

## OS CENTROS E AS CENTRALIDADES DA REGIÃO URBANA DE BELÉM



**Luiz Augusto Soares Mendes**  

Doutor em Geografia, Professor Adjunto do Instituto Ciberespacial da  
Universidade Federal Rural da Amazônia  
Contato: luiz.mendes@ufra.edu.br

Como citar: MENDES, L. A. S. Os centros e as centralidades da região urbana de Belém. *Revista Formação (Online)*, v. 30, n. 57, p. 173-209, 2023.

Recebido: 12/05/2021  
Aceito: 30/01/2023  
Data de publicação: 02/06/2023

## Resumo

Neste artigo, buscou-se revelar como se configuram as dinâmicas de centralidade dos bairros centrais das sete cidades que constituem a Região Metropolitana de Belém (RMB) – Belém, Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Bárbara do Pará, Santa Izabel do Pará e Castanhal. Tais espaços urbanos que passam por processos de ressignificações decorrentes da disponibilidade de unidades habitacionais no formato condominial que potencializam o urbano e o metropolitano devido à disponibilidade de atividades comerciais e de serviços, que estão situadas em cinco classes de atividades econômicas: saúde, lazer, gastronomia, administração e educação; onde foram levantado dados quantitativos. Quanto a dimensão qualitativa das centralidades, foram identificados os tipos de serviços e o público a que se destinam, logo, que os consomem. O objetivo da pesquisa consiste em revelar o processo de composição da multicentralidade dentro do espaço urbano-metropolitano de Belém; adotando como metodologia para atingir tal intento, a aplicação de algumas técnicas de investigação, tais como: a observação sistemática nos centros urbanos, com a coleta de dados por meio de questionários e formulários em empresas públicas e privadas e em condomínios residenciais, bem como, a análise empírica por meio do registro fotográfico e outros materiais necessários à construção do estudo. Os principais resultados mostraram, que as centralidades e as reestruturas urbano-metropolitanas identificadas na Região Metropolitana de Belém decorrem da reestruturação do setor imobiliário em franca expansão nessa região, por meio da formulação de um circuito diferenciado da economia urbana.

**Palavras-chave:** Reestruturação urbana, centros, centralidades, consumo, Região Metropolitana de Belém.

## CENTERS AND CENTRALITIES OF THE URBAN REGION OF BELÉM

### Abstract

In this article, we have tried to reveal the dynamics of centralized neighborhoods of the seven cities that make up the Metropolitan Region of Belém (RMB) – Belém, Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Bárbara do Pará, Santa Izabel do Pará and Castanhal. Such urban spaces that undergo redefinition processes due to the availability of residential units on a condominium format, which enhance the urban and metropolitan due to the presence of commercial and service activities that fall into five economic activity categories: healthcare, entertainment, gastronomy, business and education, where quantitative data was surveyed. Regarding the qualitative dimension of centralities, we have identified the types of services and the public for which they are intended, therefore consuming them. The objective of the research is to reveal the multi-centrality composition process within the urban-metropolitan area of Belém. The methodology used to achieve this goal was the application of some research techniques, such as: systematic observation in urban centers with data collection using questionnaires and forms in public and private enterprises, and in residential condominiums, as well as empirical analysis through photographic registration and other needed materials to build the study. The main findings have shown that the centralities and urban-metropolitan restructuring identified in Belém Metropolitan Region stem from real state restructuring in full expansion in this region by formulating a differentiated urban economy circuit.

**Keywords:** Urban restructuring, centers, centralities, consumption, Metropolitan Area of Belém.

## LES CENTRES ET LES CENTRALITÉS DE LA RÉGION URBAINE DE BELÉM

### Résumé

Dans cet article, nous avons cherché à révéler comment se configurent les dynamiques de centralité des quartiers centraux des sept villes qui composent la Région Métropolitaine de Belém (RMB) - Belém, Ananindeua, Marituba, Benevides, Santa Bárbara do Pará, Santa Izabel do Pará et Castanhal. Ces espaces urbains subissent des processus de re-signification résultant de la disponibilité d'unités résidentielles sous forme de condominiums qui renforcent l'aspect urbain et métropolitain grâce à la disponibilité d'activités commerciales et de services, réparties en cinq catégories d'activités économiques : santé, loisirs, gastronomie, administration et éducation ; où des données quantitatives ont été collectées. En ce qui concerne la dimension qualitative des centralités, les types de services et le public auquel ils sont destinés ont été identifiés, c'est-à-dire ceux qui les consomment. L'objectif de la recherche est de révéler le processus de composition de la multi-centralité dans l'espace urbain-métropolitain de Belém ; en adoptant comme méthodologie pour atteindre cet objectif, l'application de certaines techniques d'enquête telles que : l'observation systématique dans les centres urbains, la collecte de données à l'aide de questionnaires et de formulaires auprès d'entreprises publiques et privées et de copropriétés résidentielles, ainsi que l'analyse empirique à travers l'enregistrement photographique et d'autres documents nécessaires à la

construction de l'étude. Les principaux résultats ont montré que les centralités et les restructurations urbaines-métropolitaines identifiées dans la Région Métropolitaine de Belém découlent de la restructuration du secteur immobilier en expansion rapide dans cette région, par le biais de la formulation d'un circuit économique urbain différencié.

**Mots-Clés:** Restructuration urbaine, centres, centralités, consommation, Région métropolitaine de Belém

## INTRODUÇÃO

Intitulou-se a Região Metropolitana de Belém de “região urbana” por conta de um resgate das ideias do geógrafo pioneiro Paul Vidal de La Blache que, no final do século XIX, afirmava que a cidade passava a produzir a região e não mais a região produzia a cidade, conforme Haesbaert (2012). Essa definição se coloca ainda, por se entender que as características atuais da metropolização do espaço fazem as cidades crescerem e produzem regiões urbanas, sendo assim, vive-se um momento de expansão da urbanização via metropolização do espaço

Para tanto, por meio do resgate histórico, percebe-se que desde a década de 1960 o crescimento de Belém, capital do Estado do Pará, vem potencializando a existência de uma região urbana. No ano de 1973, ocasião da promulgação da Lei Complementar nº 14, pelo Governo Federal, que instituiu as sete primeiras regiões metropolitanas do Brasil, o crescimento de Belém já havia contribuído ao surgimento da cidade de Ananindeua; sendo os dois municípios que viriam a constituir a RMB.

O crescimento populacional nas décadas de 1980 e 1990 foi caracterizado pelas contradições sociais, por uma forte migração e pela dispersão urbana, que possibilitaram que o contingente populacional de Belém atingisse 949.545 habitantes e o de Ananindeua 66.988 habitantes. Com um montante populacional na RMB de 1.016.533 de habitantes na década de 1980, e de 1.412.745 na década de 1990. Houve ainda um crescimento exponencial em direção às cidades de Benevides, Marituba e Santa Bárbara do Pará, tendo como resultado suas inserções à RMB por meio da Lei Complementar Estadual nº 27/1995.

A partir do ano de 2010, o processo de metropolização é influenciado por outras características e não mais pela concentração, o que possibilitou a anexação dos municípios de Santa Isabel do Pará, no ano de 2010, e de Castanhal, no de 2011. Esse processo é acompanhado pela dispersão urbana, que forma uma espécie de arquipélago metropolitano, caracterizado pela concentração e pela dispersão urbana; formas urbanas reveladas por meio de produtos imobiliários (condomínios fechados, residenciais, conjuntos habitacionais, bairros planejados,

etc.), bem como por atividades comerciais e de serviços, esses inseridos no que Santos (2008) define de circuito superior da economia urbana.

Nesse artigo, expõe-se um minucioso levantamento de dados sobre os tipos de serviços bancários, jurídicos, médicos, educacionais, gastronômicos e de lazer nos sete centros urbanos que compõem a RMB, com o objetivo de mostrar as multicentralidades na RMB, que está articulada com os deslocamentos de pessoas, mercadorias e à realização de atividades nas demais cidades e no núcleo metropolitano. Para tanto, realiza-se a espacialização das superfícies de consumo inseridas nos diferentes circuitos da economia urbana, uma proposição que se justifica, ao se observar a imbricação do setor imobiliário com a disponibilidade de comércios e serviços.

A metodologia de pesquisa utilizada partiu da necessidade de buscar a localização espacial de serviços e comércios gastronômicos, administrativos, educacionais, de saúde e lazer que revelam a intensa transformação do “espaço em mercadoria”. Dessa forma, buscou compreender a (re)significação dos centros urbanos, utilizando-se do conceito de Santos (2008) sobre a teoria dos circuitos da economia urbana para trabalhar os espaços de consumo endereçados às classes de alta e média renda<sup>1</sup>.

O crescimento da RMB deu-se de contradições decorrentes de um intenso processo de produção de moradias em ocupações espontâneas, a expressão periférica e de condomínios fechados que se proliferam nas duas últimas décadas. Essa proliferação de tipologias condominiais, caracteriza-se pela ideologia de consumo que articula a casa com a disponibilidade dos objetos de consumo como *shopping center*, magazines, restaurantes, *pub's*, *fast foods*, etc. Muitos compradores de unidades condominiais exigem a presença desses serviços e de atividades comerciais no entorno de suas residências.

Dessa maneira, estruturou-se o artigo em quatro partes, onde buscou-se explicar desde as transformações no núcleo metropolitano, exibindo as multicentralidades dentro da Metrópole Belém, na primeira parte. Em um segundo momento, ilustram-se as subcentralidades no município de Ananindeua, com destaque para o bairro Cidade Nova. Na terceira parte, procurou-se mensurar como o padrão de consumo se expande para as demais cidades da RMB,

---

<sup>1</sup>Optou-se na pesquisa pela denominação “classe de renda”, em vez de “classe social”. Isso porque, aqui, parte-se da concepção de que classe social coloca-se como uma categoria política de luta por direitos e pela justiça social, enquanto a classe de renda identifica a faixa salarial ou de ganho de capital dos indivíduos. Desse modo, esta última classifica-se em: (i) classe de renda A: renda mensal de mais de 15 Salários Mínimos; (ii) classe de renda B: renda mensal que varia entre 05 e 15 Salários Mínimos; (iii) classe de renda C: renda mensal que varia de 03 a 05 Salários Mínimos; (iv) classe de renda D: renda mensal varia de 01 a 03 Salários Mínimos; (v) classe de renda E: renda mensal de até 1 Salário Mínimo.

**Fonte:** <https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=classe%20de%20renda&searchphrase=all>. Acesso em 23/01/2017

para além do núcleo adensado, incitado pelo setor imobiliário e pela expansão de uma urbanização metropolitana, nos termos definidos por Mendes (2018), e expostos na última parte desse texto.

### **AS MULTICENTRALIDADES EM BELÉM: O CENTRO ESTENDIDO, O ENTORNO DA AVENIDA AUGUSTO MONTENEGRO E DA RODOVIA BR-010/316**

Os conceitos de circuito superior e circuito inferior da economia urbana são compostos por elementos das atividades econômicas desenvolvidas nas cidades e que se direcionam para determinadas classes econômicas de acordo com as potencialidades de modificações de cada cidade e região que são identificados. O circuito superior é constituído por banco, comércio, indústria de exportações e importações modernas, prestação de serviços, como o setor atacadista, e de transportes.

Para Santos (2008) esse circuito é formado por atividades puras, impuras e mistas que coexistem na hierarquia e como resultado da economia urbana. Desse modo, é possível destacar os elementos que abrangem o circuito superior da economia, nas seguintes atividades: (i) saúde: clínicas médicas, odontológicas, de tratamentos, terapias e psicológicas; (ii) educacionais: educação básica, ensino superior, curso de formação profissional-tecnológica e curso de idiomas; (iii) atividades de lazer: bares, boates, casa de *shows*, *pub*, cinema, academias etc.; (iv) serviços bancários, atividades financeiras e jurídicas; (v) atividades gastronômicas: restaurantes, lojas de *fast foods*, lanchonetes, etc.<sup>2</sup>

A escolha desses elementos ocorreu baseada em Santos (2008, p. 86), quando este autor afirma que o comércio moderno se realiza por meio de uma gama de estabelecimentos, onde podem ser enquadradas as grandes lojas, os supermercados, os magazines e os hipermercados que englobam um considerável número de produtos. O que também se caracteriza por pequenas lojas de moda que oferecem um reduzido número de artigos de luxo a uma clientela selecionada, as boutiques. O comércio alimentar e de entretenimento que seguem dimensões financeiras mundializadas, como os *fast foods*, originários de capital financeiro e industrial que lhes permitem autonomia e adentrar as realidades urbanas de maneira fácil.

Esses aspectos explicam como é composta a dinâmica comercial, que alarga as atividades econômicas na difusão da metrópole e seus desdobramentos no cotidiano das pessoas, transformando as cidades. Lefebvre (1991, p. 60) define que se vive em uma

---

<sup>2</sup> Classificação de acordo com a Comissão Nacional de Classificação (CONCLA) e a tabela da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), entidades ligadas ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

“sociedade da abundância”, marcada pela substituição das necessidades sociais e individuais por necessidades produtivistas, em uma dominância da ideologia do consumo. Assiste-se ao nascimento de uma nova cultura baseada na abundância da produção e na amplitude do consumo, em que a classe operária, como conceito político, foi destruída, passando a existir apenas as classes econômicas. Nessa perspectiva, Lefebvre (1991) defende que a ideologia do consumo “destruiu a classe operária de suas ideias e ‘valores’, conservando superioridade para a burguesia”, apagando a imagem do humano como sujeito político, deixando em seu lugar o humano consumidor, como razão da felicidade, da racionalidade suprema e da identidade do real e do ideal. (LEFEBVRE, 1991, p. 64).

