente comercialização no local onde eram diretamente desembarcados.

Neste, passou-se, desde o início, a realizar-se um comércio varejista bastante diversificado, sobretudo ligado às necessidades mais elementares daqueles que habitavam o bairro e suas imediações, por camadas populares da sociedade de então. Acompanhando o crescimento na ocupação, crescia o volume de suas atividades, servindo ao atendimento de muitas das necessidades dos que passavam a ocupá-los.

“A Vila Rubim abrigou um comércio mais popular e barato, em parte decorrente do baixo poder aquisitivo de seus moradores e pelo fato de nesse bairro ter-se desenvolvido o Mercado” (SILVA, 2004, p.151). Sua localização, extensiva ao Centro, seguia-o complementando seu papel comercial e propiciava amplas oportunidades de consumo.

Sobre isso, SILVA (2004, p. 154) disserta:

Conectado a organização urbana surgida em torno da área portuária, é inaugurado em 1928³ o principal centro de abastecimento da cidade, o Mercado da Vila Rubim. Seu prédio original era composto por “aproximadamente 20 mercearias na parte alta, que dava frente para a Rua Marcos de Azevedo. Na parte baixa, ao lado da Rua Pedro Nolasco, instalaram-se açougues e bancas de hortigranjeiros”.

² Renato Freixo é gerente administrativo da Associação dos Comerciantes da Vila Rubim (ACVR), entrevistado na presente pesquisa.

³ A primeira construção e a inauguração deram-se no governo estadual de Florentino Ávidos (1924 -1928).

Renato Freixo, tratando da criação do Mercado e seu crescimento, expõe:

[...] vai crescendo as outras regiões, como Vila Velha, Cariacica, aquela coisa toda. Vão crescendo esses lugares e o comércio vai aumentando aqui. Então, quando o governo faz essa intervenção, [...] o centro de abastecimento da Grande Vitória era a Vila Rubim.

O comércio varejista realizado na Vila Rubim se desenvolveu, inicialmente, como necessidade e ideal de contemplar os anseios de consumo básicos e gerais da população que vivia no entorno de sua área, crescendo de forma a acompanhar o crescimento que se dava na ocupação da área central. Com a criação do Mercado pelo poder público, passou a atender crescentemente também aqueles que não necessariamente habitavam suas cercanias, que, em alguns casos, mesmo habitando áreas relativamente distantes da Vila Rubim, como porções de Cariacica e Vila Velha, viam no Mercado em questão as maiores fontes para o consumo, fazendo-se consumidores no mesmo.



Foto 1: Primeira edificação do Mercado da Vila Rubim - 1930

Foto cedida pelo arquivo da Prefeitura Municipal de Vitória.

Nos anos de 1950, com o aumento do comércio na Vila Rubim, SILVA (2004, p. 154) relata:

Como a expansão do comércio na região foi intensa, criou-se no final da Rua Pedro Nolasco um aglomerado de aproximadamente 40 biroschas para venda de peixes, frutas e legumes. Pela desorganização e violência do local este foi apelidado de “comércio da Coréia”.

“Até 1955, as mercadorias eram vendidas "a céu aberto", em pequenas barracas” (PREFEITURA DE VITÓRIA, 2011, s/p), funcionando como pequenas unidades comerciais, marcando no local sua vocação ao comércio de feira que lhe deu origem, a predominância de seu aspecto feirante.

Na constituição do Mercado, foram criadas condições para que mudanças significativas passassem a dar-se na década seguinte:

Na década de 1960 iniciaram os aterros da cidade de Vitória, com objetivo de atender a demanda de espaço por parte dos comerciantes da capital e facilitar acesso para os municípios vizinhos e região serrana. Nesse contexto a edificação original do Mercado da Vila Rubim foi demolida, em fins dos anos 1960, e “em 1968, no governo estadual de Cristiano Dias Lopes Filho, foram construídos três galpões do Mercado” (ESCRITOS DE VITÓRIA: Mercados e Feiras; REVISTA CAPIXABA apud SILVA, 2004, p.155).

Os mesmos podem ser observados na figura abaixo:

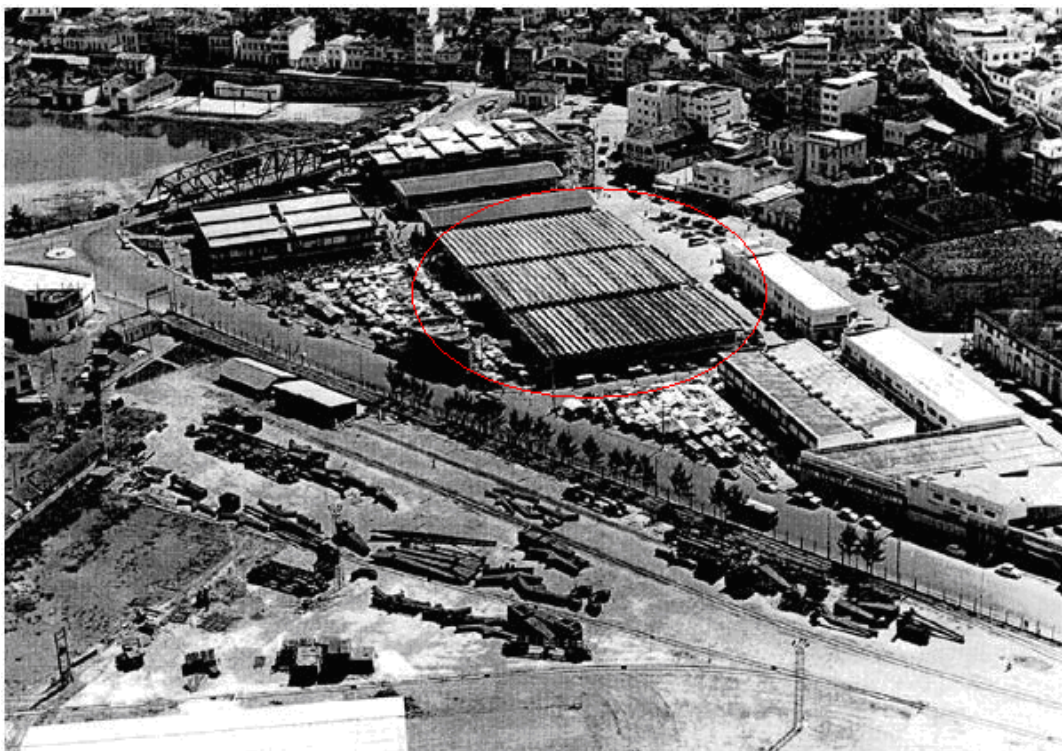


Foto 2: Galpões construídos do Mercado na década de 1960

Foto cedida pelo arquivo da Prefeitura Municipal de Vitória.

