

A FORMAÇÃO DA CENTRALIDADE DO SETOR JARDIM GOIÁS – GOIÂNIA (GO)

Elaine Alves Lobo Correa

Mestranda em Geografia pelo IESA/UFG. E-mail: elainelobo@seplan.goiania.go.gov.br

Resumo: É no espaço intra-urbano que estão presentes as ações da sociedade. Ele possui uma dinâmica complexa e excludente, no qual há de se destacar fenômenos ligados à multiplicação e diversificação das áreas centrais. A partir da década de 1970, o Centro Tradicional de Goiânia passou por um processo de descentralização das suas atividades comerciais e de serviços para áreas adjacentes, criando subcentros voltados para classes distintas. Essas centralidades múltiplas e polinucleadas criam em Goiânia um verdadeiro mosaico, em que a segregação socioespacial se torna visível através da paisagem urbana. É através desta mesma paisagem, que se percebe a preocupação do poder público e dos agentes imobiliários em infra-estruturar áreas nobres da cidade, deixando, por outro lado, os bairros periféricos muitas vezes sem a mínima infraestrutura. Uma destas áreas nobres é o Setor Jardim Goiás, bairro este que se constitui em uma centralidade que exerce papel relevante no espaço intra-urbano de Goiânia. Analisar a importância do Setor Jardim Goiás na reestruturação do espaço intra-urbano de Goiânia foi o objetivo central desta pesquisa. Compreender como se deu a expansão da área central de Goiânia a partir da década de 1990, mapear as atividades comerciais, de serviços e lazer do setor estudado, bem como investigar os impactos gerados no local com a implantação do *Flamboyant Shopping Center* e de dois Hipermercados: *Carrefour* e *Wal-Mart*, e conseqüentemente a especulação imobiliária gerada no local constituíram em objetivos específicos relevantes para o entendimento da dinâmica interna da cidade de Goiânia. Para alcançar tais objetivos, foi feita uma revisão bibliográfica técnica e teórica, pesquisa de campo e entrevistas no qual possibilitou uma visão das diferentes atividades econômicas que compõem o referido setor. Portanto, o Setor Jardim Goiás vem se constituindo nos últimos cinco anos em uma nova centralidade, tendo o *Flamboyant Shopping Center* como um dos indutores.

Palavras-chave: Goiânia. Centralidade. Setor Jardim Goiás.

Introdução

A cidade é o local da produção e reprodução capitalista e como tal possui uma dinâmica complexa e excludente. É nela que estão materializadas as relações sociais, sendo percebidas através dos objetos geográficos explícitos na paisagem urbana (SANTOS, 1997). É no espaço intra-urbano que estão presentes elementos que possibilitam uma análise detalhada dessa dinâmica composta por classes sociais distintas. Ao analisar a dinâmica interna de uma cidade, busca-se entender tanto a espacialização das classes sociais distintas como a dos equipamentos urbanos que criam espaços diferenciados, no qual a localização se torna fator importante.

O espaço urbano é dotado de particularidades que são percebidas através da paisagem, a qual não pode ser entendida somente enquanto o visível, o aparente. É preciso a

partir dela, fazer uma análise de fato, entender toda teia de significados por trás dela, e não só sua forma, mas a função que ela exerce no espaço.

Sendo o espaço geográfico dinâmico, ele oculta em si uma série de elementos que compõe a espacialização das classes sociais e seus modos de vida. Isto se dá pelo fato de que a cidade como qualquer outra instância é manipulada pelos interesses das classes dominantes, um local de contrastes (CAVALCANTI, 2001).

A melhor escala para o desenvolvimento deste estudo foi a intra-urbana, já que esta permite uma análise interna da cidade. A estruturação do espaço intra-urbano é uma dinâmica que se dá no bojo das relações sociais que por sua vez fragmenta o espaço urbano de forma a torná-lo complexo e excludente.

Dos fenômenos urbanos existentes no espaço intra-urbano de Goiânia, compreender como se deu a valorização do Setor Jardim Goiás e sua constituição como expansão da área central, além da comprovação de que ele é lugar freqüentado por grande parte da classe de maior poder aquisitivo constituíram em objetivos a serem alcançados nessa pesquisa.

O trabalho está estruturado em três momentos, a saber: num primeiro far-se-á uma discussão acerca da “decadência” do centro tradicional de Goiânia e a formação de centralidades múltiplas e polinucleadas, num segundo a importância dos equipamentos urbanos na valorização socioespacial do Setor Jardim Goiás, e por último, a discussão da formação da centralidade do referido setor.