O ser humano assume a característica de sujeito consumidor de mercadorias, que se assemelha à definição de Oliveira (2006) quando afirma que a metrópole pode ser identificada a partir das relações sujeito-sujeito, sujeito-objeto e objeto-objeto. Porém, as relações que são prioridades no urbano metropolitano são as do sujeito-objeto e as de objeto-objeto, a relação “humanos-mercadoria (sujeito-objeto) e mercadoria-mercadoria (objeto-objeto)”. Isso ocorre devido ao valor de troca tomar conta da cidade, subsumindo o valor de seu uso como obra criadora das necessidades sociais.

Pensa-se na difusão da urbanização como dimensão da vida via mercadoria, com relações econômicas e comerciais. Desse modo, o desejo do homem consumidor narcisista, coloca-se como condição à produção do capital e das formas de acumulação. Segundo Miller (2012, p. 81), há o surgimento de um consumismo narcisista como ideologia do consumo, em que o cliente (humano consumidor) deve exibir riqueza, *status* e gosto. Essa “riqueza aparece na capacidade do [humano de] obter crédito para adquirir casa, automóvel e produtos eletrônicos, bem como outros hábitos alimentares, de bebidas e de roupas”.

A difusão do modo de vida moderno da metrópole se realiza apenas para a formação do que Lefebvre (1991) define de sociedade burocrática do consumo dirigido. Tal sociedade baseia-se no alargamento do ideal consumista, expandindo o urbano e cria clientes, correntistas, acionistas, investidores, devedores – estereótipos de representações de consumidores e do ato de consumir que está sendo transformada em “arte de consumir”.

Esse processo desencadeia-se muito próximo da ideia de centralidade que aqui trabalhada é, com base nas definições de Villaça (2001), que à vincula ao poder de deslocamento e atração que os espaços provocam pela presença das mais variadas formas comerciais e prestação de serviços. Essas novas ofertas agem sobre os indivíduos, levando-os a realizarem compras, a terem vínculos empregatícios, e a se valerem das mais distintas atividades e produtos ali oferecidos. Referindo-se à centralidade que as atividades econômicas

produzem, Sposito (1991) afirma que é para o centro que todos se dirigem para realizarem alguma atividade, um deslocamento provocado pelo comércio, pela indústria, pela agência bancária, etc.

Desse modo, o processo de crescimento econômico que ocorreu devido às políticas neoliberais e à entrada de multinacionais de vários ramos e atividades econômicas, que com seus investimentos incidiram em modificações na cidade de Belém e na sua região urbana. As transformações que ocorreram em termos de distribuição de renda, de melhoria da qualidade de vida e de acesso a determinados serviços, também possibilitaram modificações na oferta de espaços de consumo em toda a RMB.

A realidade da pobreza urbana de Belém, as ocupações em áreas insalubres e periféricas também sofreram modificações. No núcleo metropolitano Belém, o seu centro econômico mais antigo, que aqui se intitula de Centro Estendido, conformado por 20 bairros, registrou-se essa modificação em 15 bairros. Colocam-se como transformações evidentes, sobretudo nos seguintes bairros: Umarizal, Nazaré, Cidade Velha, Campina, Reduto, Comércio, Batista Campos, Cremação, Guamá, São Brás, Marco, Pedreira, Sacramento, Fátima e Canudos. Espaços onde se concentram as atividades presentes no **Quadro 01**:

**Quadro 01** – Estabelecimentos comerciais e de serviços no Centro Estendido de Belém

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	SUB CLASSES DE ATIVIDADES CONFORME A CONCLA/ CONAE
Saúde	2.062	Atividade médica ambulatorial com realização de procedimentos cirúrgicos (309) Atividade médica ambulatorial para realização de exames (422) <sup>3</sup> Atividade médica de consultas (750) Atividade Odontológica (581)
Lazer	1.584	Adega (52) Bares e serviço de alimentação (416) Bares especializados em servir bebidas (100) Choparia e Choperia (76) Cyber café com serviço de bar (32) Snack-bar e serviço de alimentação (45) <i>Truck beer</i> e serviço de bebidas (26) <i>Whiskeria, whiskaria</i> (12) Atividades de condicionamento físico (319) Academia de ginástica e musculação (268) Fitness, yoga, pilates (60) Atividade de hidroginástica (49) Serviços de <i>personal trainers</i> e Centro de musculação (129)
Administrativas	458	Bancos comerciais e Bancos múltiplos, com carteira comercial (55) Caixas econômicas e Crédito cooperativo (12) Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados (06) Atividades de serviços financeiros (18) Fundos de investimento (04) Atividades jurídicas (196) Atividades de contabilidade, consultoria e auditoria contábil e tributária (167)
Educacionais	614	Ensino de idiomas (250) Ensino médio (125) Educação superior (28) Educação profissional de nível técnico e tecnológico (211)
Gastronômicos	2.424	Serviço de alimentação sem serviço completo (348) Serviço de alimentação <i>birosca</i> (540) Casas de chá (236) Serviço de alimentação <i>fast-food</i> (155) Lancheria (373) Lanchonete (189) Pastelaria (165) Pizzaria (tipo <i>fast-food</i> ) (277) Sorveteria (141)

Fonte: Relatório de registro de atividades comerciais da Junta Comercial do Estado do Pará, (JUCEPA) de 2018.

Ao todo são 7.142 empresas que prestam serviços ou executam as atividades selecionadas na pesquisa. Essa quantidade é um dos elementos centrais para entender a importância de Belém e do que aqui se intitula de “Centro Estendido” - esse que é definido dentro da área que fora denominada, no passado, por Trindade Jr. (1998) de “Cidade

<sup>3</sup> Em todos os quadros desse artigo, os números dentro dos parênteses (nº) representam a quantidade de espaços de atividades econômicas, agências bancárias, lojas, filiais ou franquias identificadas na pesquisa de campo.

Confinada”. Ainda assim, a nossa conceituação decorre devido à reestruturação dos bairros a partir dos serviços e das atividades comerciais instaladas nos últimos 20 anos, de maneira semelhante ao núcleo central histórico de Belém, configurando um grande centro de consumo de forma concentrada, mas não mais confinada, a três ou quatro bairros.

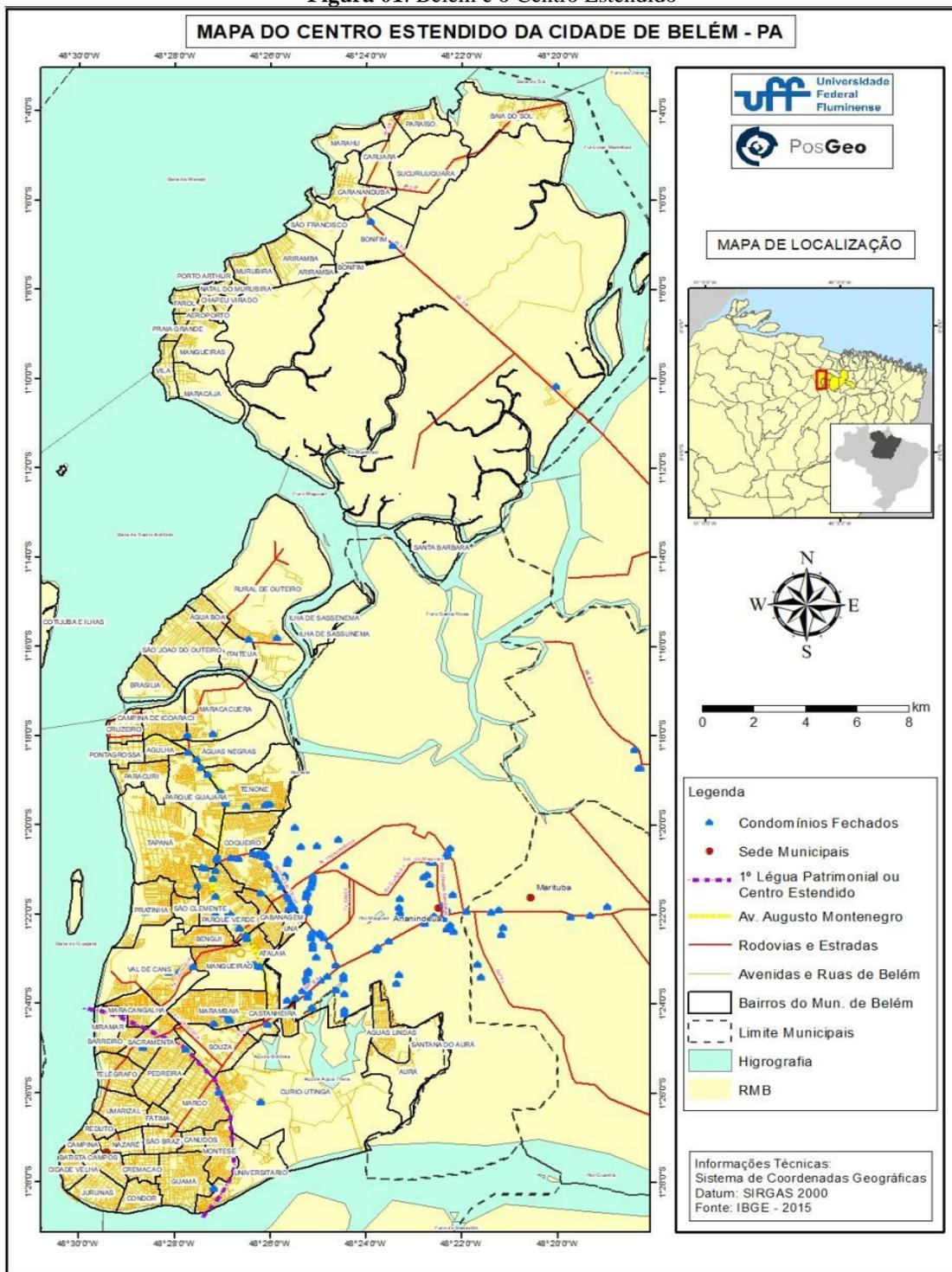
Nesse centro estendido, é possível identificar o primeiro *shopping* inaugurado em 1993, o *Shopping Center* Iguatemi, hoje Pátio Belém, no bairro Batista Campos. Como a população de alta renda se concentra nos bairros de Nazaré, Reduto, Batista Campos e Umarizal, são também nesses espaços que estavam concentradas as principais atividades econômicas até o ano de 2005<sup>4</sup>. Posteriormente, há uma expansão comercial juntamente com habitações, e os espaços comerciais foram alocados em uma forma de espraiamento para os bairros de São Brás, Marco, Pedreira e Telégrafo, nas décadas de 1980 e 1990. Com a recuperação de várias áreas insalubres, foi possível assentar serviços bancários, órgãos públicos, supermercados e toda uma infraestrutura urbanística nesses bairros até então distante e sem poder de aglomeração.

Especificamente, para o bairro da Sacramenta, esse sendo o último a ser incorporado à dinâmica e já na franja da “cidade confinada”, essa transformação chegou no ano de 2004, com a inauguração de um *shopping center* de porte médio, chamado de “*It Center*” - empreendimento que atraiu importantes grupos comerciais para o bairro que era dominado por palafitas, comércios precários de tabernas e feiras livres. Algumas redes de supermercados locais e lojas de departamentos nacionais foram ali implantadas: Supermercado Nazaré e Lojas Americanas, respectivamente. O principal resultado é a dinamização do comércio e dos serviços, com a instalação de agências de bancos privados: Itaú (ano de 2011) e Bradesco (ano de 2013); de laboratórios de análises clínicas, de redes de farmácias, de Universidades e de concessionárias de automóveis. Na **figura 01** apresenta-se o mapa do Centro Estendido, mostrando os bairros de Belém e a cidade de maneira geral como núcleo da RMB.

---

<sup>4</sup> Outros *shoppings* foram construídos nesse centro estendido, como o *Boulevard* em 2013, no bairro do Reduto. Há também uma proposta, do grupo MB Capital, de construção do *Shopping* Belém, no bairro de São Brás.

Figura 01: Belém e o Centro Estendido



Fonte: Mendes (2018).

O mapa evidencia a concentração das atividades econômicas e serviços em 15 bairros, onde há uma presença massiva de produtos imobiliários para segmentos de alta e média renda. É interessante, portanto, situar esse processo, uma vez que a intensificação das atividades comerciais no centro de Belém, para atender a expansão dos condomínios, precisou ocupar outros espaços da cidade, uma dinâmica que segue três eixos, em direção à área de expansão

urbana da RMB, sobretudo nas Avenidas Almirante Barroso, Pedro Álvares Cabral e Centenário.

A Avenida Centenário, que foi aberta no ano de 2010, com a finalidade de ser uma segunda conexão da Avenida Augusto Montenegro com o centro de Belém, é ocupada pelo comércio de *shopping center*, no Bosque Grão-Pará, próximo a dois dos primeiros condomínios fechados da RMB, o Cristal Ville e o Água Cristal. Esse *shopping* foi inaugurado no ano de 2015 e produz uma dinâmica de deslocamento de linhas de ônibus e pessoas para trabalhar e realizar compras. Consiste em um empreendimento com investimento de R\$ 179 milhões, a fim de disponibilizar ao público 225 lojas, 06 salas de cinema e 7.500 empregos (4.000 diretos e 3.500 indiretos).

O *Shopping center* Bosque Grão-Pará serve de âncora para mais um empreendimento imobiliário, o *mix* condominial Cidade Cristal: um complexo de condomínios empresariais, comerciais e residenciais, desenvolvido por meio do Consórcio empresarial Água Cristal, pela associação do grupo nacional Calila Investimentos (JCC-Jereissati Centros Comerciais) e a construtora paraense Freire & Melo. Na **figura 02**, é possível identificar a proposta do *mix* condominial Cidade Cristal.