Vale ressaltar as palavras de Renato Freixo sobre a criação do Mercado:

[...] a Vila Rubim antes do Mercado Municipal, que na realidade ele não foi feito como mercado municipal, ele foi feito como mercado estadual, pela Secretaria de Agricultura. Foi ela quem construiu isso. E a primeira concessão dada, foi dada pelo estado e não pelo município. Até então a região não era municipalizada.

Na década de 1970 ocorreriam significativas transformações sobre a constituição da Vila Rubim e seu Mercado. No início da mesma, realizou-se o aterramento sobre o canal que banhava a Vila Rubim, afastando o mar e acabando, conseqüentemente, com o cais em que se fazia o transporte de cargas e passageiros, remodelando sua constituição física e impactando seu funcionamento (PREFEITURA DE VITÓRIA, 2011, s/p).

Ainda que realizada em 1968, a construção pelo poder público dos grandes galpões para reunir seus comerciantes seria outro fator a promover mudanças sobre a Vila Rubim, cujas repercussões se fariam marcantes nesta década de 1970. “O que antes eram tímidas barracas ganhou proporções nunca antes imaginadas com grandes galpões para reunir seus comerciantes”. (QUARTO; RASSELLI, 2011, s/p), firmando o Mercado como algo perene na paisagem urbana da área central.

Nesse contexto, o Mercado da Vila Rubim se popularizou, ampliou o desempenho de sua função de abastecimento geral de produtos primários, especialmente, da população que vivia no entorno, haja visto que é ali que se fazia a concentração da ocupação na capital do estado, mas também de abastecer os habitantes das áreas que progressivamente se expandiam nas adjacências das áreas já ocupadas, dando-lhe uma característica central não só para Vitória, mas para os municípios vizinhos também.

Isto em muito se dava pelo seu aparelhamento comercial de grande proporção, como centro de abastecimento de produtos hortigranjeiros do estado, além de ser dotado, também, de estabelecimentos como mercearias, nas quais se podiam ter atendidas uma vasta gama de necessidades, o que, sem dúvida, contribuía para garantir ao Mercado uma função de destaque e importância na conjuntura local.

No que se refere ao abastecimento de hortigranjeiros, especificamente, o Mercado desempenhava ainda, em sua área externa, uma função de comércio atacadista, atuando na distribuição de produtos desse segmento a outros comerciantes, o que colaborava para lhe auferir importância. Desempenhou esta função até 1977, quando da criação da Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (CEASA) em Cariacica, substituindo o Mercado na realização deste tipo de comércio (ESPIRITO SANTO EM AÇÃO, 2011, s/p).

Na vigência da centralização, o Mercado da Vila Rubim atingiu seu auge, se mostrava um exemplo do momento espacial então existente em Vitória, ao concentrar num determinado lugar da cidade, nas imediações do Centro, um comércio amplo, de diversos tipos de produtos.

Esse seu destaque no contexto social descrito não se restringe apenas pela sua função de entrada de produtos advindos do interior e abastecimento de população das cidades citadas, mas também por sua caracterização como local de trabalho de muitos comerciantes, como meio para a realização da atividade comercial daqueles que viam no Mercado o local onde podiam vender aquilo que se podia oferecer.

Nele se garantia a sobrevivência de comerciantes e suas famílias, daqueles que se dedicavam às atividades ali realizadas como meio de garantia de sobrevivência, numa quantidade consideravelmente expressiva para o contexto da época, já que a função comercial era a principal função urbana e eram menores as possibilidades de ocupação.

Sua função social está, portanto, ampliada sob o foco da reprodução social, na garantia da sobrevivência daqueles que precisam consumir e o faziam no Mercado, o qual distribuía o que era produzido, como para aqueles que vendiam o que era produzido, os quais dependiam das atividades que realizavam no Mercado para garantirem suas sobrevivências.

Ressalta-se, ainda, que o Mercado adquiria, inevitavelmente também, um sentido de socialização, na medida em que se desenvolvia um convívio entre os comerciantes e entre estes e os consumidores, chegando a transformar relações de comércio em

relações de informalidade. Como atendia consumidores residentes de além da área central, funcionava por agregar população habitante de diversas localidades, contribuindo para conceder ao Mercado uma característica de ponto de encontro, ampliando o sentido do mesmo como uma referência dentro da cidade. Local, além de comércio, também, de sociabilidade.

Tendo o Mercado em sua composição, a Vila Rubim, situada na área central de Vitória, cumpria um papel na funcionalidade urbana, uma função comercial complementar a do Centro. Por características distintas das deste último, como o comércio ligado às necessidades mais básicas que nela se praticava, pela sustentação com base nos benefícios da ligação com o Centro, como a acessibilidade, a Vila Rubim constituía-se de elementos típicos daqueles que caracterizam a zona periférica do centro.

O seu comércio varejista desenvolvia-se sob as diretrizes da centralização, como parte da representatividade urbana do Centro para toda a cidade, desempenhando um papel na urbanidade equivalente ao contexto exposto, de evidência e expressiva abrangência comercial.

Entretanto, o comércio da Vila Rubim passou a sofrer alguns reveses em seu papel na cidade. O Mercado deixou, como dito, de exercer a função de centro de abastecimento de produtos hortifrutigranjeiros, o que agiu, de maneira significativa, para seu esvaziamento. Nas palavras de Renato Freixo sobre a perda daqueles que vinham vender o que era produzido no interior: “Eles vinham, traziam os produtos deles, vendiam e ainda continuavam levando os produtos de primeira necessidade, ou supérfluos para casa. E é isso que movimentava o Mercado. [...] Quer dizer, a Vila Rubim perdeu essa clientela”.

Somado a isso, mudanças de grandes dimensões passavam a se dar na configuração da cidade, provocando repercussões de igual tamanho. O crescimento demográfico continuamente ocorrido em Vitória a partir das décadas de 1960 e 70, mesmo respondendo por um adensamento habitacional no Centro de Vitória, significava um crescimento na ocupação do espaço da cidade com expansão para além da área central. A continuidade deste processo na década de 1980 e a forma

como essa expansão se fazia proporcionavam, de maneira evidente, mudanças na organização espacial da cidade, ao levar novas formas e novas funções para o espaço que se construía.

Com a expansão de sua área de ocupação e uso para além da área central, para além do Centro e seu entorno, predominantemente habitados e comercialmente mais desenvolvidos, mudanças sobre todo o funcionamento urbano da cidade passam a ser sofridas. Atributos urbanos antes exclusivos do Centro passam a se difundir por outras porções do espaço da cidade, exercendo funções que antes somente se faziam presentes no Centro.

No âmbito comercial, o processo de expansão da malha urbana de Vitória, com novas áreas de ocupação de sua crescente população, levava consigo para as mesmas o estabelecimento de atividades comerciais atreladas ao atendimento das necessidades da população que passava a habitá-las.

Tornava-se viável ao comércio seguir as possibilidades de acumulação de capital que as oportunidades de satisfação dessas necessidades significavam, expandindo-se também.