Centralidades múltiplas e polinucleadas em Goiânia

A partir da década de 1960 os Centros Tradicionais no Brasil passaram por um processo de “decadência” (VILLAÇA, 1998). Essa deteriorização do Centro Tradicional é, conforme o mesmo autor, justamente o deslocamento das classes abastadas para regiões vizinhas e a tomada dele pelas classes populares.

As classes de maior poder aquisitivo perdendo o interesse por essa área central saem em busca de outros locais que possam atender suas necessidades. Daí depreende-se que tais classes agregam em torno de si as atividades comerciais e de serviços e ao migrarem descentralizam para outras áreas da cidade atividades e serviços sofisticados e especializados que o centro não consegue mais oferecer.

A “decadência” do centro tradicional de Goiânia se deu a partir da década de 1970. O próprio PDIG (1992, p. 93) reconhece tal fato: “A área central vem sofrendo uma lenta

deteriorização, pelos problemas de acesso e pelo deslocamento dos serviços e comércios vinculados à população de mais alta renda” prevendo a constituição de novos centros na cidade, entre eles o Setor Jardim Goiás.

O centro então passa a atender não mais as classes de maior poder aquisitivo, e sim as classes populares, abrigando comércio e serviços, bem como o surgimento de cortiços, apartamentos a preço populares, etc. Com a ida da classe de melhor poder aquisitivo para a área de expansão do centro, vão também as atividades sofisticadas visando atender tal clientela configurando novas centralidades múltiplas e polinucleadas no espaço intra-urbano (BELTRÃO SPÓSITO, 2001).

Goiânia também apresenta uma configuração espacial bastante complexa, possui centralidades múltiplas e polinucleadas, ou seja, “múltipla, porque plural, há uma centralidade polinucleada, porque diferenciada” (Op. cit., p. 250).

A redefinição da centralidade urbana se dá devido à abertura de novos loteamentos urbanos com diferentes padrões ocupacionais, construção de grandes conjuntos habitacionais, associados ou não aos grandes equipamentos como *shopping centers* e hipermercados e a instalação de atividades complexas, como sedes de empresas, grandes equipamentos públicos, hotelaria, etc., todos vinculados a ação dos interesses imobiliários (BELTRÃO SPÓSITO, 1998, p. 30).

Em Goiânia a mobilidade da classe abastada para áreas adjacentes ao centro formou o chamado Centro Expandido ou Centro Novo (PDIG, 1992; PAULA, 2003), novas áreas que oferecem comércio e serviços especializados. Dentre tais áreas destacam-se os setores Campinas, Oeste, Marista, Bueno, Norte Ferroviário, Vila Nova, Aeroporto Coimbra, Sul, Pedro Ludovico e Jardim Goiás, criando uma multiplicidade e polinucleação. Há a existência de centralidades voltadas para a classe abastada que oferece produtos sofisticados e as voltadas para as classes populares com comércio e serviços populares. Geralmente, o surgimento dessas centralidades está atrelado ao aparecimento de equipamentos como *shopping centers* e hipermercados (BELTRÃO SPÓSITO, 2001).

No espaço intra-urbano de Goiânia esses novos fluxos são espacializados e materializados em várias centralidades, as quais atendem a públicos distintos, como no caso dos Setores Oeste, Marista e Bueno, como foi constatado por Paula (2003), possuem atividades voltadas para as classes abastadas, já o Setor Campinas é um subcentro popular que atende as classes de menor poder aquisitivo da cidade (PAULA; CORREA; PINTO, 2005).

Essa reestruturação do espaço intra-urbano goianiense configurou várias centralidades e subcentros, além de novas formas comerciais e de serviços como *shopping centers*, áreas especializadas, etc.

Essas centralidades múltiplas e polinucleadas instauram em Goiânia uma segregação socioespacial, que é perceptível na paisagem urbana da cidade. A ação dos agentes imobiliários e do Estado que beneficiam as áreas de residências das classes de maior renda deixam o restante da cidade sem infra-estrutura, intensificam ainda mais tal segregação. Destarte, o próximo item discute como se deu a formação da centralidade do Setor Jardim Goiás, objeto deste estudo.

A importância dos equipamentos urbanos na formação da centralidade do Setor Jardim Goiás

A paisagem urbana de uma cidade é marcada por contrastes. De um lado, símbolo de beleza e ostentação encontram-se as áreas nobres, dotadas de infra-estrutura e áreas de lazer, de outro uma paisagem caótica e sem a mínima estrutura para uma vida digna, as áreas de invasão. No caso do Setor Jardim Goiás, ele não foge à regra. Para se tornar local nobre teve maciço investimento tanto da iniciativa privada quanto do governo com a instalação estratégica de grandes empreendimentos como o Flamboyant *Shopping Center* na década de 1980 e os Hipermercados Carrefour (1988) e Wal-Mart (2005) que teceram uma nova dinâmica de ocupação para o bairro e entorno, além de ser uma das portas de entrada da capital (Região Sul).