**Figura 02:** Condomínio *mix* Cidade Cristal



**Fonte:** <http://freiremello.com.br/para-morar/cidade-cristal/>. Acesso em 28/01/2018

O empreendimento imobiliário e comercial reforça a tese de redefinição da RMB sob o signo do condomínio fechado e da disponibilidade de serviços. Nesse exemplo, fica visível a ligação dos grupos financeiros nacionais com os grupos empresariais locais, pois houve a implantação de um Colégio ao complexo, assim como de um condomínio empresarial, “o Cristal Corporate” ambos vinculados ao *shopping* Bosque Grão-Pará.

Já no eixo da Avenida Pedro Alvares Cabral, no perímetro localizado dentro do bairro da Marambaia, as transformações são intensas. Esse bairro que tem origem vinculada à construção de conjuntos habitacionais e de ocupações espontâneas, até o ano de 2010 não era

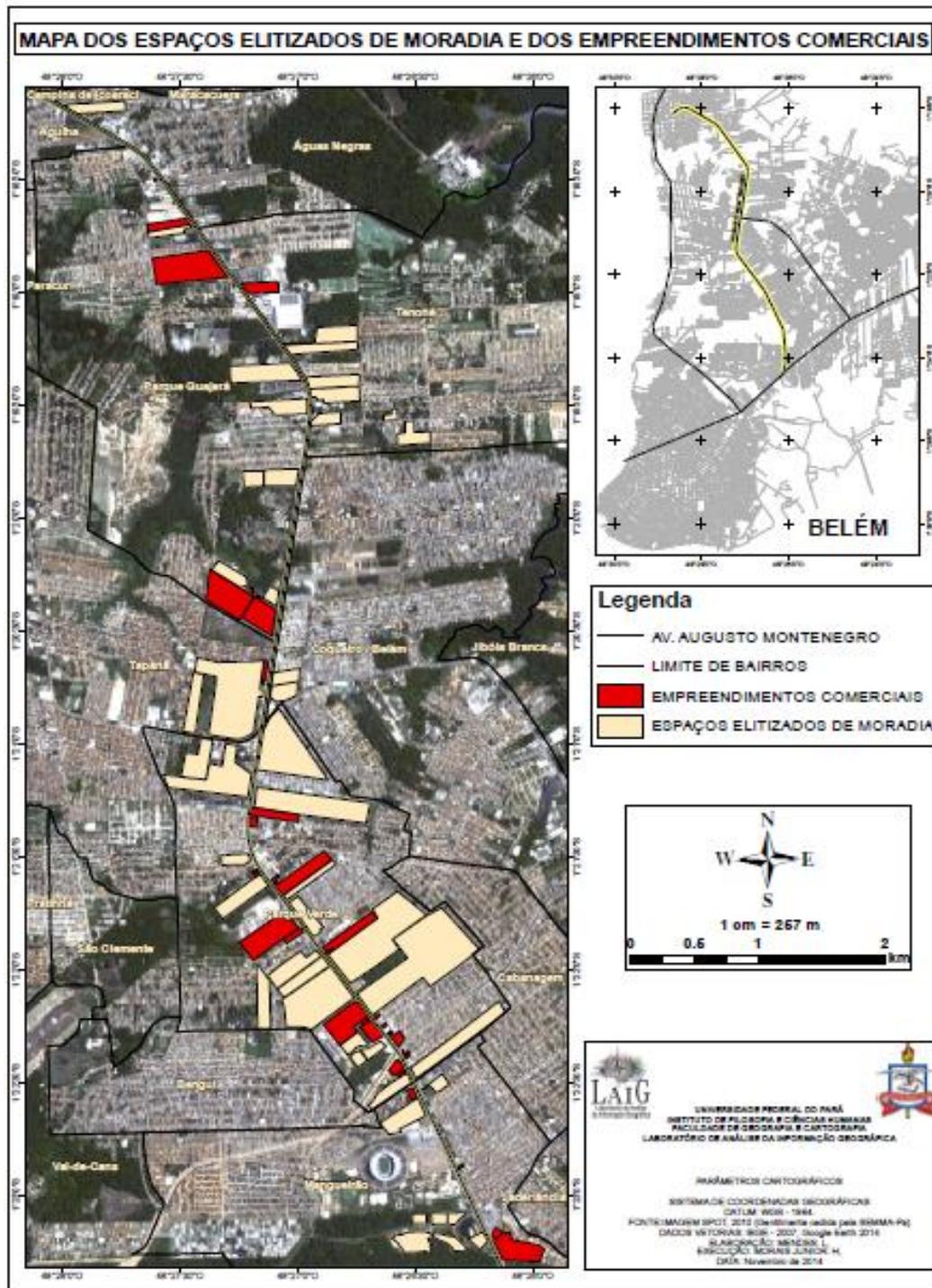
possível encontrar empreendimentos imobiliários voltados às classes de renda A e B, assim como serviços e comércios especializados. Ao longo das Avenidas Pedro Álvares Cabral, Rodolfo Chermont e Tavares Bastos, glebas livres e antigas áreas de indústrias e fábricas foram incorporadas pelo capital imobiliário. Onde, a partir do ano de 2009, foram construídos condomínios fechados e espaços comerciais, como: academias de musculação, restaurantes de comida japonesa, barbearias, farmácias, churrascarias, espaços de *shows* e restaurantes *gourmet*, clínicas de estética, salão de beleza, faculdades particulares, cursos de idiomas e franquias de *fast foods*.

No bairro da Marambaia, sobretudo no entorno das vias supramencionadas, foram instaladas lojas de departamento de varejo e atacado, como supermercados, magazines, que estão próximos ou no entorno dos condomínios fechados. Na Avenida Pedro Álvares Cabral, podem ser encontradas franquias de lojas de alimentação e de departamentos, restaurantes e agências de bancos privados como do Itaú e Bradesco. Esse trecho da Avenida é, simultaneamente, o “entroncamento” com as Avenidas Almirante Barroso, Augusto Montenegro e a rodovia BR-316. No que tange as redefinições espaciais com a alocação de empreendimentos imobiliários e de comércios e serviços, observa-se essa dinâmica no eixo da Avenida Augusto Montenegro. O que é confirmado na **figura 03**, um mapa em que há a espacialização dos espaços elitizados de moradia e consumo, conforme Mendes (2020). No mapa estão destacados 46 empreendimentos imobiliários no formato de condomínios fechados que, com a oferta de cerca de 17.000 unidades habitacionais, provocaram a construção de 50 espaços comerciais situados no circuito superior da economia aos termos definidos por Santos (2008). Registra-se a inserção e aprimoramento de diversos serviços vinculados aos circuitos inferior e misto que, a partir da oferta de demais serviços pelos aparelhos estatais, mostram-se de grande relevância à ocupação e a produção de renda-localização dessa via, inserida em um quadro de centralidade metropolitana, conforme pesquisa anterior (MENDES, 2015).

Mendes (2015 e 2020) afirma que 80% das pessoas que moram nos condomínios fechados nessa via realizam compras ou algum tipo de atividade comercial nos empreendimentos disponíveis próximo, o que prova a centralidade dessa porção da cidade, por não precisarem se deslocar para o centro de Belém. A centralidade metropolitana produzida na Augusto Montenegro cresce constantemente. Seguindo para o norte da cidade de Belém, é possível identificar expansão das atividades comerciais com a proposta de construção do *Shopping Vila Sorriso*, no Distrito de Icoaraci, pelo grupo MB Capital. Essa proposta busca alcançar os moradores dos condomínios fechados que estão nessa porção de Belém, sobretudo

dos condomínios *Alphaville* Belém em Outeiro, do Multi Icoaraci e mais recentemente do *BouganVille*.

**Figura 03:** Condomínios fechados e comércios na Avenida Augusto Montenegro em Belém



Fonte: Mendes (2020).

Os redimensionamentos que o mercado imobiliário impõe à RMB desde o ano de 2005 promovem uma expansão de atividades comerciais ligadas ao *status* e ao requinte de determinadas classes econômicas, sobretudo a partir da aceitação e da facilidade em aquisição

da casa própria fora da área que aqui foi intitulada de “Centro Estendido”. Na **figura 04**, é possível observar essa reprodução via *marketing* imobiliário das centralidades e do consumo para fora do referido centro em Belém.

**Figura 04:** Reportagem sobre a procura por moradia fora do centro de Belém



Fonte: Jornal O Liberal- Caderno Dinheiro. Pesquisa Documental

A figura anterior deve ser colocada como emblemática por trazer, no centro da foto, um casal que aparentemente faz parte da elite econômica de Belém, e que está/estava em busca de adquirir sua casa fora da “cidade confinada”. Trata-se de um fenômeno não tão recente na produção do espaço, mas que se torna recorrente devido às transformações imobiliárias, assim como pela disponibilidade de serviços, uma consequência da dispersão da cidade.

Do universo de 208 entrevistados em toda a RMB, 85% afirmaram que a opção de morar em um condomínio fechado, ocorre por conta da proximidade e do acesso a espaços comerciais e a determinados serviços. A reprodução do setor imobiliário, junto com as políticas de distribuição de renda e o crescimento dos ganhos reais através da valorização do salário (POCHMANN, 2014) são os promotores desse processo, que se caracteriza como metropolização.

A expansão urbana acompanhada da alocação de atividades econômicas e imobiliárias é a responsável pela produção da atual conurbação de Belém com Ananindeua para além do eixo histórico da BR-010. Ao longo da Avenida Independência, que liga Belém à Ananindeua e à Marituba, essa realidade também é presente, assim como no cruzamento da Avenida Independência com a Avenida Mário Covas (limite entre Belém e Ananindeua), próximo a diversos condomínios fechados, há uma dinamização das atividades comerciais, sobretudo com

supermercados de atacado e varejo e galeria de lojas de varejo. No ano de 2016, foi inaugurado o Atacadão Assaí (do grupo Francês Pão de Açúcar)<sup>5</sup>, empreendimento que reforçou a aglomeração que juntamente com o fluxo de pessoas e automóveis, possibilitou que no mesmo ano, fossem construídas lojas de conveniências, postos de gasolinhas, espaços de *food truck*, farmácias, restaurantes *gourmet*, etc.

O processo também é visualizado na Avenida Mário Covas, com restaurantes *gourmet* (Hamburgueria 66 e Boi D'ouro, Napolli), lojas de departamentos (Lojas Americanas), farmácias, supermercados e concessionárias de automóveis. Uma forte substituição ou convivência de áreas com origens em ocupações espontâneas e de um terciário precário com a modernização da moradia e dos espaços de consumo.

Desse modo, as avenidas Augusto Montenegro e Mário Covas devem ser tratadas como eixos estruturantes de modificações na RMB. A Mário Covas por ser uma via de ligação com Belém (através da Avenida Augusto Montenegro) e Ananindeua (por meio da BR-010/316 e Avenida Independência), além de um importante acesso ao bairro da Cidade Nova. Espaços que também estão se tornando centralidades na reestruturação urbana da RMB.

Revela-se que há uma centralidade no entorno da BR-010/316, que vai dos quilômetros 01 ao 07, envolvendo os bairros Castanheira (Belém), Atalaia, Jaderlândia, Guanabara, Coqueiro, Providência e Águas Lindas (Ananindeua). Uma centralidade que decorre de alguns pressupostos históricos que estão ligados à efetivação da ocupação da RMB desde a década de 1970. Dessa formação de centralidade, o primeiro elemento a se analisar é o complexo do Entroncamento, localizado no quilômetro 01 da rodovia, e que consiste hoje no encontro das Avenidas Pedro Álvares Cabral, Augusto Montenegro e Rodovia BR-010/316. Foi, no passado, o primeiro ponto de parada dos trens que circulavam na Estrada de Ferro de Bragança, em que tinha o ramal ferroviário do Pinheiro como destino, o hoje Distrito de Icoaraci. Além de ser o principal meio de entrada e saída viária de Belém, o Entroncamento se tornou um entreposto comercial de abastecimento de produtos no atacado, como hortifrúteis granjeiros, hortaliças, alimentos não perecíveis; tornando-se uma das maiores feiras livres da RMB.

Localizado ao lado desse complexo comercial e inaugurado no ano de 1993, há o segundo elemento espacial de formação de centralidade no entorno da BR-010/316, o *Shopping center* Castanheira. Sendo o segundo *shopping* da RMB, fundado e administrado pelo Grupo Líder Ltda. Construído no meio da periferia na década de 1990, sua instalação começou a

---

<sup>5</sup> Fonte: <https://www.assaí.com.br/quem-somos>. Acesso em 31/01/2018

provocar modificações espaciais por conta da difusão da ideologia do consumo, em meio à pobreza e às ocupações espontâneas que produziam os bairros do Atalaia, Jaderlândia e Una.

Antes ocupado principalmente por motéis, por concessionárias de caminhões e tratores, por indústrias e pequenos comércios alimentícios de restaurantes e de lanchonetes, esse trecho da BR-010/316 começa a passar por contundentes transformações após a inauguração do *shopping* Castanheira, sendo um espaço altamente modificado nas décadas de 1990 e 2000, devido à implantação de condomínios às classes de renda A e B. Para tanto, no **quadro 02**, enumeram-se e caracterizam-se os serviços que estão ligados às classes com alto poder de compra, nesse perímetro da BR-010/316.