Essas mudanças e incremento de funções em outras porções da cidade concernem ao processo de reestruturação urbana, desconcentrando aquilo que antes se concentrava no Centro, criando as condições de vigência do segundo estágio da centralidade: a descentralização.

Com o desenvolvimento de atividades comerciais para o atendimento das necessidades de consumo da população nas áreas em que a ocupação passou a se concentrar, o Centro reduz seu sentido atrativo em sua principal função dentro da cidade.

Isso acaba por refletir sobre o comércio da Vila Rubim. Conforme dito anteriormente, aqueles que consomem têm sempre o objetivo de que o ato de consumo seja o mais facilitado possível. Com as novas disponibilidades de comércio locais e facilidades de acesso aos mesmos, o deslocamento daqueles que passam a se encontrar

distantes da Vila Rubim se torna desnecessário, e com isto, o comércio nela realizado deixa de ter um sentido central, acompanhando o Centro em sua perda em importância.

O comércio da Vila Rubim passa a sofrer os efeitos comparativos de distância. Para àqueles habitantes das áreas de mais recente ocupação, a proximidade então estabelecida para com o aparato comercial surgido torna, conseqüentemente, desnecessário o deslocamento dos mesmos para a satisfação de suas necessidades onde a concentração habitacional anteriormente se dava.

SILVA (2004, p. 154) exemplifica esse fato, consubstanciando suas causas:

O lugar perdeu a importância quando esse processo passou a se fazer consistente, quando começaram a surgir os quilões na maioria dos bairros de Vitória e nos municípios vizinhos. A atração pelo comércio mais fino surgido onde a ocupação abastada passou a se fazer foi definitiva nesse processo.

Ela perde, de forma concomitante ao processo de desconcentração habitacional e descentralização comercial, sua abrangência.

Destaca-se, ainda, que outros tipos de estabelecimentos comerciais com características bastante diferentes das encontradas no comércio realizado na Vila Rubim passam a se fazer presentes nessas áreas de expansão na ocupação, como os supermercados. Na forma de um único comércio e englobando num único ponto uma vasta gama de tipos de produtos, pautando-se no auto-atendimento, na qualidade padronizada de seus serviços e produtos e no conforto, eles acabam por atender inúmeras demandas e por definir novas formas de consumo.

Além disso, como coloca Freire (1998, p. 65): “o ato de consumir, levado às últimas conseqüências, transfigurou numa necessidade por si mesma. Dito de outra maneira, faz parte e é um valor da vida urbana cotidiana”. É nessa direção que objetos de consumo considerados mais sofisticados e dotados de atributos que vão além das necessidades mais imediatas passam a inserir-se na cultura de uma parte da população.

O comércio varejista da Vila Rubim, pelas suas próprias características e pelo distanciamento espacial criado para com os de maior poder aquisitivo, acaba afastando-se mais dos parâmetros comerciais que se estabelecem em outras porções da cidade, a descontextualizar-se, atendo-se a um tipo de demanda e mercado consumidor específicos, traduzida, fora a comercialização de alimentos, a venda de produtos de aspecto popular, às vezes somente lá encontrados.

Acompanhando o Centro na trajetória urbana da cidade e se vendo diante de novas condições comerciais, o comércio varejista da Vila Rubim passa a se defrontar com uma nova realidade e a ter de enfrentá-la.

CAPÍTULO V

5. O Comércio da Vila Rubim no Âmbito da Descentralização e das Mudanças no Centro da Cidade - A Vila Rubim Hoje

A cidade, como uma construção contínua da sociedade, tem em seu espaço a presença de diversos tipos de comércio, surgidos em diferentes fases de seu desenvolvimento. O espaço atual retrata a coexistência destas diferentes formas comerciais que passaram, em momentos distintos, a se fazer presentes no mesmo, com propósitos variados e formas de funcionamento bastante diferenciadas entre si.

O comércio varejista da Vila Rubim exemplifica a presença no espaço de uma forma construída no passado. Surgido em outro momento, realiza-se, atualmente, sob os efeitos da descentralização. Como resultado da criação de novos centros e da conseqüente perda de importância do Centro no cenário local, esse perdeu parte de sua representatividade e de clientes, já não atendendo a mesma clientela que outrora se fazia compradora no mesmo.

As repercussões disso agem diretamente sobre o todo o funcionamento do comércio da Vila Rubim, como o tipo e volume da comercialização de produtos que nele se

faz, as relações de comércio entre comerciantes e consumidores que nele se realizam e, principalmente, a quem se faz usuário do mesmo, sobre aspectos que evidenciam o lugar que este assume na cidade.

O comércio da Vila Rubim surgiu e se desenvolveu com fins particulares. Moldou-se no tempo de acordo com a funcionalidade por ele exercida na estrutura urbana capixaba. Com o aparecimento de novos centros na paisagem urbana da cidade, como o subcentro da Praia do Canto e o Shopping Vitória, o comércio da Vila Rubim, pelas suas características particulares e papel precedente desempenhado ao longo da história urbana local, passou a se distinguir de tal maneira dentro da estrutura comercial da cidade que lhe é outorgado à conceituação de tradicional.

Diante novos centros e do comércio que neles se pratica, seu conceito de tradicional imediatamente decorre da diferença. O comércio da Vila Rubim se mostra um contraponto, um espaço de resistência às mudanças, dos novos padrões de consumo, focados em novos valores, na novidade. Nele, o que é vendido, a forma como se dá o ato de vender e as formas espaciais antigas onde se vende se diferenciam do que hoje é difundido e, portanto, comum em outras porções da cidade.

Para CARVALHO (2011):

O comércio tradicional é parte integrante da identidade de cada local, contribuindo para a dinamização do seu meio envolvente e constituindo patrimônio material do mesmo. É um elo essencial da relação afetiva do território com os seus habitantes. Para além de caracterizar social, econômica e patrimonialmente uma comunidade, ajuda também a construir a memória coletiva do local em que se insere.

Com a descentralização comercial em Vitória e a, conseqüente, redução da centralidade interurbana do Centro, o comércio da Vila Rubim diminui sua presença no cotidiano da cidade. Passaria a sofrer, como repercussão essencial desse processo, com uma redução na presença de consumidores no mesmo, marcadamente daqueles provenientes de outras porções do espaço urbano local ou que do Centro se distanciavam, retratando uma perda de representatividade e no papel de sua função comercial para a cidade.

Renato Freixo explana sobre isso, indicando o público consumidor atual da Vila Rubim:

O comércio da Vila Rubim, ele hoje, abastece quem? Abastece a Ilha do Príncipe, Parque Moscoso, Santo Antônio, em algumas coisas também, porque lá já tem comércio forte também. Então, ele ficou meio bairrista mesmo. Pra atender as pessoas do seu entorno.