A implantação de tais equipamentos se dá devido aos diferentes usos que as classes fazem da cidade, que segundo Paula (2003) em consonância de dois agentes: o Estado e os agentes imobiliários.

O Estado dota tais áreas de infra-estrutura básica, o que acaba por elevar o seu preço, agregando uma série de atividades produtivas. Estes objetos geográficos são percebidos na paisagem urbana, sejam praças, parques ou até mesmo na estruturação viária, destacando a parceria existente entre as diferentes esferas de poder e o Estado (PAULA, 2003).

É essencial fazer um estudo de tais equipamentos, sendo que estes configuram novos cenários no espaço intra-urbano. São novas formas comerciais que transformam o cotidiano da sociedade.

É necessário então, fazer uma análise das formas comerciais existentes no Setor Jardim Goiás, para uma melhor compreensão da cidade, que segundo Pintaui (1999) são elementos indissociáveis.

Os Shoppings Centers e os Hipermercados

As novas formas de comércios e os grandes equipamentos agregados em torno de si delineiam uma dinâmica complexa, diversificada. Estas formas comerciais evidenciam a produção e reprodução do modo de produção capitalista.

A chegada do SC¹ no Brasil teve início nos anos de 1970, principalmente na década de 1980, período de necessidade de ampliação do modo de produção capitalista (PINTAUDI, 1992). Seguindo esta mesma lógica, a autora também chama a atenção para a instalação de lojas ou redes de supermercados nesse mesmo espaço que buscam esse espaço comercial concentrado para atrair consumidores e ampliar os lucros (Op. cit., 1992). Quanto à localização, estes preferem locais de circulação de grande número de pessoas, vias de acesso fácil e de grandes terrenos (PINTAUDI, 1999).

Beltrão Spósito (2001, p. 251) corrobora com tal premissa destacando que: “O que se verifica, atualmente, é a existência de eixos de desdobramentos do centro principal nas vias de fácil circulação e o aparecimento de grandes equipamentos comerciais e de serviços – os *shopping centers*, associados muitas vezes à instalação de hipermercados.”

Ao buscarem esses espaços, os SC proporcionam uma nova dinâmica na cidade. Conforme Montessoro (2001) há uma reestruturação urbana, pois o comércio tradicional juntamente com o centro, deixa de ser o principal indutor de circulação no espaço intra-urbano. Conforme ressalta a autora, os SC têm o poder de aglutinar uma série de atividades em torno de si. Estas de caráter sofisticado voltada para uma classe abastada.

O primeiro SC no Brasil surgiu em São Paulo em 1966 e no Rio de Janeiro somente na década de 1980. É notório a concentração dos SC na Região Sul e Sudeste do país, locais dinâmicos economicamente e com amplo mercado consumidor. Surgiram em uma época em que a expansão do capital é evidente. Estava em cena a busca pela interiorização do Brasil, a explosão da urbanização se tornou inevitável. O aumento do consumo se tornou evidente. Mas que detinha esse poder de consumo? Uma contradição, sendo que não são todos que irão consumir esse espaço e sim a classe de maior poder aquisitivo.

Quanto ao impacto causado no espaço urbano pela implantação desse empreendimento, Villaça (1998) diz que este gera um impacto muito grande, visto que, a população vizinha não tem tempo de se adaptar, já que sua criação se dá de forma rápida nas áreas nobres da cidade. Pintaudi (1992, p. 32) explica que: “Na verdade, *os SC independem da*

¹ Será utilizada a sigla SC para simplificar a leitura, não torná-la enfadonha.

existência de uma tradição comercial na área em que se instalam porque criam o ambiente por inteiro.”²

Em Goiânia o primeiro SC foi o Flamboyant *Shopping Center*, que começou a ser construído em 1976 e inaugurado em 1981. Ele veio para suprir a carência desse tipo de estabelecimento em Goiânia (DIÁRIO DA MANHÃ, 2005).

O Flamboyant *Shopping Center* foi implantado de acordo com a lógica de localização para obter lucro. E isso foi planejado para buscar os altos rendimentos da sociedade goianiense, contando com a facilitação do poder público para sua efetivação. Ele se localiza na avenida mais importante³ do Setor Jardim Goiás concentrando comércio, serviços e capital.