**Quadro 02** - Disponibilidade de serviços na BR-316, conurbação Belém /Ananindeua

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	DESCRIÇÕES
Saúde	17	Hospital Metropolitano, Ruth Brazão Laboratório (1) Top Nefron, Amaral Costa (1), <i>Pharmapele</i> , Fórmula <i>Phama</i> , dentistas (5), Big Ben (4) e Extra Farma (4)
Lazer	02	Clubes recreativos AABB e ASBEP
Administrativas	45	Escritório de advogados (8) Bancos: Bradesco (2), do Brasil (3), Itaú (2), Banpará (2), Sicoob, Caixa Econômica Federal (2) e Santander (1) Lojas Americanas, Hipersol, Líder BR (atacado e varejo), Makro, Ricardo Eletro (2) e Novo Mundo (2) Correios (01) <i>Toyota Thay</i> (1), <i>Vega Volkswagen</i> (1), <i>Renault Du Nort</i> (1), <i>Ford</i> Disbrava e <i>Veja Caminhões</i> (2), <i>BMW Riviera Motors</i> , <i>Hyundai</i> , <i>HMB Unique</i> e <i>Mônaco Du Nort</i>
Educacionais	11	Curso de Idiomas Aslan (1), Universidade Federal do Pará, Faculdade da Amazônia, Universidade de Amazônia e BSGI (Centro Cultural do Pará)
Gastronômicos	07	<i>Habib's</i> e Companhia Paulista de Pizza Restaurante Nipobrás, Churrascaria Tucuruvi, Indústria do Pão, Dom Nato e BR Empório <i>Goumert</i>

Fonte: Pesquisa de Campo. Janeiro/2018.

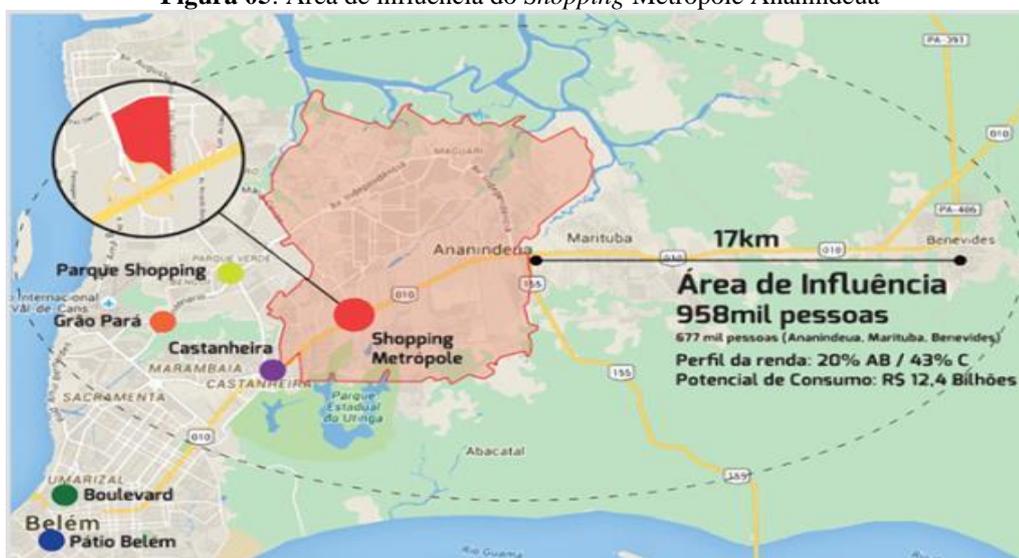
A leitura do **quadro 02**, possibilita identificar como o crescimento econômico transforma os espaços urbanos de forma contraditória. Os bairros que estão nesse perímetro, ainda possuem graves problemas sociais intimamente ligados ao modo como surgem, ou seja, das ocupações espontâneas. No entanto, apesar da inserção desses serviços e centros de consumo, essas populações foram minimamente incluídas, ou seja, de forma precária ali sobrevivem, recebendo os benefícios de uma sociedade urbana, benefícios chamados atendimento às “necessidades sociais”, aqueles que podem ser acessados por todos e não apenas para as dimensões de consumo, as chamadas “necessidades individuais”, segundo os ideais de Lefebvre (1991).

Realiza-se essa afirmação, pois todas as atividades, até então, alocadas em grande parte desses centros urbanos, se deram após o ano 2000. As franquias de *fast foods* foram implantadas a partir do ano de 2006, com a construção da Cia Paulista de Pizza, no quilômetro quatro da BR-010/316, e assim como a *fast food* *Habib's* em frente ao *Shopping* Castanheira, no ano de 2009. A localização desse tipo de serviço em bairros dominados pela extrema pobreza ocorre

após a construção e a inauguração de condomínios fechados e de determinados espaços de consumo como os *shoppings centers*. É possível observar no perímetro a inserção de bancos, lojas de *fast foods* e de espaços *gourmet*, bem como os condomínios e os *shoppings centers*. Nessa centralidade, é possível encontrar condomínios *mixes* - aqueles que associam o espaço da moradia com o de trabalho. Sobretudo com salas comerciais com destaque para o *Living Next Office*, o *Business 316* e o *Pleno Residence e office*.

Por fim, outro movimento do crescimento urbano nessa área fora a instalação do *Shopping Center Metrópole*, em novembro de 2017. Localizado no cruzamento da Avenida Mário Covas com a rodovia BR-010/316, é o segundo *shopping* nesse perímetro, confirmando o dinamismo e a expansão das atividades comerciais através desse eixo que se coloca como uma via estruturante de desenvolvimento urbano da Região Metropolitana de Belém. Consiste no primeiro *shopping center* que está totalmente fora de Belém, revelando a ideologia de consumo que adentra os espaços da expansão metropolitana. Há um destaque no plano de estudo à construção do *shopping Metrópole*, em que é possível observar a sua relação com outras cidades da RMB. Na **figura 05**, pode-se compreender como em termos de RMB há a influência do *shopping*, com uma localização que produz centralidade urbana.

**Figura 05:** Área de influência do *Shopping Metrópole* Ananindeua



Fonte: <http://sacavalcanteshoppings.com.br/sobre.php>. Acesso em 25/01/2018.

A lógica da metropolização pôde ser percebida na **figura 05**, ao efetivar o urbano como negócio, não apenas pela disposição dos espaços para serem consumidos, mas quando os dados mostram não pessoas, mas sim perfis de renda com poder de consumo. Para a empresa responsável pela administração do *shopping*, esses aspectos representam potencial de consumo,

o que é uma tendência, ou seja, tentar inserir todos os perfis de renda sob o signo da vida moderna de consumo “resumida” no modelo do *shopping center*.

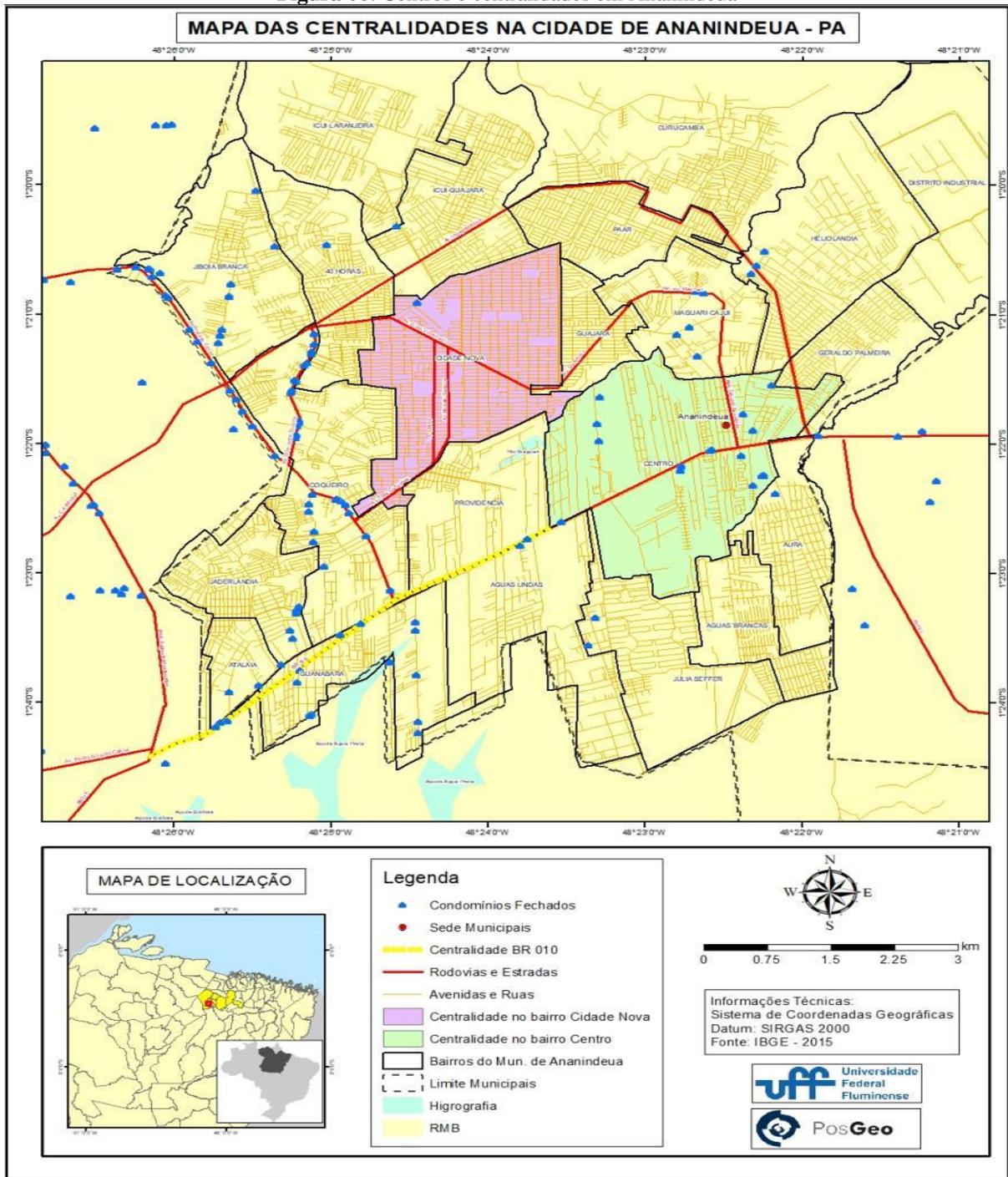
Essa expansão metropolitana também pode ser percebida na reestruturação dos outros centros urbanos que possuem em menor grau os espaços de consumo como os que aqui foram apresentados. Ainda que apresentem uma menor representação em termos de dinâmica socioeconômica, nesses espaços são perceptíveis as alterações nas suas dinâmicas intraurbanas. A exemplo do que se registra na **figura 06**, um mapa, em que se visualiza a área de centralidade da BR-316/010, a do bairro Centro de Ananindeua e também do bairro Cidade Nova.

### SUBCENTRALIDADES METROPOLITANAS EM ANANINDEUA

Certa centralidade ao longo de oito quilômetros da BR 010/316 está alocada na conurbação de Belém-Ananindeua, em que é possível observar no Mapa da **figura 06** o bairro Centro de Ananindeua e o bairro Cidade Nova. Assim, as centralidades no bairro Centro em Ananindeua constitui-se historicamente com a ocupação ribeirinha (margens do rio Maguari), com o ponto de parada dos trens da Estrada de Ferro de Bragança (final do século XIX início do XX) e com a construção de conjuntos habitacionais mais recentemente ao longo da rodovia BR.

Para revelar essas centralidades foi realizado o inventário dos espaços comerciais e de determinados serviços, procurando demonstrar as dimensões de consumo que se diferem. Com relação ao bairro da Cidade Nova tais dimensões estão vinculadas à histórica ocupação e influência da BR-010/316 bem como a das Avenidas Independência, Augusto Montenegro e Mário Covas. Nesse bairro há a disponibilidade de atividades comerciais e de serviços, concentradas em quatro vias: Avenida Joaquim Vicente Zico (Arterial 18), Estrada da Providência, Avenida Dr. Nonato Sanova (SN 3) e Avenida Três Corações, todas destacadas na **figura 06**.

**Figura 06:** Centros e centralidades em Ananindeua



Fonte: Mendes (2018).

Para uma melhor compreensão, apresenta-se a seguir o **quadro 03**, onde é possível visualizar as atividades comerciais que promovem deslocamentos para a Cidade Nova e, como consequência, produzem sua centralidade em escala metropolitana.

**Quadro 03** – Atividades comerciais e serviços no bairro Cidade Nova em Ananindeua

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	DESCRIÇÕES DO BAIRRO CIDADE NOVA
<b>Saúde</b>	60	Big Ben (3) Extra Farma (2), outras farmácias (5), clínicas odontológicas (14), <i>New Nutri</i> , Laboratório Amaral Costa, Laboratório San Moreno, EMED Saúde, óticas (16), Laboratório Beneficente de Belém, outras clínicas (10), Pharmapele, Fórmula farmácia, CSD Diagnósticos, Laboratório Ruth Brazão, Laboratório Paulo Costa Azevedo
<b>Lazer</b>	47	Café Dalí <i>Pub</i> ; Cervejaria do Caldo, Bar do Goiano, Fama, Boteco da Boa, Cervejaria Empório dos Amigos, <i>Point</i> do Bilhar, Cantina do Sabor, Japonês – O Rei dos Pasteis e Boteco Dom Espeto Esmalteria (5), Barbearia (11), Clínica de Estética (19) e salões de beleza (7) <i>Superação</i> , Bio <i>Wilness</i> , <i>Body team</i> (2) e outras (3)
<b>Administrativas</b>	32	Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Itaú, Banpará, Basa- Banco da Amazônia e Santander escritório de contabilidade (8), escritório de advocacia (9) e corretora de seguros (1) Formosa Mix, Líder Cidade Nova, Novo Mundo, Ricardo Eletro, Lojas Marisa, Lojas Paraibana, Portugal Auto Serviços e Avisão do Lar
<b>Educacionais</b>	39	ESMAC (Escola Superior Madre Celeste), <i>Castilla</i> Curso de Idiomas, Cultura Inglesa, Colégio Phisyses, Uniter (Centro Universitário Internacional), Faculdade Estácio Cidade Nova, Conexão Enem Pré-vestibular, Escola de Dança Clara Pinto, Colégio Intelectual, Colégio Ideal, Colégio Impacto, Colégio Supremo. <i>Aslan</i> Curso de Idiomas Geovane Moda feminina; <i>Point</i> Surf e outras lojas de roupas (24)
<b>Gastronômicos</b>	46	Bob's, Companhia Paulista, <i>Lug's</i> , <i>Sub way</i> , <i>Blaus</i> , Chiquinho Sorvestes, <i>Ice Body</i> Sorveteria, André Sanduicheira, <i>Sushi</i> Expresso e Forno Expresso Pizzaria, <i>Bahamas</i> Carnes Vandão <i>Mix</i> Hamburgueria (2), Empório da Cidade, panificadoras (3), Big Mengão Lanches, Bar Te Come, Bar Me Come, Doutor Pizza (2), outras pizzarias (7), restaurantes de comida japonesa (7), Empório da Empada e pequenos restaurantes (10).