Como essa redução de público consumidor entre aqueles que não habitavam o bairro Vila Rubim se dava de maneira progressiva, acompanhando o processo de crescimento urbano e de descentralização comercial na cidade, fortaleceu-se o aspecto popular do comércio da Vila Rubim, sua vocação ao atendimento das camadas mais populares da sociedade, especialmente habitantes mais próximos ao mesmo, assim como ao seu público fiel, que por ligações afetivas com o local não deixaria de freqüentá-lo.

Aliado a descentralização e a redução de consumo provocada por essa redução de consumidores, a forma de comércio realizada em seu mercado, que de maneira expressiva caracteriza o comércio da Vila Rubim, passava a se mostrar ultrapassada, conforme expõe PINTAUDI:

A forma mercado se tornou obsoleta pela sua inadequação aos novos parâmetros de qualidade oferecidos para os consumidores por equipamentos comerciais surgidos posteriormente, como os supermercados e hipermercados, concebidos para atender aos novos tempos do capital com conforto, rapidez e sem a mediação dos vendedores (2006, p. 96).

Segundo Pintaudi: “Quando o costume de abastecer-se em locais onde suas características já não são encontradas em outros tipos de estabelecimentos surgidos no tempo, o que se realizava antes passa a assumir um aspecto tradicional” (2006, p. 98).

No esteio desse amplo processo, se por um lado, ao ser visto relacionado ao passado, passa a receber um aspecto inexorável de tradição, o comércio da Vila Rubim passava a ser visto de forma distante para boa parte da sociedade, conotando-lhe novos significados, surgidos no âmbito de novidades, assumindo

significados negativos, relacionados ao tempo, como antigo, obsoleto, decadente e abandonado.

Além disso, relações sociais decorrentes desse comércio da Vila Rubim, que de maneira antes comum se davam, esvaem-se nesse contexto de mudanças comerciais e redução de importância do comércio em questão, como retrata PINTAUDI (1999, p. 157):

A atividade comercial sempre envolveu algo mais do que o simples ato de comprar e vender e se constituiu num elemento de integração de relações sociais estabelecidas no cotidiano. Por se apresentar concentrado no centro da cidade, mesclado a outras atividades terciárias e à moradia, a atividade comercial atraía para lá pessoas de todos os estratos sociais, que de alguma maneira, estavam em contato. Quando o espaço do centro da cidade se transformou, os antigos laços entre as pessoas e o lugar se romperam e, com isso, as relações tornaram-se mais frágeis [...].

Diante dessas conseqüências, expressões inevitáveis de enfraquecimento, a perpetuação deste comércio no espaço demonstra, porém, que seu significado e valor social para a cidade não acabaram, sendo ainda suficientemente marcantes, que mesmo diante todas as mudanças que acompanhou, mantém-se, por sua constituição e características, ainda útil e relevante.

Mais que uma simples aglomeração comercial, o comércio da Vila Rubim representa parte importante da história comercial do Centro e da cidade. Local, não só de afinidade de parte da população para com o espaço, como de contemplação histórica e atual de variadas necessidades de consumo.

Seu comércio compreende a conexão de formas públicas, representadas pelos galpões do Mercado Municipal da Vila Rubim, com formas particulares. Consta-se a mescla de estruturas antigas, algumas reformadas, e de estruturas novas, nos quais se situam estabelecimentos comuns a outros locais de comércio, como lojas de animais, de variedades não especializadas, como mercearias, distribuidoras e atacados, bares, lanchonetes, açougues e, mesmo, formas mais modernas e atípicas aquelas historicamente nele presentes, como supermercados.



Foto 3: O comércio da Vila Rubim atualmente

Foto do Arquivo da Prefeitura Municipal de Vitória



Foto 4: A estrutura física do Mercado da Vila Rubim

Foto tirada pelo autor.

Percebe-se atualmente, ainda, disposta sobre a área compreendida pela Vila Rubim a existência de uma combinação de comércios. Além dos comerciantes que realizam

suas atividades em lojas, há também comerciantes de produtos de feira, que vendem suas mercadorias nas calçadas, imediatamente distinguidos quanto à forma com que realizam sua atividade de venda, segmentada pelo aspecto estrutural, assim como pelos encargos e requisitos que cada um tem de cumprir.

Diferenciando-os, Renato Freixo relata:

Os comerciantes aqui submetem-se as leis vigentes, ou seja, alvará de localização e funcionamento, todas as normas estabelecidas. Já em se tratando em ambulantes, não há vínculos nenhum com eles. Eles estabelecem-se por falta de fiscalização do município. Dentro do Mercado não há ambulantes. Aonde eles estão já não é Mercado, ali é Vila Rubim. E ali cabe ao município.

Em síntese, segundo Renato Freixo: “A única coisa que se pode apontar da Vila Rubim é dizer que aqui se encontra de tudo. Tudo o que se pensar, se encontra na Vila Rubim. Dentro de suas 425 lojas. [...] O que tem a Vila Rubim é a diversidade”.

Concentra-se, hoje, sobretudo, ao longo da Avenida Duarte Lemos e da Rua Pedro Nolasco, na forma de lojas em edificações particulares, enquanto a área do Mercado se estende entre a Rua Pedro Nolasco e a Avenida Presidente Getúlio Vargas, ligando-se à Avenida Duarte Lemos, na forma de pequenos boxes, pela Travessa Braz Loureiro.

A figura a seguir lustra tal disposição espacial do comércio pelas principais vias do bairro:



Figura 4: Imagem aérea da Vila Rubim

Fonte: Google Maps

O entendimento de sua utilidade e função na estrutura urbana capixaba no presente, para além de onde se localiza e discrepância para com outras formas mais modernas de comércio de outras porções da cidade, passa necessariamente pela existência do Mercado da Vila Rubim em sua composição.

A Vila Rubim, como um conjunto de formas espaciais, tem no Mercado da Vila Rubim o seu expoente máximo, melhor representante das mudanças ocorridas e daquilo em que consiste o comércio local.

O Mercado da Vila Rubim é um mercado municipal, cujas características, construídas ao longo do tempo, respondem por um aparelho comercial que se apresenta único, hoje, em Vitória.

A construção de sua situação atual é resultado da sobreposição de tempos, de diversas ações e intervenções de agentes sociais locais sobre o mesmo. Para o

entendimento desta construção o incêndio ocorrido em 1994, provocado por fogos de artifício em uma de suas lojas, responsável pela destruição da estrutura de boa parte do Mercado, é aspecto fundamental, como um grande revés em sua trajetória de existência.

Silva (2004, p.155) expõe esse processo, indo além, tratando a situação criada como declínio e apontando seu ápice: “O declínio culminou com o incêndio em 1994, que destruiu dois galpões, 110 boxes e 30 lojas”.

Tal fato é ilustrado nas figuras abaixo:



Foto 5: Reportagem Jornal A Gazeta sobre incêndio no Mercado da Vila Rubim em 1994

Fonte: Gazeta On Line



Foto 6: Incêndio no Mercado da Vila Rubim em 1994

Foto de Chico Guedes, cedida pelo Arquivo do Corpo de Bombeiros do Espírito Santo.