Nesse contexto, o Flamboyant *Shopping Center* surge como equipamento urbano indutor de centralidade, assim como os hipermercados. Antes, o bairro não contava com a atenção do poder público, com a vinda de tais equipamentos (beneficiados pela ação do Estado) houve uma nova reestruturação no local bem como na capital goiana. Arelado a essa nova configuração espacial há o processo de verticalização no entorno do SC e o surgimento de Condomínios Horizontais *Alphaville Flamboyant* e Portal do Sol I e II nas proximidades, o que comprova a concentração de uma classe abastada.

É evidente a visão do empreendedor do Flamboyant *Shopping Center* em valorizar a área através da especulação imobiliária, tal situação acaba sendo comprovada pelo fato de ter atraído vários empreendimentos para o local. Essa é a intenção dos proprietários fundiários e dos agentes imobiliários. Este tipo de estabelecimento priva a classe de menor poder aquisitivo de usufruí-lo. A própria visão do SC tenta amenizar essa realidade, enfatiza que após a sua quinta ampliação o shopping constituiu em: “[...] um mix de lojas estruturado para atender um público com perfil classe A e B. Ainda assim, o Shopping consegue oferecer *a todas* as classes sociais uma gama de lojas com preços competitivos e produtos de alta qualidade” [grifo nosso].

O Flamboyant *Shopping Center* desempenha a função de *shopping* regional, pois se constitui em um grande empreendimento e atende grande parte da sociedade goiana.

Outros grandes equipamentos instalados na Avenida Jamel Cecílio são os hipermercados Carrefour e Wal-Mart. O Carrefour foi implantado no final da década de 1980, estrategicamente ao lado do *Flamboyant Shopping Center* e próximo a BR-153. Pintaudi (1992) coloca que a instalação do Carrefour no Brasil se dá porque na França se tem leis rígidas de

² Grifo do autor.

³ Como Beltrão Spósito (2001) afirma que os SC têm o poder de criar novas centralidades, é possível que esta avenida veio a se constituir na mais importante do bairro após a implantação de tal empreendimento.

ocupação do uso do solo que impede a construção de estabelecimentos desse porte no local que ele quiser. Já no caso da capital goianiense, isso não é problema, já que essas grandes corporações mantêm contato com o poder público e os agentes imobiliários no intuito da valorização do local.

Os hipermercados Carrefour e Wal-Mart configuraram uma nova dinâmica não só para o Setor Jardim Goiás, mas para toda a cidade. Eles absorvem grande fluxos de pessoas e delineiam novas relações sociais, em que o consumo se torna acentuado.

Esses tipos de estabelecimentos geram um excessivo tráfego onde estão fixados. Na busca de vencer a concorrência, lançam promoções que acaba atraindo consumidores de todas as regiões da cidade congestionando o trânsito. As localizações desses empreendimentos influenciam diretamente na escolha do cliente na hora da compra da sua moradia, opta por morar próximo a grandes equipamentos como supermercados, claro que os que podem pagar por essa localização.

Tais empreendimentos fazem com que certas atividades se aglutinem em torno dele, contribuindo assim para a especulação imobiliária por parte dos agentes imobiliários. É necessário fazer uma análise detalhada do processo de valorização socioespacial do Setor Jardim Goiás, assunto abordado no próximo item.

Processo de valorização socioespacial

As diversas localizações do espaço urbano se moldam de acordo com a apropriação das diversas classes espacializadas no mesmo. Ao analisar o processo de valorização, Marinho (2005) ressalta que: “O arranjo espacial das cidades, [...] traduz as relações de poder e conflito entre as classes sociais, as instituições, o particular e o universal. Na sociedade capitalista, esse poder é revelado a partir da apropriação do espaço.” Então, o solo urbano enquanto um instrumento do poder público tem o poder de distribuir as classes sociais na cidade de acordo com o poder aquisitivo de cada um. Ele orienta e estrutura o arranjo espacial da cidade, e conseqüentemente o perfil de seus habitantes.

O Setor Jardim Goiás se localiza na Região Sul da cidade (SEPLAM, 2002), uma das regiões mais valorizadas de Goiânia, um fator importante para a valorização dessa região e especificamente do Setor Jardim Goiás é a descentralização das atividades características do centro para outros locais. Ao saírem, as classes de alto poder aquisitivo buscam conforto e sofisticação que não encontravam mais no centro tradicional, contribuindo para a

valorização desses novos espaços na cidade (VILLAÇA, 1998; PAULA, 2003; MARINHO, 2005).