**Fonte:** Pesquisa de campo. Janeiro/2018.

Na análise do **quadro 03**, nota-se a transformação na Cidade Nova, que deixa de ser um complexo de 09 conjuntos habitacionais para se transformar em um subcentro de consumo, com a oferta dos mais variados serviços e atividades econômicas destinadas a todas as classes e perfis de renda. Outra mudança assenta-se no que se oferta nesse bairro desde o início da década do ano 2000, intensificado a partir do ano de 2010, com a chegada de condomínios fechados no seu entorno.

Com relação aos serviços para os perfis de renda A, B e C, ressalta-se que nas ruas retrocitadas o comércio varejista e a prestação de serviços, para cada um daqueles eixos, foram também possíveis de observar determinadas particularidades, nelas são encontradas agências de bancos nacionais particulares e públicos; serviços públicos federais (Receita Federal, Previdência Social); repartições da prefeitura de Ananindeua, feiras livres, supermercados e algumas lojas de comércio varejista.

A expansão das atividades e da prestação de serviços nesse bairro ocorreu também nos eixos da Estrada da Providência, da Travessa SN 3 e da Avenida Dr. Nonato Sanova, vias que convergem na Praça da Bíblia e seguem para a Avenida Três Corações. Nessas vias podem ser encontrados laboratórios, farmácias, clínicas médicas, serviços gastronômicos (hamburguerias, empórios de pães, franquias de lanches regionais) e instituições de ensino superior. Há ainda a oferta de serviços de informática, de manutenção de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, *magazines*, supermercados, galeria de lojas, lojas de perfumarias nacionais e concessionárias

de carros e motos. Ao se tratar da oferta de lazer e entretenimento, eles estão localizados principalmente na Praça da Bíblia, onde se concentram bares, restaurantes, casas de *shows* e franquias de *fast foods*.

Considerando as mudanças nas estruturas econômicas das cidades, na oferta de moradias às classes A, B e C como impulsiona a chegada de serviços diferenciados, com certo nível de qualidade e de sofisticação para as demais cidades da RMB. Um caso emblemático de atividades do circuito superior da economia, que provocam centralidades, são os espaços *gourmet*, a exemplo da Oficina do Trigo - Casa Assis, uma antiga panificadora que se tornou referência em qualidade e atendimento, após investimentos dos proprietários para adaptá-la ao novo padrão de consumo. Ao observar a **figura 07**, nota-se além da infraestrutura da loja a dimensão metropolitana de atendimento oferecida:

**Figura 07:** Folder de Divulgação da Casa Assis - Oficina de Trigo



Fonte: Pesquisa de campo. Novembro/2017.

Além da escala metropolitana, esse empreendimento pode ser situado dentro da dinâmica de modificação da centralidade intraurbana de Ananindeua. As redefinições espaciais vinculadas aos lugares da moradia e do consumo, que estão sendo orquestradas; seguem dos espaços de maior adensamento urbano e de ocupação mais antiga, para exercerem domínio sobre lugares afastados e periféricos da cidade, onde o solo, até então, não é densamente ocupado. Essas (re)significações chegam ao bairro Centro de Ananindeua e se alastram para os limites dessa cidade com a de Marituba, provocando uma conurbação entre as duas.

Desse modo, o bairro Centro da cidade de Ananindeua oferece diversas atividades econômicas de comércio atacadista e varejista, assim como os órgãos da administração pública. São destaques as vias que estão no entrono do prédio da Prefeitura Municipal, e no **quadro 04**, visualizam-se os estabelecimentos comerciais no referido bairro:

**Quadro 04** – Serviços e estabelecimentos comerciais no bairro Centro, Ananindeua – RMB

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD	DESCRIÇÕES
<b>Saúde</b>	28	Farmácias Fórmula, Big Ben, Extra Farma, do Trabalhador, Hospital Anita Gerosa, outras farmácias (4), clínica médicas (6), clínicas odontológicas (8), óticas (4) e laboratório de análise clínica (1)
<b>Lazer</b>	10	Bar (2) - Choperia dos amigos, Salões de beleza (4) e academias (4)
<b>Administrativas</b>	72	Agências do Banco do Brasil (1), Bradesco (1), Banpará (1), Itaú (1) e Caixa Econômica Federal (1), Escritórios de advocacia (27), cartórios (2) Atacadão BR, Atacadão Assaí BR, Atacadão Preço Baixo, Lojas Americanas, Atacadão Matheus, Armazém Paraíba, Liliane, Ricardo Eletro, Novo Mundo e pequenas Lojas do comércio varejista (20) Fórum Trabalhista de Ananindeua, Núcleo de práticas Jurídicas, Receita Federal, Correios, Fórum Civil de Ananindeua, NACRI (Núcleo de Atendimento criminal), Defensoria Pública
<b>Educacionais</b>	03	Aslan Curso de Idiomas, Colégio Nossa Senhora do Carmo e Colégio Alpha
<b>Gastronômicos</b>	15	Restaurantes (11), panificadoras (3), Restaurante Panela Brasileira

**Fonte:** Pesquisa de campo. Janeiro/2018.

Essa realidade de consumo possui, sobretudo, um grande número de serviços de saúde, que no Centro de Ananindeua decorrem da proximidade com grandes bolsões de pobreza, bairros periféricos que ali nas redondezas se conformaram. Esse cenário é resultado das ocupações espontâneas que deram origem aos bairros que circundam o Centro (observar **figura 06**), com destaque aos bairros do Aurá, Águas Lindas, Águas Brancas, Geraldo Palmeira, Providência e Heliolândia que não contam com a presença de postos de saúde e demais atendimentos médicos, logo, a procura e o deslocamento ao Centro. Essas informações são falas expressas dos proprietários das clínicas e de centros médicos, que estão expressas na pesquisa de Mendes (2018).

Nesse contexto, ao se tratar do crescimento urbano no que tange à Região Metropolitana, a localização do Centro deve ser vista como estratégica. Isso porque, os deslocamentos que decorrem das regiões Sul e Sudeste do estado do Pará, por meio da rodovia PA-150 (Alça Viária), a primeira centralidade com a presença de agências bancárias, determinados serviços jurídicos e médicos é justamente o centro de Ananindeua. A construção do terminal metropolitano nessa área no ano de 2017, somada à introdução de estabelecimentos comerciais como supermercados e magazines de grupos internacionais, tendem a dinamizar ainda mais a RMB, como poderá ser observado nos subtópicos seguintes.

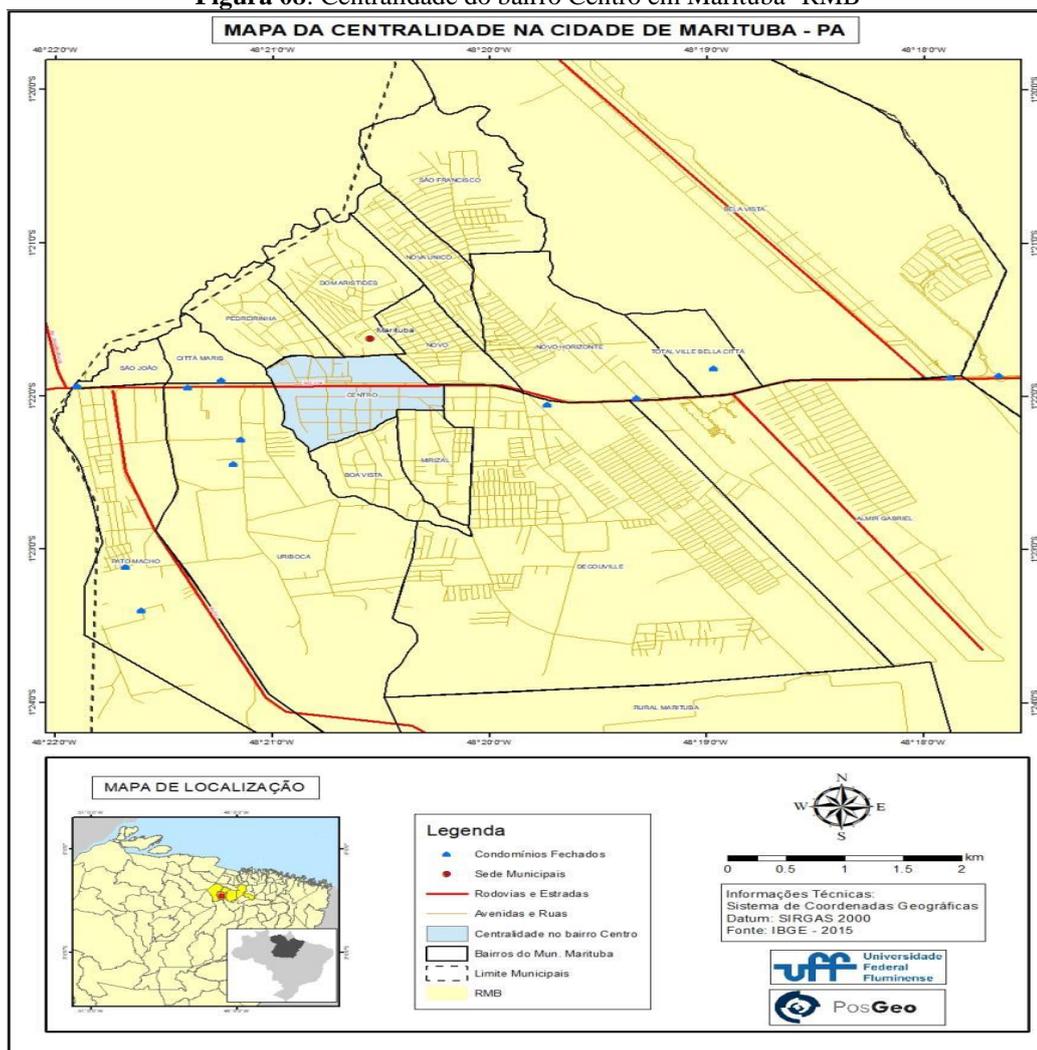
---

## MODIFICAÇÕES DO CONSUMO E DO PADRÃO METROPOLITANO EM MARITUBA, BENEVIDES E SANTA BÁRBARA DO PARÁ

A centralidade na cidade de Marituba se situa no bairro Centro. Desde o ano 2000 o processo de substituição dos espaços de consumo, bem como dos de moradia, produzem essa cidade como negócio, seja imobiliário, seja comercial ou ainda habitacional nos termos de Carlos *et al* (2015). O que possibilita afirmar que essa cidade está passando por um intenso processo de conurbação com Ananindeua, e seus espaços cada vez mais colocados a serviço dos grupos empresariais locais, ora para incorporação imobiliária, ora para alocação de empreendimentos comerciais.

O incremento do modelo do condomínio fechado para classes de alta e média renda incita a substituição dos espaços de consumo e da oferta de serviços para moradores dos conjuntos habitacionais ou oriundos das antigas ocupações espontâneas, espaços esses que estão se adequando aos moradores de condomínios. Para tanto, a pesquisa realizada no bairro Centro revelou a sua (re)estruturação para atender a outra realidade econômica que vem se instalando, provocando a expansão das atividades comerciais naquele local. Na **figura 08**, há destaque para o bairro Centro e a cidade de Marituba:

**Figura 08:** Centralidade do bairro Centro em Marituba- RMB



Fonte: Mendes (2018)

Na **figura 08**, destacam-se os condomínios fechados, que somam um total de oito, porém com mais de 6.000 unidades habitacionais em Marituba. O mapa também traz o bairro do Centro com suas principais ruas, onde foram identificados os espaços comerciais que estão situados no **quadro 04**. No referido quadro identifica-se os tipos de prestadores de serviços, bem como os espaços comerciais localizados no centro da cidade.

**Quadro 04** – Estabelecimentos comerciais e de serviços no bairro Centro de Marituba

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	DESCRIÇÕES
Saúde	05	Farmácias Big Ben, Extra Farma (2) e Farmácia do Trabalhador e Drogarias Globo
Lazer	03	Academias (3)
Administrativas	27	Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Banco Itaú, Banpará e Siccob, Escritórios de advocacia (3) Supermercado El Shaday, Lojas Americanas, Nicris Fashion (2) e Belém alimentos, Correios e as Secretarias da Prefeitura Municipal, Revemar Moto Center (Motos)
Educacionais	04	Escola de Idiomas Square, Universidade Paulista (Unip – Polo), Escola de Formação Tecnológica e Visual Cursos e Treinamentos
Gastronômicos	03	Pub Prime e hamburguerias (2)

Fonte: Pesquisa de campo. Janeiro/2018

As atividades encontradas em Marituba começam a mudar e a se adequar aos consumidores com maior poder aquisitivo. Surgem bares, boates, *hamburguerias*, academias, salões de beleza, clínicas de estética, loja de departamentos com capital na bolsa de valores, a exemplo da Lojas Americanas. Essa expansão decorre do surgimento de condomínios fechados, regulado por diversas escalas do poder público.