Seu funcionamento foi extremamente prejudicado durante alguns anos, obrigando muitos comerciantes a ocuparem as calçadas do local com barracas para continuarem a vender seus produtos. O Mercado ficou em estado de total abandono, por quase seis anos, dando lugar a mazelas sociais, como a violência, e recebendo uma significação social negativa. (SILVA, 2004).

Com o incidente e, posterior, abandono, o Mercado da Vila Rubim foi, então, municipalizado, após reivindicação da Prefeitura de Vitória sobre o mesmo⁴. Esta atuou na construção de uma nova estrutura, em uma reestruturação do Mercado, visando, intrinsecamente, além de organizá-lo, à manutenção do mesmo no espaço, garantindo, em simultaneidade, a perpetuação de sua tradicionalidade e a sua adaptação à nova realidade de consumo, de maneira que esta viabilize sua funcionalidade sob o contexto atual.

⁴ O governo do estado cedeu à prefeitura municipal de Vitória a reconstrução dos novos galpões do Mercado, ficando com esta última a propriedade dos mesmos.

Em 2002 sua nova estrutura foi entregue aos antigos comerciantes. Foram construídos quatro novos galpões para abrigar 52 lojas, em uma área de 3.400m² (SILVA, 2004, p. 157). Além disso, como parte da criação de uma infra-estrutura atrativa à clientela, a urbanização do local passou a contar ainda com estacionamento para veículos, ampliando as possibilidades de atendimento daqueles que se deslocam ao mesmo de outras áreas da cidade, dando-lhe atributos de conforto e facilidades.

Conforme a figura seguinte, percebe-se a nova estrutura interna do Mercado:



Foto 7: Entrada do Mercado da Vila Rubim

Foto tirada pelo autor.

Renato Freixo, mesmo ressaltando as perdas, aponta as melhorias decorrentes dessa intervenção do poder público na reconstrução do Mercado e na formação de sua caracterização atual:

Eu diria que a Vila Rubim jamais seria o que é hoje sem ter passado pelo incêndio. Não tem como. Você olha o pedacinho ali que restou e olha pro lado de cá. Não tem como. As lojas não tinham laje. Eram coberturas de madeira pra fazer é... os seus depósitos. Os galpões quando foram entregues... tem boxes em cada galpão, eram boxes 2x2, mas com cobertura única, a energia

era única. A água só tinha é... distribuição coletiva. Entendeu? Então, as paredes tinham até dois metros só. Era tudo aberto. Era uma coisa meio feirante. Aquilo foi se modificando. Sabe aquela coisa de você ver... a diferença é que nós passamos de uma favela para um bairro com planejamento. Sem levar em consideração as perdas, as mortes, essas coisas todas... sim, ele trouxe benefícios pro Mercado.

Ao reformar e melhor estruturar fisicamente o Mercado da Vila Rubim, organizando-o, exemplifica-se a atuação do poder público no comércio urbano, fazendo entender que mantê-lo no espaço urbano local se faz como necessário por este cumprir um papel dentro de seu funcionamento.

Sobre a atuação do poder público na administração de espaços comerciais como os mercados públicos, Pintaudi expõe: “Hoje, do ponto de vista econômico, esse espaço tornou-se desinteressante porque cada vez mais se prioriza a reprodução do capital de maneira privada” (2006, p. 97).

Apesar de as unidades comerciais que compõem o Mercado da Vila Rubim serem todas de iniciativa privada, permissionárias de uso das lojas que compõem os galpões do Mercado, ficando a administração sob controle da Associação dos Comerciantes da Vila Rubim (ACVR), o Mercado da Vila Rubim, como propriedade do município, se mostra como remanescente da participação do poder público local no comando organizacional da atividade terciária em Vitória.

Sua inserção na atividade comercial se faz, sobretudo, de forma a criar meios de garantir a reprodução do capital no local.

[...] O que se observa com relação aos espaços comerciais mais antigos, como o dos mercados públicos, é uma tendência de sujeição desses espaços ao novo momento econômico, caso contrário não sobreviveriam por muito tempo. Embora nem tudo ainda possa ser reduzido à esfera econômica, antigas formas comerciais adquirem uma nova conotação, uma nova roupagem, à semelhança dos novos centros, e parecem capturados pelo social tornado espetáculo, o que não deixa de ser uma forma de sujeição ao econômico. (PINTAUDI; 1999, p. 157)

Sob esse contexto vigente, o comércio tradicional busca se reapresentar, se adaptar, recebendo, inclusive, novas funções. Por ser local de representatividade histórica para a cidade, ganha, por meio de infra-estrutura e eventos culturais, por

exemplo, uma atribuição turística, significando uma atração para aqueles que querem conhecer parte da história da cidade.

Além disso, a existência de projetos de revitalização do Centro desenvolvidos pelo poder público municipal, cuja essência se assenta na promoção positiva de modificação das condições em que se encontra o Centro, pode, como de praxe se mostra sua influência sobre a atividade comercial varejista da Vila Rubim, produzir efeitos sobre as atividades que nela se realizam.

Hoje a caracterização do comércio varejista realizado no Mercado da Vila Rubim faz-se, principalmente, em função do tipo de demanda que este busca atender, ao papel extensivo (e primordial) que cumpre do comércio do bairro para a cidade, o que permeia o tipo de comércio que nele se pratica, como tipos de lojas e tipos de produtos, e a forma como se pratica, como o tipo de atendimento que nele se dá.

Quanto ao consumo, não se mantém atualmente para contemplar necessidades de consumo mais sofisticadas, realizáveis em outros locais. Trata-se, principalmente, de um consumo com público alvo, para uma população de baixa renda, característica presente para muitos daqueles que habitam o seu entorno, cujas necessidades não são as mesmas daqueles que possuem alto poder aquisitivo, que consomem produtos de maior valor agregado e que não necessariamente se ligam a aspectos práticos do cotidiano, conforme confirma Renato Freixo:

E... o Mercado em si, ele sofreu com a perda do movimento. Mas a classe que freqüentava o Mercado continua sendo a mesma até hoje. Vamos dizer assim: 10% é classe A, 30% é classe B, e classe C é que detêm os 60% do movimento em si do Mercado.

É, portanto, um mercado popular. A exceção, de acordo com Renato Freixo, fica por conta de lojas que se tornaram referência em seu segmento:

De tempo em tempo muda-se o segmento principal da Vila Rubim. E ele vai se adequando. Nós já tivemos vários. Agora, sempre com essa medida de classe. Já teve época em que a classe A não aparecia. Hoje as lojas responsáveis pela classe A são três ou quatro, lojas que se tornaram âncoras na Vila Rubim. Eu acho que grande parte da classe A que vem à Vila Rubim hoje vem por causa dessas lojas.