O solo urbano do Setor Jardim Goiás, sofreu ao longo dos anos profunda valorização, ao observar a tabela 1, percebe-se que uma área com 500 m² que custava R\$ 74.000,00 em janeiro de 2002 passou para R\$ 150.000,00 em janeiro de 2003, o que equivale a 103% de aumento. Tal fato comprova que desde esse período vem o correndo a formação da centralidade do referido setor, se levar em conta que foi o maior percentual de aumento em relação aos outros setores do centro expandido de Goiânia.

TABELA 1 – Valores Médios de Imóveis (Residenciais) em Alguns Setores de Goiânia – Jan/2002 – Jan/2003

Setor	Área em m ²	Valores em R\$		Valor por m ² em R\$		% de Aumento
		Janeiro 2002	Janeiro de 2003	2002	2003	
S. Goiânia 2	400	15.000	25.000	37,15	62,50	67
S. Jaó	400	21.000	30.000	52,50	75,00	43
S. P. Ludovico	450	30.000	45.000	66,67	100,00	50
S. Sul	450	60.000	85.000	133,33	188,89	42
S. Nova Suíça	400	60.000	100.000	150,00	250,00	67
Centro	400	150.000	150.000	375,00	375,00	0
Jardim Goiás	500	74.000	150.000	148,00	300,00	103
S. Marista	500	120.000	180.000	240,00	360,00	50
S. Bueno	750	150.000	230.000	200,00	306,00	53

Fonte: PAULA, F. M. A. **Descentralização e Segregação Sócio-Espacial em Goiânia: uma análise da Centralidade dos Setores Bueno, Oeste e Marista.** 2003. 202. f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Estudos Sócio-Ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2003.

Cabe mencionar, a importância dos grandes equipamentos ali instalados indutores da centralidade urbana, como: Flamboyant *Shopping Center* (1981) - que se encontra em fase de ampliação -, Hipermercados Carrefour (1988) e Wal-Mart (2005), Estádio Serra Dourada (1975), TV Serra Dourada, Associação dos Magistrados do Estado de Goiás - ASMEGO, Ginásio Goiânia Arena, Centro Cultural Oscar Niemayer (2006), órgãos públicos como o Paço Municipal, Ministério Público de Goiás, Saneago, Centrais Energéticas de Goiás (1955) e Assembléia Legislativa (2006), instituições de ensino: Universidade Católica de Goiás. Está previsto também, a implantação do Parque Ecológico Flamboyant em 2007.

Localizado na Região Sul da cidade, considerada a mais rica e habitada, sofre com o adensamento de prédios, isso ocasiona problemas como a impermeabilização do solo, trânsito caótico, entre outros.

A paisagem verticalizada imponente, localizada nas proximidades desses equipamentos geram a segregação socioespacial dos que não podem pagar para morar neste local, devido aos altos valores venais dos terrenos.

Setor Jardim Goiás: uma centralidade em formação

Goiânia é constituída por várias centralidades múltiplas e polinucleadas, cada uma destinada a um público específico. Têm-se os Setores Bueno, Oeste e Marista como centralidades voltadas para uma classe de maior poder aquisitivo e o Setor Campinas voltado para um público popular (PAULA, 2003; PAULA; CORREA e PINTO, 2005). A centralidade do Setor Jardim Goiás encontra-se em formação, isso pode ser percebido através da especulação imobiliária e da atenção por parte do poder público nos últimos anos, e que a partir dos anos de 1990 surge como área nobre da cidade.

Uma série de elementos exemplifica essa tendência: primeiro desde sua criação há na inconsciente da sociedade goianiense o símbolo de nobreza do bairro, só que na verdade o bairro sofre com a ocupação irregular e vazios urbanos, promovido pelo proprietário (Família Lourival Louza), que visando valorizar suas terras preservou-as para posteriormente favorecer sua valorização e também a vinda de uma classe de maior poder aquisitivo. Num segundo momento, a implantação dos equipamentos de grande porte que a própria lei de zoneamento permite como o Flamboyant *Shopping Center* e Hipermercados, tais equipamentos induzem a formação de centralidades, geram fluxos em torno de si além de aglutinar uma série de atividades econômicas e especialmente a direção do adensamento vertical. Em uma terceira análise, essa concentração de fixos instalados no local atraem uma classe abastada que saem em busca de conforto e de produtos sofisticados, agregando assim uma classe média e média alta. Isso pode ser observado na tabela 2.