Essa percepção e orquestração das mudanças no padrão de renda e consumo são acompanhadas pela Prefeitura Municipal de Marituba, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Trabalho, Emprego e Renda (SEDETER), sobretudo na oferta de lazer e turismo nos balneários e parques naturais que a cidade oferece. Há uma significativa procura por lugares com certo grau de qualificação no que tange ao atendimento, à prestação de serviços e à oferta de produtos. Não é mais o terciário precário vinculado às áreas de ocupações espontâneas que podem predominar nessas cidades.

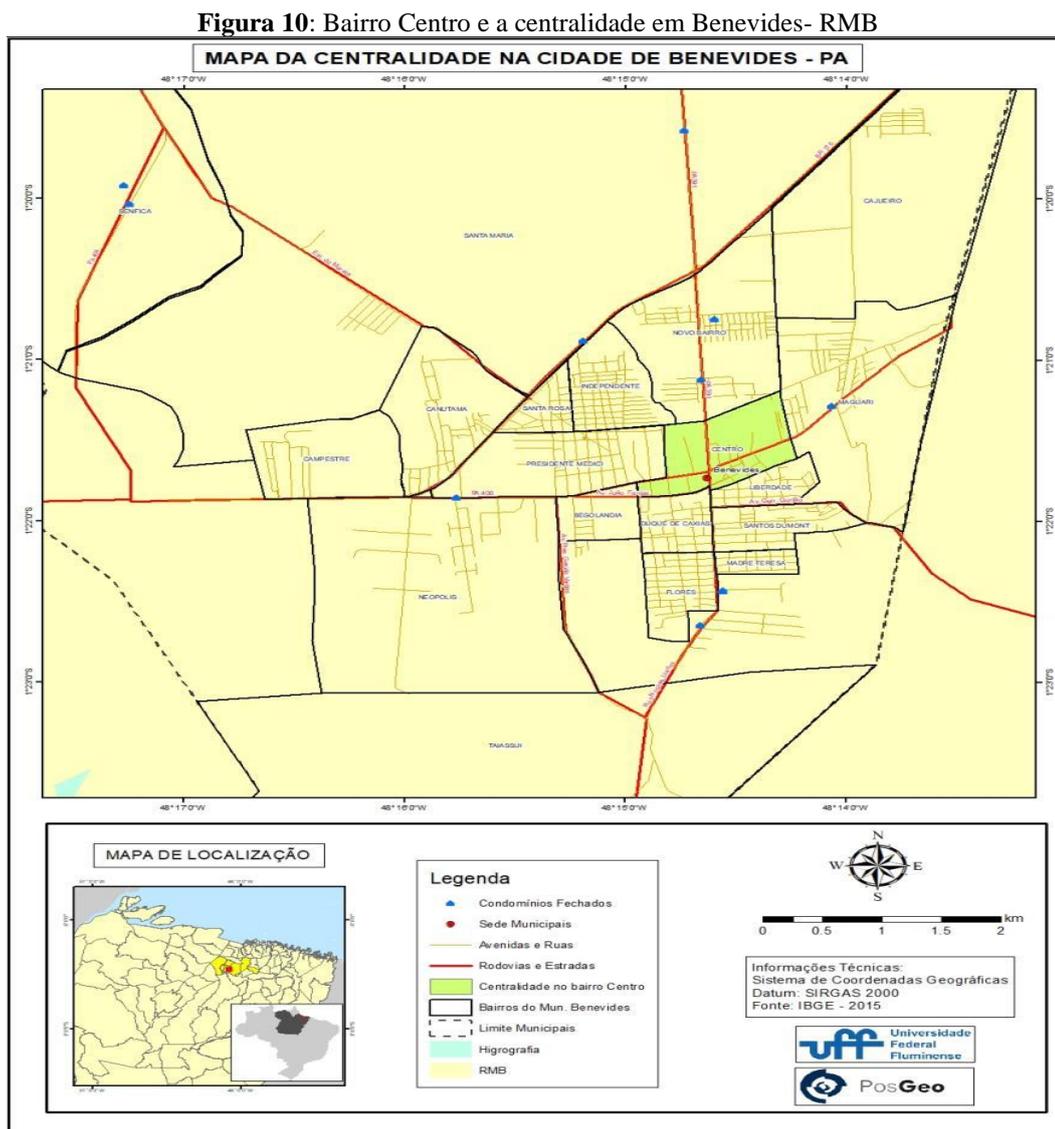
Recorrendo às ideias de Sposito (1991), é possível afirmar que a atração e o deslocamento para áreas centrais da cidade atribuem sentido à centralidade. O centro de Marituba, além de ser pensado como uma centralidade intraurbana, pode ser considerado como uma nova centralidade na RMB. Para entender sobre a capacidade de aglomeração e de produção da renda-localização pelos serviços e objetos inseridos no espaço recorre-se às ideias de Villaça (2001), pois ao analisar-se as informações expostas no **quadro 04**, bem como na **figura 08**, observa-se dados que apontam para as transformações no intraurbano e tendem a aumentar, visto que os próprios condomínios que inauguram essas modificações, na dimensão da metropolização, possuem propostas de assentar mais serviços na cidade, a exemplo do condomínio Miriti que oferta área comercial para a implantação de um *Shopping Center*, de salas comerciais, de escolas, de clínicas, de *pet shops*, de bancos e de uma filial do grupo empresarial local Líder/Magazan, como também hotel, restaurantes, “além de atividades de requinte” como heliponto e uma marina<sup>6</sup>.

A proposta de implantação de mais um *shopping center* tende a dinamizar mais ainda a cidade de Marituba, bem como aumentar a oferta de serviços e espaços comerciais no bairro Centro, o que deve ser entendido como unidade no processo de metropolização a partir dos condomínios fechados e das modificações que estão sendo provocados por essas formas de consumo na RMB.

---

<sup>6</sup> Essa informação foi retirada da ficha de apresentação do condomínio. Disponível em: <http://fgr.com.br/wp-content/uploads/2016/02/Apresentac%CC%A7a%CC%83o-Jardins-Coimbra.pdf>. Acesso em 03/02/2018

Seguindo, a análise dos municípios metropolitanos, percebe-se que no urbano de Benevides, o bairro chamado Centro não está às margens da BR-010/316, como os das cidades de Ananindeua e Marituba. Esse bairro localiza-se onde passava a estrada de Ferro de Bragança e a antiga estação ferroviária da cidade se transformou em terminal rodoviário, o que permitiu produzir no seu entorno a dimensão socioespacial da centralidade da cidade como pode ser percebido na **figura 10**:



Fonte: Mendes (2018).

No bairro central de Benevides, especificamente na Avenida Joaquim Pereira de Queiroz, estão os principais serviços para atender a (re)significação das centralidades na RMB. Para isso, expõem-se no **quadro 05** os principais espaços comerciais e de prestação de serviços da área central da cidade.

**Quadro 05** – Estabelecimentos comerciais e serviços no bairro Centro de Benevides

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	DESCRIÇÕES
<b>Saúde</b>	03	Big ben (2010), Extra Farma (2014), Hospital Municipal
<b>Lazer</b>	03	<i>Power fitness</i> Academia (2009), <i>Point Show</i> (2020)
<b>Administrativas</b>	12	Banpará (2015), Caixa Econômica Federal (2013), Banco do Brasil (2013) Banco Bradesco (2016) Nacional Calçados (2017), Marilar (2005), <i>Point Moda</i> (2016), Armazém paraíba (2006), Louro Material de Construção (1990), <i>Oliveira Home center</i> (2000), Lojas Magalú (2019), Lojas americana (2018)
<b>Educacionais</b>	01	Sistema de Ensino Ideal (2014),
<b>Gastronômicos</b>	03	Hamburgueria (2019), Sushi Express (2020)

**Fonte:** Pesquisa de campo. Janeiro/2018, atualização em 2020.

Verificam-se no quadro algumas dimensões específicas da realidade comercial de Benevides. A ser destacado que os serviços elencados como se fossem utilizados de maneira reservada pelos moradores dos condomínios fechados não são realidade, devido à realidade socioeconômica dessa cidade, que ainda não produziu demandas restritas de consumo. A segunda característica se assenta na presença de agências bancárias apenas a partir do ano de 2013, alocados para atender à população da cidade e a de outros municípios que realizam atividades econômicas e comerciais, como os de Castanhal, Marituba, Santa Izabel, Santa Bárbara e Santo Antônio do Tauá.

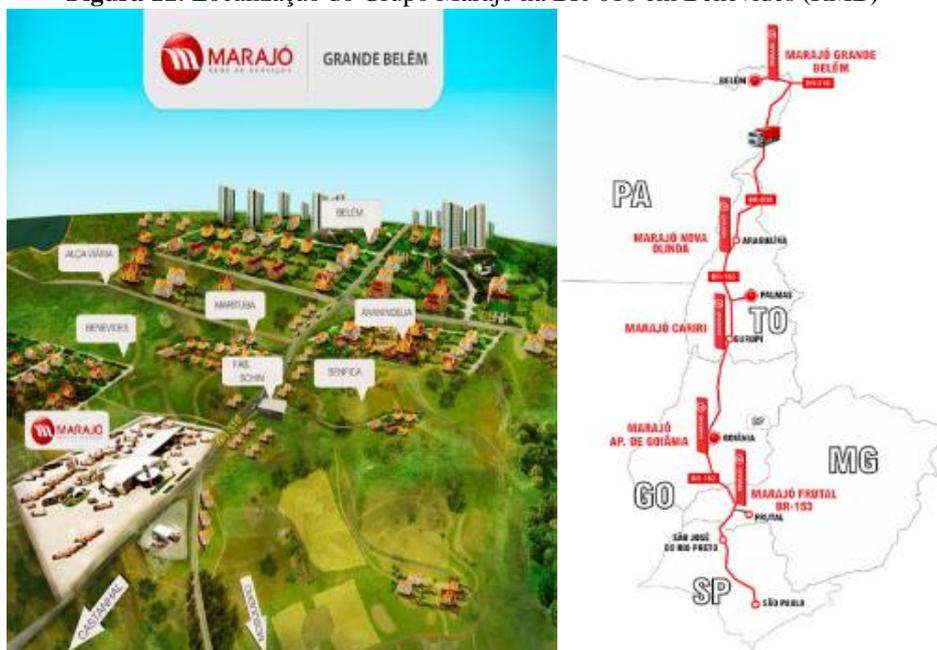
Se de um lado Benevides é considerada uma cidade dormitório, em termos de uma população que se desloca constantemente para Belém e Castanhal com a finalidade de trabalho, emprego e estudo ou mesmo realizar algumas atividades comerciais, por outro lado, é permitido afirmar que a oferta de serviços com certo nível de requinte e qualidade é recente, pois a modificação contundente na forma de consumir apresenta-se quando as filiais de lojas varejistas regionais como a Nacional Calçados, a Marilar e a *Point* da Moda, lojas de departamentos, acessórios e eletrodomésticos que têm suas matrizes em Castanhal, foram alocadas mais recentemente na cidade, como elucida o **quadro 05**. Esses estabelecimentos, além do cartão de crédito e de débito, realizam o crediário como forma de garantia de pagamento no carnê e no boleto bancário, como foi evidenciado na pesquisa empírica. (MENDES, 2018).

Segundo informações coletadas na loja Nacional Calçados, por exemplo, há nesse estabelecimento a abertura de crediário específico para moradores de condomínios fechados, pois o gerente da loja reside em um condomínio e, a partir desse contato, concebeu-se “a possibilidade de atrair esse novo tipo de cliente em potencial da cidade” (palavras da entrevistada – MENDES, 2018, p. 218). Para tanto, a existência de lojas, serviços e comércios na cidade de Benevides com atendimento exclusivo para os moradores em condomínios é um

processo incipiente e que está sendo gestado, a depender da expansão dessa forma de moradia na cidade.

Com a inclusão das periferias urbanas e regionais dentro das estratégias de incorporação econômica, situa-se Benevides, bem como a importância da BR-010/316, nessa dimensão de incorporação econômica local à dinâmica regional. Em 2011, há a inauguração do Rodo *Shopping* Marajó Grande Belém, localizado as margens da referida via, no quilômetro 25, nessa cidade. Uma espécie de centro de consumo resultado da associação do grupo Marajó com o Grupo Ipiranga combustíveis S.A., ambos revendedores da Shell Combustíveis do Brasil S.A. A **figura 11** localiza o Rodo *Shopping* e sua inserção da RMB, bem como Benevides na economia nacional e na dispersão de atividades econômicas pelo espaço metropolitano.

**Figura 11:** Localização do Grupo Marajó na BR-010 em Benevides (RMB)



Fonte: <http://www.redemarajo.com.br/Empresa.aspx>. Acesso em 26/01/2018

As dimensões apresentadas situam Benevides no cenário econômico metropolitano, assim como o assentamento de empresas do segmento logístico que estão nessa cidade, conforme atesta Sabino (2016). O autor menciona 22 empresas do setor de transporte, armazenamento e correios, ligadas a dinâmicas regionais, locais e nacionais, empresas que estão alocadas em galpões de condomínios empresariais como o do condomínio de galpões *Alianza Park*. (MENDES, 2018).