O Mercado da Vila Rubim apresenta em sua composição estabelecimentos comerciais de diferentes tipos de venda, mas se diferencia por se manter como um local de comércio em que parte dos produtos vendidos nos mesmos não é comumente encontrada por consumidores em outros locais, ou mesmo que só podem ser encontrados nele, atraindo por isto, também, outros consumidores que não os do entorno, de distintas localidades. Trata-se, neste sentido, sobretudo, do comércio de produtos religiosos ou que refletem a cultura popular local, os quais, tradicionalmente vendidos no Mercado, são elementos simbólicos de sua caracterização.



Foto 8: Produtos tradicionais, de aspecto popular

Foto tirada pelo autor.

Estes podem até mesmo caracterizar uma especialização comercial do Mercado da Vila Rubim, marcando uma de suas características fundamentais, mas que, entretanto, não são únicas. O Mercado não é especializado por produtos, não restringe suas vendas a um só tipo de comércio, possuindo, além de serviços, outros tipos de comércio varejista, dentre os quais se destaca a peixaria, que possui um galpão exclusivo para sua atividade, assim como o comércio de aves, de produtos

de artesanato, utensílios domésticos e venda de ervas medicinais, que se distribuem de maneira marcante pelo mesmo.

No que tange a forma de se fazer comércio, diante uma nova realidade, o comércio praticado no Mercado buscou, conforme Renato Freixo, mesclar a adaptação ao momento com a manutenção do que carrega em si com o tempo: o tratamento. Este expõe:

Dá pra se dizer que nós temos as duas coisas. Porque grandes lojas vieram aqui pra dentro. [...] Existe porque migraram para cá. Mas o atendimento da Vila Rubim ele é antigo. Você ainda encontra muitos comerciantes que vendem no “risquinho”. Que tem aquela relação que não é nem de anos não, que não é com o cliente não, mas com a família do cliente. O pai comprava ali. O pai comprava com o pai. E hoje é o filho que toma conta da loja, mas vende pros filhos daqueles. Quer dizer, é uma relação... e isso acontece muito. Eu acho que aí está uma das principais características. Por isso que a gente vê a necessidade do resgate cultural pra estar demonstrando justamente isso. Você tem um diferencial a oferecer justamente por causa do tratamento. Quer dizer, tem aquela relação que é... antiga mesmo do Mercado. De confiança. De relacionamento mais próximo. Uma das coisas que você pode, independente do estado que você esteja, ou da capital que você esteja: entrou no mercado municipal é isso que você encontra: é uma coisa mais próxima, uma coisa mais viva, né. E aqui na Vila Rubim não é diferente não, se tem esse tipo de tratamento.

Mesmo que alterado com o tempo, Renato Freixo conclui: “É a situação do tratamento. Do atendimento familiar. [...] Com certeza essa é a principal característica do antigo para o atual, que ainda persiste”.

Estes aspectos são componentes importantes na caracterização interna do Mercado e sobre as mudanças nele ocorridas. Ocorrência de tais mudanças que, entretanto, não são capazes de descaracterizar a tradicionalidade do mesmo, que mantém muitas de suas características históricas e peculiaridades já citadas.

A viabilidade futura de manutenção do Mercado no espaço é questão em foco, numa análise expandida para todo o comércio da Vila Rubim. A preservação de suas particularidades, usando-se dela para atração do público, e a adaptação ao atendimento de outras demandas de consumo e uso, diferentes daquelas tradicionalmente exercidas, são indagações sobre sua essência.

Ao menos no presente, alguns aspectos, como o atendimento de todo tipo de necessidades de consumo e de demanda não contemplada em outro local, ainda indicam a relevância social do comércio local e dão pistas para o futuro, que apesar das mudanças por ele sofridas não impedem que o mesmo continue possuindo uma função e significação importante, mesmo que de maneira mais marcante para um público específico e não da mesma forma e quantidade de outrora.

A viabilidade de sustentação do comércio local, considerando as características que possui, como a quem atende, forma como atende, quais suas funções e o que vende, pode não significar que novas formas de comércio anulem outras, mas que são complementares dentro de um espaço urbano em que se expressa a policentralidade, diferenciado e dotado de muitos aspectos componentes. Sem dúvida, suas existências, e mesmo permanências no espaço da cidade, ligam-se ao local onde se localizam na mesma, como reflexo das possibilidades e anseios distintos que cada lugar representa, de gerar retorno, respondendo a expectativas de comerciantes, e de atender determinadas demandas de consumidores.

Pintaudi (2006, p. 83) expõe: “Para existir no tempo, uma forma precisa, necessariamente, resistir, ter sentido, se transformar ao mesmo tempo em que cria raízes”. Pelas atribuições de valor que recebe e pela construção histórica de suas características, contata-se que a presença do comércio da Vila Rubim no espaço se faz pelo preenchimento desses requisitos, pela existência de um sentido de permanência.

O comércio da Vila Rubim se insere como parte do comércio capixaba, como integrante de um processo contínuo de reprodução social, dotado de uma função, conforme exposto, de atender uma parte da população. Se, sob a descentralização, já não atende a todos e, logicamente, já não tem mais a importância que teve, pois se reduziu proporcionalmente a quantidade de pessoas que atende, ainda desempenha um papel importante, como se pode constatar no grande fluxo de pessoas que circulam por sua área, pela quantidade de comerciantes que se fazem presentes no Mercado e no bairro e pela quantidade de pessoas que dependem do mesmo para atender suas necessidades de consumo e mesmo para sobreviver das atividades que nele realizam. Isto, assim como aquilo dito sobre o comércio do

Centro, impede afirmar o fim da importância do mesmo e de sua representatividade no contexto capixaba.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É comum a atenção dada ao novo, ao que surge, relegando o antigo, deixando-o a margem, como ultrapassado ou obsoleto, parte do passado. No capitalismo, os interesses que guiam a produção do espaço fazem-se visando o aproveitamento do mesmo, buscando as condições de reprodução do capital, conforme exposto na pesquisa.

Os espaços de uso e ocupação antigos, por oferecerem menores condições para se fazer um uso novo do espaço, pois já são dotados de uma materialização precedente, oferecem menores possibilidades para tanto, acabando por se tornar e caracterizar como menos interessantes ao capital, reduzindo-se como alvo de atenção.

Nesse sentido, a pesquisa atentou-se sobre o que freqüentemente se perde o foco, quando não é objeto de desprezo.

O processo de produção do espaço nas cidades tem como resultado inevitável a produção de diferenças. As porções da mesma onde a ocupação e uso se fizeram de maneira precedente, sob condições de produção distintas daquelas hoje determinantes, tendem a ter seu significado mudado ao longo da estruturação do espaço, deixando de representar no presente o que representaram no passado.

Em Vitória, o Centro marcou-se durante décadas como o espaço privilegiado da cidade, onde a ocupação e uso do solo, realizado de maneira precedente, se deu de maneira mais intensa. No mesmo se concentrou as principais atividades urbanas do estado, especialmente o comércio. O Centro centrava a reprodução da sociedade local, atraía. Existia sob a centralização. À ele se convergia.