TABELA 2: Faixas Salariais dos Chefes de Família em Salários Mínimos – Centro Expandido - 2000

Setores	Total por Setor	Faixas Salariais dos Chefes de Família em Salários Mínimos									
		Até 3	%	Acima de 3 até 10	%	Acima de 10 até 20	%	Acima de 20 até 30	%	Acima de 30	%
Aeroporto	3.596	678	18,85	1.116	31	949	26,4	349	9,71	504	14,02
Bueno	9.174	1.188	12,94	2.489	27,1	2.411	26,3	968	10,6	2.118	23,09
Campinas	7.633	3.454	45,25	3.023	39,6	814	10,7	170	2,23	172	2,25
Central	8.359	1.724	20,62	3.514	42	1.814	21,7	550	6,58	757	9,06
Coimbra	3.259	1.078	33,07	1.369	42	510	15,7	151	4,63	151	4,63
Jd. Goiás	1.940	718	37,01	576	29,7	348	17,9	132	6,8	166	8,56
Marista	2.351	364	15,48	610	25,9	528	22,5	251	10,7	598	25,44
Nova Suíça	2.010	171	8,52	467	23,2	620	30,9	302	15	450	22,39

Oeste	8.331	770	9,24	1.913	23	2.238	26,9	1.057	12,7	2.358	28,24
Sul	4.041	526	13,02	1.276	31,6	1.068	26,4	406	10,1	765	18,93
Universitário	6.237	2.555	40,96	2.252	36,1	954	15,30	227	3,64	249	3,99

Fonte: IBGE, 2000. Dados organizados por: Elaine Alves Lobo Correa.

Observa-se pelos dados da tabela 2, que o Setor Jardim Goiás possui um número expressivo dentre os bairros do centro expandido de Goiânia, no que diz respeito aos chefes de família que possuem renda de até 3 salários mínimos (37,01%), enquanto que nos bairros Nova Suíça (8,52%), Oeste (9,24%) e Bueno (12,94%) estes são minoria, este fato evidencia que há classe abastada concentrada nesses 3 setores. O mesmo acontece com a faixa etária de 3 até 10 salários mínimos em que o Setor Jardim Goiás (29,7%) em relação a essa classe continua com um maior percentual do que os referidos setores. A faixa salarial correspondente acima de 10 até 20 salários mínimos nos setores Nova Suíça (30,9%), Oeste (26,9%) e Sul (26,4%) é bastante expressiva, enquanto que o Setor Jardim Goiás aparece com 17,9%.

Percebe-se que quanto maior a elevação da faixa salarial, menor é o percentual do Setor Jardim Goiás em relação aos outros setores de Goiânia que são considerados nobres, já que nestes há uma grande concentração da classe de melhor poder aquisitivo (com renda acima de 30 salários mínimos). Contudo, pela análise da mesma tabela constata-se que 33,26% dos chefes de família do Setor Jardim Goiás, possuem renda acima de 10 salários mínimos. Essa aparente contradição pode ser explicada, em parte, pela renda dos chefes de família que residem nas áreas de invasão do setor estudado, e pelo fato desses dados serem de 2000, há então uma discrepância significativa para os dias de hoje.

Então, o Setor Jardim Goiás através da análise da presente tabela e do referido mapa, pode ser considerado um bairro que está se constituindo local de classe média e média alta, pois a média da renda salarial no setor provavelmente subiu nos últimos cinco anos, sendo que o último recenseamento ocorreu em 2000. Por meio da paisagem do setor também é possível perceber que o setor passa por mudanças no que se refere à classe de seus moradores. Assim as fachadas das residências e dos comércios local denotam essa mudança. Ao analisar a tabela 3, outro aspecto que deve ser considerado é o adensamento vertical que vem ocorrendo no bairro.

TABELA 3: Condomínios Verticais em Goiânia – Centro Expandido*

Fonte: Associação das Entidades do Mercado Imobiliário de Goiás – ADEMI (Avaliação Mercadológica por Setor) –

Dados referentes ao mês de maio de 2006.

* Estes estão em diversas situações de construções: estrutura, revestimento, fundação e concluído.