Já para situar a cidade de Santa Bárbara do Pará na dinâmica de expansão metropolitana, atualmente, deve-se recorrer à produção do seu espaço, à economia e à sua situação de cidade dormitório, pois cerca de 47% da população sobrevive com menos de um Salário Mínimo

(IBGE, 2017) e se desloca para trabalhar em outras cidades da RMB. A população empregada está vinculada a atividades do serviço público, seja municipal ou estadual, em pequenos supermercados que formam essa economia. As transformações metropolitanas, como descritas até então, pouco se fazem presentes nessa realidade urbana, visto que a oferta dos serviços e estabelecimentos comerciais são registradas de maneira reduzida na cidade, em que apenas duas agências bancárias, uma do Banco Bradesco e outra do Banco do Estado do Pará (o Banpará) ali existem, e as principais atividades desses bancos são os pagamentos salariais do funcionalismo público. Há uma presença incipiente de bairros e loteamentos planejados, assim não há uma mudança na composição de renda da população. A maioria das pessoas que adquirem esses lotes é da própria cidade, percebendo uma média mensal de 3 a 4 Salários Mínimos. Em termos de serviços alimentícios que seguem o ideário de *gourmet* ou o padrão *fast food*, foi identificado apenas o Bistrô Pamplona, localizado no Bairro Centro de Santa Bárbara

A rua principal da cidade é a Rodovia PA-391, mas o trecho que fica dentro da área urbana é chamado de Rodovia Augusto Meira Filho. Nele, estão concentrados os comércios que se inserem no circuito inferior da economia urbana, como a feira livre da cidade, o mercado municipal, as farmácias, os pequenos restaurantes, os pequenos supermercados e vários vendedores ambulantes que se avolumam nos dias de feriados e de férias escolares, devido essa via dar acesso à Ilha de Mosqueiro.

Do ponto de vista dos elementos analíticos que foram escolhidos para revelar transformações a partir da urbanização metropolitana, Santa Bárbara do Pará está longe de se organizar e produzir centralidade na RMB. Considerando o reduzido número de condomínios fechados ou mesmo loteamentos, ainda não é interessante para as empresas de médio e de grande porte se aloquem nessa cidade, apesar de que o grupo financeiro MB capital tem a proposta de construir um condomínio fechado de elevado padrão de renda em terras dessa municipalidade.

## **URBANIZAÇÃO METROPOLITANA E A CENTRALIDADE URBANA EM SANTA IZABEL E CASTANHAL**

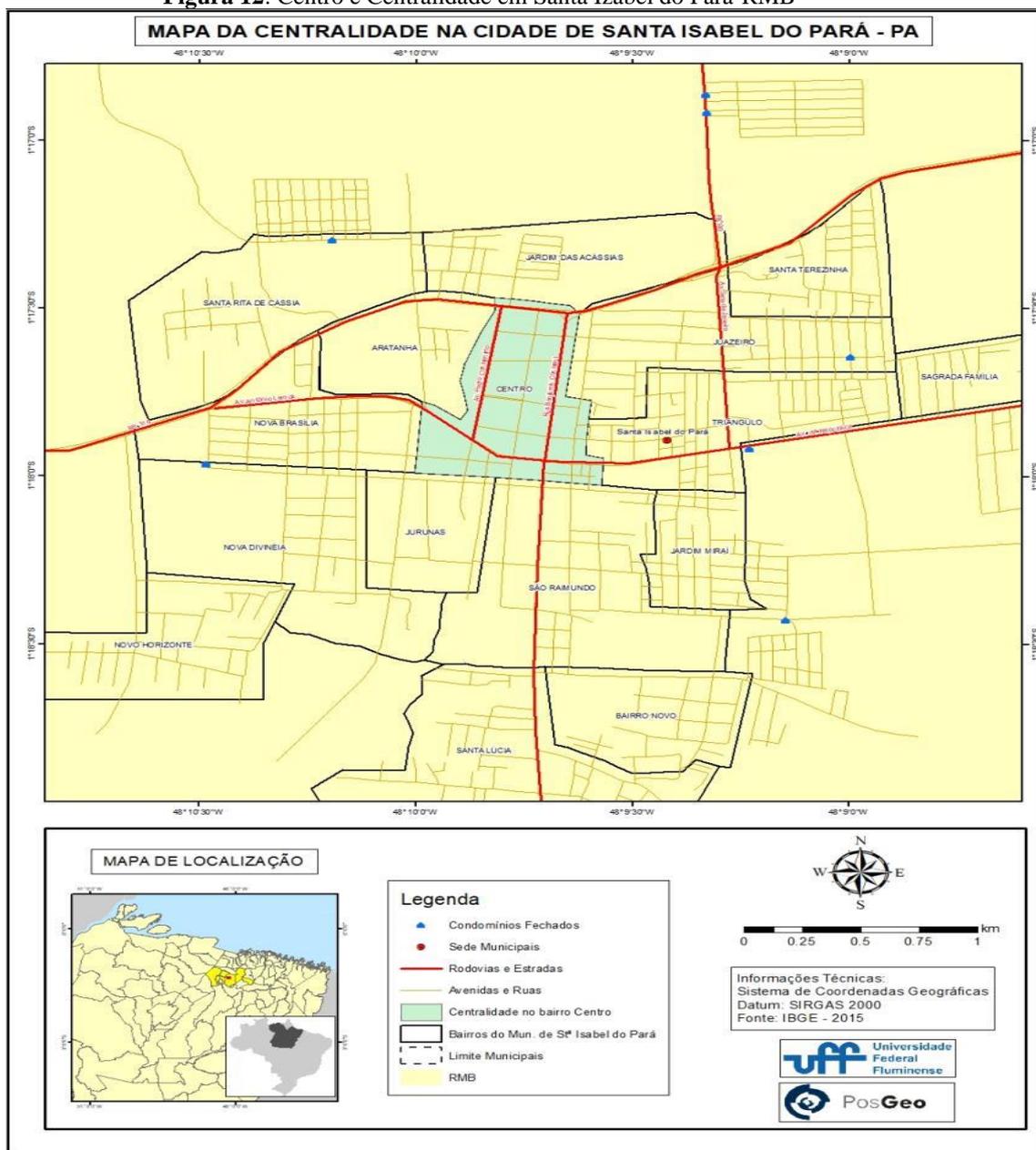
Para seguir com as explicações sobre o processo de metropolização é preciso destacar que como na maioria das centralidades da RMB é no bairro Centro de Santa Izabel do Pará, que podem ser encontradas as principais mudanças na oferta de serviços e comércios, que estão situados na **figura 12**. Há nesse cenário uma dinâmica de pequenos espaços comerciais, com características de um terciário precário e informal, característica com a venda de alimentação,

---

material de construção, roupa em atacado e varejo. Observa-se a presença de espaços modernos de venda de alimentação, conhecidos a partir da internacionalização dos padrões alimentícios, a exemplos dos espaços *gourmet*. A instalação de uma franquia da loja *Cacau Show* revela a tentativa de padronização do consumo pelo processo de urbanização, com um estranhamento da população local em relação à esta opção de consumo na cidade, devido à estrutura da loja e os valores dos produtos.

A presença de agências bancárias, de *boutiques* e de espaços gastronômicos diferenciados, bem como a oferta de serviços de qualidade, mostra a (re)significação pela qual também passa o centro de Santa Izabel. Uma reestruturação incipiente do ponto de vista do número total de estabelecimentos, mas que evidencia a modernização nas relações comerciais e na prestação de serviços, o que ainda se encontra distante das realidades econômicas vividas pela maioria da população dessa cidade, que são reveladas por pesquisas como Mendes (2018) e Souza (2020).

**Figura 12: Centro e Centralidade em Santa Izabel do Pará-RMB**



Fonte: Mendes (2018).

Mesmo sendo uma cidade de pequeno porte, Santa Izabel apresenta um bairro comercial com uma dinamização que mostra as (re)significações quanto à centralidade metropolitana. Transformações provocadas pelo aumento do poder de compra e pela inserção de uma outra capacidade de consumo na cidade, a partir da construção dos condomínios fechados. No **quadro 06** estão elencadas as atividades conformadoras da dinâmica econômica da cidade.

**Quadro 06** – Estabelecimentos de comércios e prestadores de serviços em Santa Izabel do Pará

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	DESCRIÇÕES
Saúde	03	Extra Farma –farmácias (2012), Big Ben (2006), Clínica Central do Pará (2013)
Lazer	01	Cris Recepções (2016)
Administrativas	14	SICOOB (2016), Caixa Econômica Federal (2013), Banco do Brasil (2007), Banpará (1998), Bradesco (2016), Marilar (2004), Armazém Paraíba (2008), Xepão (2014), <i>Stak</i> Modas (2015), Point celular e informática (2016), Flor de Liz (2017), Mellos Boutique (2016), Nacional calçados (2015), Lojas Americanas (2019), Varandas Modas (2009) Magazine Luiz (2019)
Educacionais	02	Uniasselv (1), Universidade Paulista (1)
Gastronômicos	09	Cris Recepções (2016), Tropical Burg's (2017), Zero Grau (2016), <i>Orishi suhi</i> (2015), Cacao Show (2017),

Fonte: Pesquisa de Campo. Janeiro/2018, atualização em 2020.

As exposições acima, nos dão margem para entender, as dinâmicas no sétimo município da Região Metropolitana de Belém, que é Castanhal, pois para falar das atividades comerciais desenvolvidas em sua área urbana, assim como das centralidades, deve-se levar em conta alguns elementos vinculados à sua natureza socioeconômica, tais como: (i) a sua posição de núcleo regional na mesorregião do nordeste paraense; (ii) a sua posição como rota rodoviária, sendo cortada pela BR-010/316 e pelas rodovias estaduais PA-136 e PA-320; (iii) os padrões de consumo que estão em dois bairros da cidade - o do Centro e o Estrela; e (iv) as atividades industriais ali desenvolvidas.

Situa-se que na cidade há uma dinâmica econômica que se organizou independente da constituição da RMB e da presença de condomínios fechados, visto que os primeiros condomínios às classes de alta renda surgem apenas no ano de 2008, sendo considerado como uma cidade média, onde dominam a agricultura, a pecuária e a indústria. As ressignificações de centralidade e a oferta de serviços para determinados perfis econômicos não estão separadas totalmente das classes de renda A e B. Em Castanhal é visível a centralidade a partir da oferta de serviços de empresas multinacionais e nacionais, com franquias de *fast foods*, de lojas nacionais de vestuário e de perfumaria. Sendo introduzidas nas atividades econômicas da cidade, em número considerável, a partir do ano de 2013. No **quadro 07**, são expostas as principais atividades comerciais e serviços, alocados nos bairros Estrela e Centro.

**Quadro 07-** Comércio e serviços nos bairros Centro e Estrela em Castanhal – RMB

ATIVIDADES E SERVIÇOS COMERCIAIS	QTD.	DESCRIÇÕES
<b>Saúde</b>	16	CSD Clínica Diagnóstico (1) Pronto Córdio (1), Amaral Costa (1), Dentistas (13), Big Bem (6) e Extra Farma (2), Farmácia Popular (1) e Vital Drogaria (5)
<b>Lazer</b>	08	Personal, Mega Fit, <i>Studio, Advance</i> , Gaia (2), <i>Fitz, Strike team, Nexus</i> e Boa forma
<b>Administrativas</b>	36	Bancos Bradesco (2), do Brasil (2), Itaú (1), Banpará (1), Sicoob(1), Caixa Econômica Federal (2), Santander (1), Basa - Banco da Amazônia (1), Escritório de Advogados (12), contabilidade (5), Líder, Magazan, Radisco, Marilar, Lojas Marisa, Visão, Boticário, Lojas Americanas, TACO, <i>Chilli beans</i> , Xepão, Jó móveis, Nacional Calçados e <i>Point</i> da Moda Céu Azul <i>Fashion</i> (griff) (2), Sonho do Pé, Granffa, Evidência e <i>Style</i>
<b>Educacionais</b>	11	Colégio Mac, Sagrado Coração de Jesus, Colégio Darwin, Colégio São José, FAMAC/UNOPAR (2), Universidade Paulista, Faculdade Anhaguera, Leite Vestibulares, <i>Fisk</i> Idiomas, Diferencial Vestibulares e Unicesumar
<b>Gastronômicos</b>	09	<i>Bob's, Subway, Lug's</i> , Cia Paulista, Chiquinho Sorvetes e Sr. Forneria Pizzaria, Ula Ula lanches, Açaiteria (2), Beijo Frio Sorveteria, <i>Stilus</i> Sushi, <i>Lords</i> Pub, <i>Stilus Burger, Hits Burger, Cacau Show, Home</i> bar e Moe's bar

**Fonte:** Pesquisa de campo. Janeiro/2018

Pode-se observar a importância de Castanhal em termos de disponibilidade de serviços e comércio, com a oferta de restaurantes, lanchonetes e outros espaços gastronômicos nos bairros Centro e Estrela. Os estabelecimentos inseridos no circuito superior da economia ligados ao setor gastronômico estão na sua grande maioria no bairro do Estrela, sobretudo as franquias de *fast foods*. Nenhum dos estabelecimentos identificados atende com exclusividade aos perfis de alta e média renda, porém os valores das refeições, lanches e bebidas servidas não podem ser adquiridos por pessoas que recebem um Salário Mínimo. A localização dos estabelecimentos é também um empecilho para um eventual acesso por pessoas que residem em bairros distantes e que necessitam do transporte coletivo.