As mudanças na configuração urbana que repercutiriam sobre o sentido do Centro em Vitória se deram em decorrência, sobretudo, do crescimento populacional da cidade nas décadas de 1960 e 1970, em função do êxodo rural no estado, e na

conseqüente ampliação da ocupação no município. Ainda que continuasse a exercer a centralização na cidade, esse processo constituiu o indicativo de mudanças no funcionamento da cidade.

A continuidade desse processo fez surgir na cidade novos centros, e com eles uma repartição das atividades que antes faziam do Centro, o centro. Desconcentraram-se elementos da centralidade. Dispersou-se o comércio, fundaram-se as bases para o desenvolvimento da cidade pela descentralização.

Sob a descentralização o Centro perdeu sua exclusividade, reduziu sua atratividade. O capital passou a buscar em outras porções do espaço da cidade condições para sua reprodução, diminuindo suas intenções sobre o Centro. Este diminuiu sua importância relativa, perdeu destaque. Passou a deter condições, que comparativamente aos centros emergentes, configuravam-se em não ideais.

Por sua produção antiga, já possuía uma constituição material prévia, que dificultava sua remodelação sob os novos requisitos de desenvolvimento. Desenvolveu-se sob parâmetros distintos daqueles considerados ideais ao momento espacial estabelecido com a descentralização. Passou, em função de comparação, a ser visto como permeado de problemas para que as novas exigências espaciais da sociedade se fizessem de maneira satisfatória, dando condições para se enfraquecesse o comércio nele realizado.

O comércio da Vila Rubim, acompanhou o Centro em ambos os processos de estruturação do espaço. Desempenhou função e recebeu significados que corresponderam ao momento espacial da centralidade vivido na cidade.

Sob a centralização atingiu seu auge. Nesta fase, marcaram-se suas características mais fundamentais, aquelas que lhe atribuíram um significado de importância social. Amparando-se na influência do Centro, a presença de seu comércio no espaço o incorporou ao uso da cidade. Tornou-se hábito, adquiriu um aspecto popular, complementar ao comércio do Centro, um costume para muitos da sociedade capixaba.

Seu papel comercial significava a concentração, sobretudo no Mercado, de todo o tipo de demanda de consumo. Contendo vários tipos de estabelecimentos comerciais, com mercadorias somente lá vendidas, atraía habitantes de toda Grande Vitória, constituindo um retrato de relações sociais, muitas vezes arraigadas pela informalidade.

Sob a descentralização adquiriu uma conotação histórica sobre seu significado, reflexo do que hoje não mais é comum. Sob sua vigência, o comércio da Vila Rubim conheceu seu declínio. No rastro da perda do sentido atrativo do Centro, a Vila Rubim perdeu consumidores, distanciou-se do restante da cidade, enfraqueceu seu comércio. Nele, as condições de reprodução do capital decaíram. Suas formas físicas degradaram-se no tempo. O Mercado da Vila Rubim, que simboliza o comércio local, sofreu um incêndio.

Mesmo diante dessas adversidades surgidas, a permanência do comércio local no espaço durante a descentralização demonstra, entretanto, que os alicerces provenientes daquilo que o mesmo um dia representou para a cidade se fazem mais forte que os significados negativos recebidos durante a descentralização. Tem assegurado uma relevância social. Configura-se como um espaço de memória, dotado de características, hoje, consideradas saudosas por aqueles que, como comerciantes ou consumidores, o fizeram. O conjunto de significados constituídos durante seu papel histórico na cidade contribui decisivamente para garantir sua preservação no presente.

Aliado, claro, ao comércio único, marcadamente vasto, que desempenha em Vitória e atuação do poder público na revitalização do Mercado e sua estrutura física, o comércio da Vila Rubim persiste no espaço, mesclando o antigo e o atual. Apropriou-se das características que lhe são únicas, usando-se delas para se manter sob o novo contexto (re)produtivo da sociedade, para realizar a reprodução do capital no espaço, indicando, assim, não só o caminho de seu funcionamento atual, mas também futuro.

Na análise das mudanças desencadeadas por um processo de estruturação do espaço, o comércio da Vila Rubim constituiu um objeto de estudo circunscrito capaz

de exprimir adequadamente muitas das transformações por que passaram e passam o espaço da cidade no tempo, articuladas a descentralização sucedida em Vitória.

Para desenvolver o entendimento sobre as mudanças ocorridas no comércio da Vila Rubim no tempo alguns obstáculos se fizeram presentes. A pesquisa contou com algumas dificuldades. Além da pouca experiência no domínio das técnicas de pesquisa, um grande entrave no cumprimento dos objetivos da mesma se concentrou no encontro de fontes bibliográficas sobre a Vila Rubim. Muito se é concebido sobre ela, mas pouco se é dito sobre a mesma.

Visando compensar estas dificuldades, o contato direto com o objeto de estudo, percebendo e analisando suas particularidades, aquilo em que o mesmo consiste, se fez necessário, por meio de constatações e da realização de entrevista, para aquisição de informações, não só relacionadas ao desenvolvimento do comércio da Vila Rubim, como também relativas à sua caracterização e funcionamento, só passíveis de serem obtidas deste modo.

A pesquisa visou contribuir com a compreensão da atividade comercial varejista no espaço em Vitória, como esta está, não apenas localizada e distribuída, mas também organizada e organizando, como sua implantação é influenciada pelo uso que se faz do espaço ou influencia no uso do espaço. Servindo-se da teoria da centralidade urbana para embasar tal compreensão, o comportamento do comércio na porção da cidade em que este se concentrou primeiramente, foi, em relação ao conjunto da mesma, tomado como análise, com a certeza de limitações, da incapacidade de apresentá-lo em sua plenitude.

Diante disso, nem tudo o que se propôs compreender pôde ser contemplado, dando margem para aprofundamentos posteriores.

O que se conclui é que o processo de estruturação do espaço e, conseqüente, modificação das condições de funcionamento da cidade, relevam, por meio da centralidade urbana, a dinamicidade do processo de produção espacial nas cidades. Como, sob o capitalismo, os espaços, na vinculação ao comércio, reduzem ou aumentam sua importância na cidade, como seus papéis são desempenhados de

maneira efêmera, nunca estática, como seu valor e significados são sempre passíveis de serem mudados.

VII. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Manuel Correia de. Geografia, ciência da sociedade: uma introdução à análise do pensamento geográfico. São Paulo, 1987

CAMPOS JR., Carlos Teixeira de. A construção da cidade: formas de produção imobiliária em Vitória. Vitória: Florecultura, 2002.

CARLOS, Ana Fani A. O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: Contexto, 2004.