A tabela 3 mostra a relação de empreendimentos imobiliários lançados em alguns bairros do centro expandido de Goiânia. O Setor Bueno aparece como o bairro que mais lançou edifícios no mês de maio, com 27 unidades, no qual 13 são de 3 quartos, que variam de R\$ 55.000,00 a 1.168.554,00 (valor médio), sendo que o maior valor corresponde a edifício com 1 apartamento por andar. Em segundo lugar tem-se o Setor Jardim Goiás com 17 unidades (10

Setor	Características						
	Tipologia					Total de Condomínios	Valor Médio para Venda (R\$)
	1Q	2Q	3Q	4Q	5Q		
Bela Vista	2	4	6	1	-	13	79.000,00 a 159.700,00
Bueno	-	6	13	7	1	27	55.000,00 a 1.168.554,00
Centro	-	1	1	-	-	2	-
Jardim Goiás	-	5	10	2	-	17	120.000,00 a 248.000,00
Nova Suíça	-	1	2	2	-	5	209.000,00 a 273.000,00
Oeste	-	3	3	5	1	12	101.876,00 a 682.000,00
Pedro Ludovico	-	1	4	1	-	6	122.000,00 a 167.000,00

com 3 quartos) variando de R\$ 120.000,00 a 248.000,00. Em terceiro lugar o Setor Bela Vista com 13 unidades, sendo que a maioria é de 3 quartos com 6 unidades. Percebe-se que uma coisa em comum em todos os setores, é a quantidade de edifícios que oferecem 3 quartos, sempre maioria e os que possuem 5 quartos estão localizados especificamente nos Setores Bueno e Oeste, comprovando que ali se encontra uma classe abastada.

Ainda segundo a tabela 3, o Setor Jardim Goiás apesar de não ser o que possui o maior valor médio por venda, está em 2º lugar em número de empreendimentos lançados até maio de 2006, o que indica o interesse dos agentes imobiliários e de certa forma induz cristalização do setor enquanto residências de pessoas de melhor poder aquisitivo e favorece a formação de uma nova centralidade.

É possível perceber através desses dados que a centralidade desse setor está em formação e recebe impulso dos objetos geográficos instalados no local, conforme já foi discutido, como os hipermercados, *shopping center*, e os órgãos públicos que se instalaram no local nos últimos anos. Toda essa gama de fixos gera um fluxo de pessoas que acaba por constituir em um local de grande importância no cenário goianiense. Tal fato é percebido nas grandes mudanças ocorridas nos últimos cinco anos por parte do poder público e da iniciativa privada em equipar o bairro, desde a vinda da sede da Prefeitura de Goiânia para o Paço

Municipal no *Park Lozandes* em meados de 2000. Isso se deu na perspectiva de valorização e da formação de um lugar dinâmico que pudesse atender aos anseios da sociedade moderna consumista.

Outro aspecto interessante e que deve ser melhor investigado, é o fato de os condomínios horizontais se localizarem próximo a essa região, fato que reforça a vontade dessa classe de melhor poder aquisitivo em residir no entorno, ou seja, próximo ao seu reduto, que é o *shopping center*.

Todas essas questões levantadas acabam por denotar a ação direta de vários agentes modeladores do espaço urbano, este tem o poder de criar e recriar a fim de obter lucros. O proprietário fundiário agiu de forma a esperar a valorização do local, o agente imobiliário na especulação do valor do preço da terra e o Estado em beneficiar de certa forma os outros agentes, no que tange a aprovação de leis e de implantação de infra-estrutura.

O acesso a esse local também se torna limitado, o que acentua a segregação socioespacial. Não são todos os cidadãos que tem condições de residirem nesse local, os altos preços dos apartamentos comprovam tal afirmação. São conflitos presentes não só na metrópole goianiense, mas numa série de outros lugares. Esses diferentes usos que eles fazem da cidade acaba por fragmentá-la, tornando-a múltipla e polinucleada, criando diferentes espaços e diferentes usos, ou seja, a dinâmica das diferentes classes sociais a torna bipartida. Assim, existe uma cidade para a classe de melhor poder aquisitivo e outra para a classe popular.

Considerações Finais

Uma das formas de se estudar o espaço intra-urbano é analisar a sua centralidade, em que se faz uma discussão da fragmentação urbana ocasionada pela distribuição das classes sociais na cidade. E sendo a localização a chave fundamental para o estudo intra-urbano, a “decadência” das áreas centrais que foi um dos assuntos abordados nesse trabalho é o processo no qual as classes perdendo o interesse por tal local se dispersam pela cidade a procura de novas localidades que possa atender a seus anseios. Outro ponto investigado no presente trabalho foi a presença de equipamentos urbanos instalados no Setor Jardim Goiás que são indutores da centralidade, nos quais destaca-se: o *Flamboyant Shopping Center* e os Hipermercados *Carrefour e Wall-Mart*.

A presente pesquisa constatou que a centralidade do Setor Jardim Goiás está em formação e que as atividades comerciais e de serviços estão aglutinadas principalmente no *Flamboyant Shopping Center* e distribuídas de forma esparsa pelas vias do setor. Essa

centralidade vem se consolidando nos últimos cinco anos juntamente com o adensamento vertical.