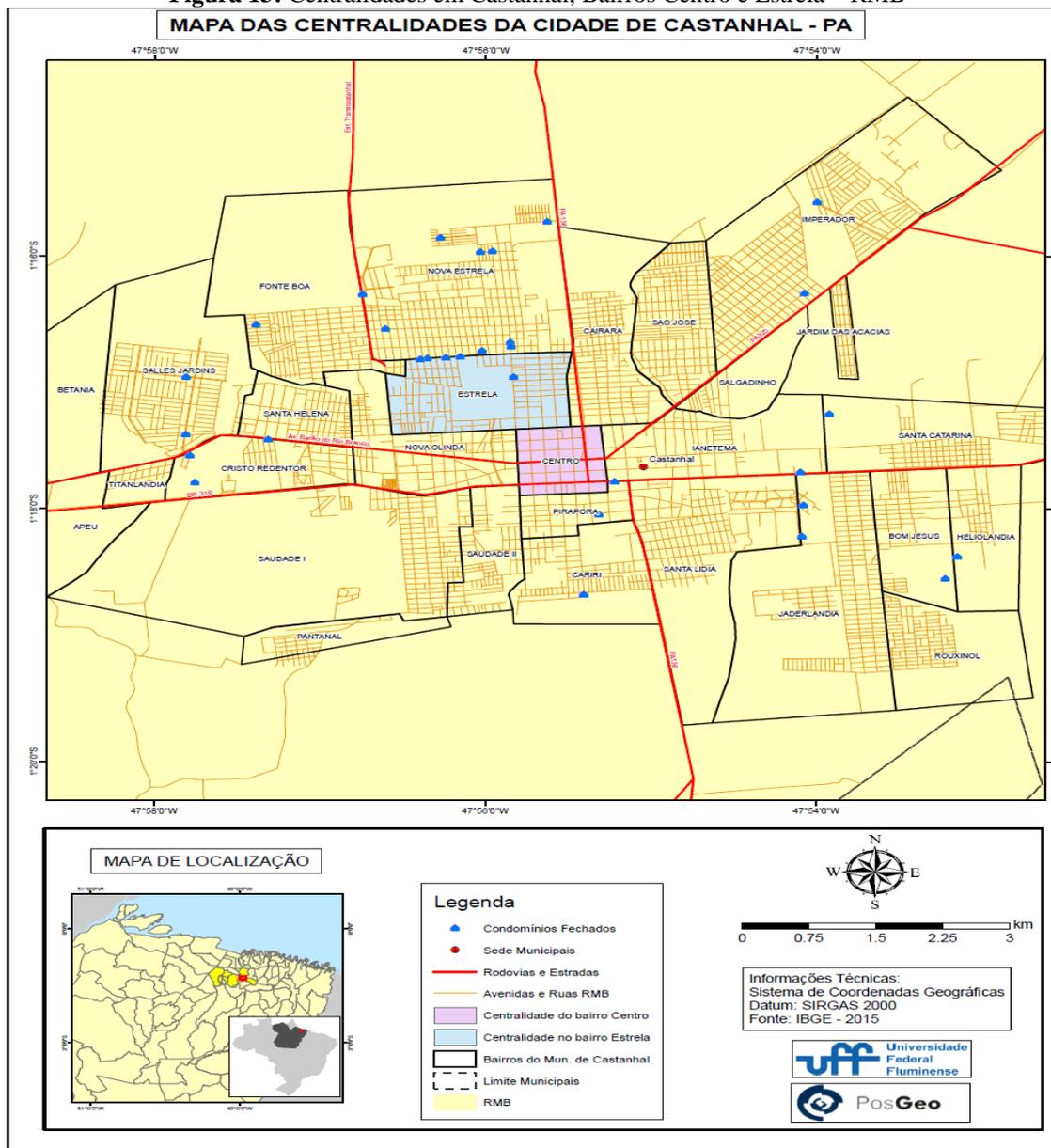
Como se pode notar, trata-se de um novo perfil de consumo que se expande com o modo de vida metropolitano, que ocupa as cidades, ainda que não houvesse qualquer menção dos entrevistados no sentido de que haja uma direta ligação desses empreendimentos com a expansão metropolitana, no plano territorial. Esse segmento econômico também é acompanhado de serviços, como academias de musculação, supermercados, hipermercados, lojas de departamentos de grupos empresariais locais e filiais de lojas nacionais: TACO System (ano de 2013), Lojas Americanas (ano de 2014) e Marisa (ano de 2016).

As lojas do setor varejista que surgem na cidade como Marilar, Eletrodomésticos, Jó Móveis e Radisco estão com suas matrizes situadas no bairro Centro de Castanhal. Ribeiro (2017) aponta que a cidade produz uma rede urbana comercial na mesorregião do Nordeste paraense, com influência sobre 15 municípios. Acrescentada a essa polarização de Castanhal a partir do comércio varejista, podem-se situar as lojas Xepão, Nacional Calçados e *Point* da Moda. Todas elas com sede e origem em Castanhal, possuem filiais em Benevides e Santa Izabel.

Os serviços educacionais em Castanhal devem ser também destacados. Há escolas particulares com satisfatórios níveis de ensino, instituições de ensino de idiomas (*School Fisk, Wizard, IHOL Idiomas e Yagizi*). Há a oferta de ensino superior nesses bairros centrais, a exemplo da UNIP (Universidade Paulista), Centro Universitário Anhanguera, UNOPAR (Universidade Norte do Paraná) e UNITER (Centro Universitário Internacional). Fora da área central aqui apresentada, podem ser encontrados outras instituições de nível superior públicas e privadas: Universidade Federal do Pará (bairro Santa Lídia), Universidade do Estado do Pará (bairro São José), Instituto Federal do Pará (bairro Cristo); e a Faculdade Estácio de Castanhal (bairro Apeú).

Confirma-se nesta pesquisa a afirmação de Amaral e Ribeiro (2016), de que o centro de Castanhal está em franca expansão, podendo ser acrescentado a essa expansão de centralidade o bairro Estrela, onde as atividades comerciais e a prestação de serviços também tendem a se instalar, por conta da concentração de um elevado poder aquisitivo. Os referidos autores questionam a existência de outras subcentralidades além do bairro Centro, o que para nós vai além, visto que a tendência de crescimento e expansão das atividades comerciais nessa cidade acompanham algumas vias, mas não vão muito distante da concentração exposta até o momento. A relação do Bairro Centro e Estrela, juntamente com os condomínios fechados, podem ser observadas na **figura 13**.

**Figura 13:** Centralidades em Castanhal, Bairros Centro e Estrela – RMB



Fonte: Mendes (2018).

Por sua vez, Ribeiro (2017) define Castanhal como uma cidade monocêntrica, porém com as dinâmicas da expansão da ideologia do consumo, tende a produzir outro centro. Essa afirmativa decorre da construção do *Shopping Center Modelo*, empreendimento em construção, distante 5 quilômetros a oeste dos bairros aqui apresentados (o centro da cidade). Com 05 lojas âncoras, 03 megalojas e disponibilidade de 115 unidades comerciais, haverá a produção de uma centralidade no seu entrono, considerando que já há a disponibilidade de dois mil empregos diretos e aproximadamente oito mil indiretos. É certo, portanto, que esse novo cenário permitirá deslocamentos e aglomeração nessa porção de Castanhal.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As dimensões retratadas das sete cidades que compõem a região urbana de Belém expõem transformações urbanas a partir dos signos da modernização e da inserção da periferia na ideologia do consumo em que as relações mercadoria-mercadoria e mercadoria-sujeito valem mais do que a relação sujeito-sujeito. As pessoas são esquecidas, e o valor de cada uma como um indivíduo se resume à ideia de um trabalhador, um cliente, um investidor. Essas são as reais dimensões da consequência da proliferação de moradias que acoplam estabelecimentos comerciais como signo de moderno ou, ainda, pós-moderno.

As centralidades urbanas estão vinculadas à realidade metropolitana na medida em que há uma concentração populacional nas cidades de Belém, Ananindeua e Marituba que mostram a densidade da oferta de serviços e a concentração do padrão de consumo e do nível de renda. A parte dispersa da região urbana conformada pelas cidades de Benevides, Santa Isabel, Santa Bárbara e Castanhal possuem dimensões menores e os serviços e comércios estão também em menor número. Mostra como a metropolização produz realidades diferentes em uma mesma região e pode ser concentrada e estendida.

Com a realidade apresentada não se pode prender as transformações econômicas nos centros urbanos da RMB, vinculadas exclusivamente com a oferta de moradia às outras classes e perfis de renda. Deve-se pensar a realidade urbana atual como resultado das transformações econômicas nacionais, do aumento de investimentos e de financiamento para crédito, com a finalidade de abertura e expansão de empresas como políticas de desenvolvimento econômico e de aceleração do crescimento, baseados nos princípios do capital financeiro.

Entende-se que as formas de produção do espaço metropolitano estão ligadas a diversos fatores e escalas, que devem ser explicados com a vinculação da logística como atividade econômica que incentiva a forma condomínio fechado e a inserção de grupos econômicos nacionais que expressam a significação do moderno enquanto prestação de serviços em áreas periféricas, como 12 *Shoppings centers*, onde sete estão em funcionamento e há a proposta de cinco, com dois em construção. A forma *shopping center* é um dos elementos produtores da metropolização e da dispersão de atividades comerciais na Região Metropolitana de Belém. Essa dimensão coloca o urbano como grande negócio que está se estruturando e é vendível no *shopping center*, como afirma Pintaudi (2009).

As redefinições urbano-metropolitanas aqui apresentadas, na dimensão do consumo, assim como da centralidade urbana decorrem do ritmo da produção imobiliária e das (re)significações das centralidades urbanas, por se tratar de um processo de associação do

espaço de consumo e de lazer com o espaço da casa, uma semelhança com a venda dos condomínios fechados, que merece destaque, levando em conta que esse aspecto é uma recorrência do *marketing* imobiliário na promoção dos lotes nos referidos empreendimentos, assemelhando-se inclusive a campanhas publicitárias veiculadas em Belém, Ananindeua e Marituba.

Certo de que não se exauriu a possibilidade de uma maior abordagem sobre as relações comerciais dos centros na Região Metropolitana de Belém, mas que aqui foram apresentadas as transformações mais contundentes, é preciso compreender a ideologia de consumo que dita as regras de sobrevivência da cidade sob o signo único do valor de troca. Pode-se dizer que os desajustes espaciais e temporais apresentarão ainda um aumento, acompanhados das mudanças e dos padrões que são colocados às pessoas para se tornarem clientes, consumidores, crediários.

Pode-se afirmar, portanto, que a substituição dos comércios precários é latente, assim como dos espaços de moradia situados em conjuntos habitacionais. Formam-se estruturas comerciais modernas com a presença do vidro, do ar condicionado e da tecnologia no atendimento, que evidenciam um modo de consumo moderno. Desse modo, o que ocorre na promoção comercial, também se estende a outras dimensões da vida urbana, seja no espaço da casa, do lazer ou de outras atividades do cotidiano.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, M. D. B.; RIBEIRO, W. O. Castanhal (PA); entre a dinâmica metropolitana e a centralidade sub-regional de uma cidade média. **Revista eletrônica de Humanidades do curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, Macapá, v. 9, n. 1, p. 77-105, jan/jun. 2016.

CARLOS, A.F.A. *et al.* **A cidade como negócio**. São Paulo: Contexto, 2015.

HAESBAERT, Rogério. Vidal e a multiplicidade de abordagens regionais. In: HAESBAERT, R.; PEREIRA, S.; RIBEIRO, G. **Vidal, Vidais: textos de geografia humana, regional e política**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. pp.185-201.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. @ **Cidades**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/santa-izabel-do-para/panorama>, Acesso em: 13/122017.

\_\_\_\_\_. **CONCLA** (Comissão Nacional de Classificação) e **CNAE** (Classificação Nacional de Atividades Econômicas). Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/estrutura/atividades-economicas-estrutura/cnae>. Acesso em 22/01/2018.

LEFEBVRE, H. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: ática, 1991.

MILLER, G. **Darwin vai às compras: sexo, evolução e consumo**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.

MENDES, L.A.S. **Espaços elitizados de moradia e consumo: a reestruturação da Avenida Augusto Montenegro no quadro das centralidades da Região Metropolitana de Belém**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Pará, Belém-PA, 2015.

\_\_\_\_\_. **A urbanização metropolitana estendida: aspectos da produção do espaço de Belém e de sua região**. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2018.

\_\_\_\_\_. **Metrópole e consumo: condomínios fechados, comércio e centralidade em Belém**. Curitiba: CRV, 2020.

OLIVEIRA, M. P. Reconhecendo a metrópole no cotidiano. In: SILVA, C. A.; FREIRE, D. G.; OLIVEIRA, F. J. G. (Orgs.). **Metrópole: governo sociedade e território**. Rio de Janeiro: DP&A: FARERJ, 2006. p. 59-66.

PINTAUDI, S. Anotações sobre o espaço do comércio e do consumo. In: CARRERAS, C.; PACHECO, S. M. M. (Orgs.). **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: armazém das letras, 2009. p. 55-62.

POCHMANN, M. **O mito da classe média: capitalismo e estrutura social**. São Paulo: Boitempo, 2014.

RIBEIRO, W. O. **Interações espaciais na rede urbana do nordeste do Pará: particularidades regionais e diferenças de Bragança, Capanema e Castanhal**. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita, Presidente Prudente-SP, 2017.

SABINO, T. A. G. **Produção do espaço e dispersão metropolitana em Belém: importância da logística em discursos e projetos de estruturação territorial**. Dissertação (Mestrado em Planejamento do Desenvolvimento) – Universidade Federal do Pará: Belém, 2016.

SANTOS, M. **O espaço dividido: Os dois circuitos da economia urbana**. São Paulo: Edusp, 2008.

SOUZA, L. H. J. **A metropolização do espaço em Santa Izabel do Pará: uma análise a partir dos condomínios fechados**. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Geografia) - Universidade do Estado do Pará, Belém-PA, 2020.

SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de centralidade urbana. **Revista de Geografia - Geosp**, São Paulo, v. 10, p. 1-18, 1991.

TRINDADE JR., S.-C. C. **A cidade dispersa: Os novos espaços de assentamentos em Belém e a reestruturação metropolitana**. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

VILLAÇA, F. **O espaço intra-urbano no Brasil**. Rio de Janeiro: Studio Nobel/ Faperj, 2001.