CARVALHO, Alexandra. Comércio Tradicional – Espaços & Memórias. Disponível em: <<http://retalhosdebemfica.blogspot.com/2011/03/comercio-tradicional-espacos-memorias-1.html>>. Acessado em 26 ago. 2011.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O comércio informal e a cidade. In: SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA, 2., 2003, Uberlândia. Anais. Uberlândia.

CORRÊA, Roberto Lobato. Área Central – Permanências e Mudanças: uma introdução. In: OLIVEIRA, José Aldemir de (org.). **Cidades brasileiras: territorialidades, sustentabilidade e demandas sociais**. Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas, p. 44-47, 2009.

_____. Comércio e Espaço: uma retrospectiva e algumas questões. In Simpósio Comércio e Consumo na Cidade. União Geográfica Internacional. Grupo de Estudos Mundialização do Comércio, São Paulo, 2000.

_____. O espaço urbano. São Paulo: Ática, 1995.

_____. Região e Organização Espacial. São Paulo: Ed. Ática, 1989. p. 51-75.

ESPIRITO SANTO EM AÇÃO. Disponível em: <http://www.es-acao.org.br/index.php?id=/sala_de_imprensa/materia.php&cd_matia=1735>.

Acessado em 05 mar. 2011.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. O comércio tradicional na cidade que se produz: o Centro de Belo Horizonte. *GeoUsp*, São Paulo, n. 5, 1998. p. 63-77.

FREIXO, Renato. Pesquisa de Campo. Realizada em 23 nov. 2011. Vitória. ES.

GALERIA DE CIDADE DE PALHA.COM. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/cidadedepalha/>>. Acessado em 05 dez. 2011.

GAZETA ON LINE. Disponível em: <http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2009/07/519157-mercado+da+vila+rubim+ainda+busca+identidade+apos+15+anos+do+incendio.html>. Acessado em 08 dez. 2011.

GOMES, Eduardo Rodrigues. A Geografia da Verticalização Litorânea em Vitória: o bairro Praia do Canto. Vitória, 2009. p. 78-91.

GOMES, Pedro H. Centralização e descentralização em cidades médias. Uma discussão do processo de formação de novas centralidades no município de Petrópolis -RJ. II Simpósio Internacional sobre cidades médias. Universidade Federal de Uberlândia, 2006. Anais... Uberlândia.

GURGEL, Antonio de Pádua. Portos do Espírito Santo / Antonio de Pádua Gurgel e Hesio Pessali. Vitória: Contexto Jornalismo e Assessoria Ltda. 2001

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censos Demográficos de 1960 - 2010.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES. Disponível em: <http://www.ijsn.es.gov.br/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=186>. Acessado em 20 out. 2011.

PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (org.) *Novos Caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 1999. p.143-159.

_____. Os Mercados Públicos: Metamorfoses de um Espaço na História Urbana. In *Cidades*, v. 3, n. 5, 2006. p. 81-100.

PREFEITURA DE VITÓRIA. Secretaria de Gestão Estratégica / Gerência de Informações Municipais. Disponível em: <<http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/bairros/regiao1/vilarubim.asp>>. Acessado em 04 mar. 2011.

QUARTO, Leonardo. RASSELLI, Luiz Alberto: Cidade de Palha, a Vila Rubim de ontem e hoje. Disponível em: <<http://www.cidadedepalha.com/?p=28>>. Acessado em 26 abr. 2011.

REIS, Luís Carlos Tosta dos. O Processo de descentralização das atividades varejistas em Vitória: Um estudo de caso – a Praia do Canto. 2001. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2001.

_____. A crise da importância da área central e o desdobramento do núcleo central de negócios. In: OLIVEIRA, José Aldemir de (org.). *Cidades brasileiras: territorialidades, sustentabilidade e demandas sociais*. Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas, p. 88-113, 2009.

SANTOS, Milton. *Espaço e Método*. São Paulo: Nobel, 1985

SILVA, Carlos Alberto Ferreira. A Cidade e o Mercado nas Memórias de um Espaço de Consumo Popular: Vila Rubim, 1812 - 2003. In: _____. PORTUGUEZ, Anderson Pereira, (org.). *Turismo, Memória e Patrimônio Cultural*. São Paulo: Ed. Roca, 2004.

SILVA, Willian Ribeiro da. A Formação do Centro Principal de Londrina e um Estudo sobre da Centralidade Urbana. Acessado em 2007; Disponível em: <<http://www2.uel.br/revistas/geografia/v12n2eletronica/2.pdf>>.

SIQUEIRA, Maria da Pena Smarzaró. Industrialização e empobrecimento urbano: o caso da Grande Vitória, 1950-1980. Vitória: EDUFES, 2001.

_____. O Porto de Vitória – Expansão e modernização -1950 -1993. Vitória: Codesa, 1994.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. Território, São Paulo, n.4, p 27-37, 1998.

_____. (Org.) Novas Formas Comerciais e a redefinição da centralidade intra-urbana. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Textos e Contextos para a leitura geográfica de uma cidade média. Presidente Prudente: UNESP, 2001b.

ANEXOS

- 3.6. Essa segmentação por estrutura, coexistindo lojas com barracas é característica recente?
- 3.7. Quais as mudanças mais significativas nas regras de funcionamento do Mercado ao longo do tempo?
- 3.8. Com a formação de novos centros comerciais na cidade, descentralizando o comércio antes concentrado ao redor do Centro, o público consumidor local mudou?
- 3.9. É possível caracterizar o público consumidor hoje da Vila Rubim? Quem seriam eles?
- 3.10. Qual a participação dos habitantes do bairro e do entorno no mercado consumidor local? A maioria dos consumidores é habitante do bairro e do entorno?
- 3.11. Quais as principais transformações por que passou o comércio da Vila Rubim ao longo do tempo? Houve mudanças nos tipos de lojas, tipos de produtos e tipo de consumidores?
- 3.12. Diante uma nova realidade na forma de se fazer comércio, o comércio da Vila Rubim buscou se adaptar ou manter suas características particulares, como tipo de atendimento e tipos de produtos que vende?
- 3.13. Quais características do passado ainda resistem de forma marcante no comércio local de hoje?
- 3.14. Quais são os tipos de lojas mais marcantes hoje na Vila Rubim?
- 3.15. Qual é a quantidade de estabelecimentos comerciais hoje presentes no Mercado? Existe um quantitativo de comerciantes associados à ACVR?
- 3.16. Quais as maiores vantagens advindas da reestruturação do Mercado promovidas pela Prefeitura de Vitória para seu funcionamento?
- 3.17. O que o comércio da Vila Rubim deixou e passou a representar em Vitória com o tempo?
- 3.18. Como descreveria o papel do comércio da Vila Rubim hoje para Vitória?
- 3.19. Quais as tendências mais perceptíveis hoje no Mercado em termos de mudanças sociais, econômicas e culturais e que é fator de preocupação dos comerciantes?
- 3.20. Quais as perspectivas do comércio local para o futuro?