O Flamboyant *Shopping Center* enquanto um equipamento de grande porte reestrutura os locais que estão fixados e provocam impactos na paisagem e nos fluxos que se delineiam, como no movimento tanto de carros e pessoas, por outro lado, devido a esses fluxos intensos há o aumento de linha de ônibus promovendo uma melhor acessibilidade.

Dos processos presentes no espaço intra-urbano de Goiânia, a segregação socioespacial se torna visível, a disputa das classes sociais reflete nas centralidades múltiplas e polinucleadas existentes na cidade, além da expansão dos condomínios horizontais (auto-segregação) que principalmente no setor estudado, em que as residências de luxo contrastam com áreas de invasão.

Quanto às principais atividades comerciais e de serviços do Setor Jardim Goiás comprovou-se que estas estão aglutinadas no Flamboyant *Shopping Center* e distribuídas de forma esparsa pelas vias do setor. Concluí-se que essa centralidade, diferentemente do Setor Campinas (que é uma centralidade voltada para a classe popular) - que é constituída pela diversidade comercial e de serviços em diversas vias do bairro – se dá com o *shopping*, pois essas atividades estão concentradas naquele local, e este tem o poder de criar novas centralidades.

Essas atividades econômicas estão presentes também, nas Avenidas Fued José Sebba, Avenida E, Avenida B, Avenida D e Ruas 46, 52, 53, 54 e 55. Tais atividades estão voltadas para uma classe de melhor poder aquisitivo, caracterizadas pela paisagem de suas moradias e pela concentração de imobiliárias que agem na edificação de prédios de luxo, outro ponto a ser destacado, é o fato de o local portar restaurantes e bares de destaque em Goiânia.

Esse trabalho possibilitou um entendimento dos fenômenos presentes no espaço intra-urbano de Goiânia e os diferentes fluxos presentes nele, o uso que as elites fazem da cidade e o não-uso de fato da classe de menor poder aquisitivo, acentuando assim a segregação socioespacial.

Tais fenômenos tornam a cidade dinâmica, sendo necessário uma análise profunda das relações sociais e espaciais, pois essa reestruturação intra-urbana configura novos fluxos, e essa análise do Setor Jardim Goiás não se esgota, é somente um olhar lançado dentre os diversos que poderão surgir a respeito dos estudos urbanos.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO SPÓSITO, M. E. Novas formas comerciais e a redefinição da centralidade intra-urbana. In: _____ (Org). **Textos e Contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: [s.n.]. 2001.

_____. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. In: **Revista Território**, Rio de Janeiro: Garamond, ano III, nº 4, 1998, p. 27-37.

CAVALCANTI, L. de S. Uma geografia da cidade: elementos da produção do espaço urbano. In: _____ (Org.) **Geografia da cidade: a produção do espaço urbano de Goiânia**. Goiânia: Alternativa, 2001.

Diversidade Cultural. **Diário da Manhã**, Goiânia, 12 jul. 2005. Meu bairro, Disponível em: <http://www.dm.com.br>. Acesso em: 20 dez. 2005.

MARINHO, C. **Metrópole: construindo paisagens, lugares e valores**. Goiânia: Descubra, 2005.

MONTESSORO, C. C. L. Presidente Prudente: a instalação dos shopping centers e a (re)estruturação da cidade. In: BELTRÃO SPÓSITO, Maria Encarnação. (Org). **Textos e Contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: [s.n.]. 2001.

PAULA, F. M. A. **Descentralização e Segregação Sócio-Espacial em Goiânia: uma análise da Centralidade dos Setores Bueno, Oeste e Marista**. 2003. 202. f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Estudos Sócio-Ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2003.

PAULA, F. M. A.; CORREA, E. A. L.; PINTO, J. V. C. O papel do Setor Campinas na formação da centralidade polinucleada de Goiânia. In: **Anais do IX EREGEO**. Porto Nacional: Editora da UFT, 2005.

PINTAUDI, S. M. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, A. F. A. (org). **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 1999, p. 143-160.

PINTAUDI, S. M.; FRUGÓLI JR. H. (Org.) **Shopping Centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Unesp, 1992.

Plano de Desenvolvimento Integrado de Goiânia. Goiânia: Instituto de Planejamento Municipal da Prefeitura Municipal de Goiânia, 1992.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Ed. Hucitec, 1997.

SEPLAM, **Radiografia Sócio-Econômica de Goiânia 2002**. Goiânia: Secretaria Municipal de Planejamento da Prefeitura de Goiânia, 2002.

VILLAÇA, F. **Espaço Intra-Urbano no Brasil**. São Paulo. Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 1998.