

CIDADE E COMÉRCIO: AS GALERIAS EM VIÇOSA – MG

City and trade: the arcades in Viçosa/MG – Brazil

Ciudad y comercio: las galerías en Viçosa/MG – Brasil

Wagner Batella

Universidade Federal de Juiz de Fora

wbatella@gmail.com

Samarane Fonseca de Souza Barros

Universidade Federal de Juiz de Fora

samaraneb@gmail.com

Ana Cristina de Souza Maria

Universidade Federal de Viçosa

ana.c.s.maria@gmail.com

Resumo:

As pesquisas recentes sobre cidades médias têm priorizado a discussão sobre o setor terciário na perspectiva do consumo, com o fito de melhor entender o papel deste segmento para a produção do espaço urbano-regional. Desdobra-se disso uma diversidade de recortes analíticos, principalmente diante das novas configurações espaciais para a reprodução do capital. No presente trabalho, a reflexão recai na análise das galerias comerciais na cidade de Viçosa, estado de Minas Gerais. Pretende-se investigar a configuração espacial dessa tipologia comercial, bem como sua relação com a área central da cidade. Os resultados revelam a importância das galerias para compreensão das cidades médias, particularmente em contextos regionais de baixo dinamismo econômico.

Palavras-chave: Galerias comerciais; Centralidade urbana; Cidades médias.

Abstract:

Recent researchs about medium-sized cities have prioritized the discussion of the tertiary sector from a consumption perspective in order to better understand the role of this segment in the production of the urban-regional space. Thus, it comes a variety of analytical cuts, especially in the face of new spatial configurations for the reproduction of capital. In the present work, the reflection falls on the analysis of commercial galleries in the city of Viçosa, state of Minas Gerais. We aims to investigate the spatial configuration of this commercial typology, as well as its relationship with the central area of the city. The results reveal the importance of arcades for the understanding of medium-sized cities, particularly in regional contexts of low economic dynamism.

Key-words: Arcades; Urban centrality; Medium-sized cities

Resumen

Las investigaciones recientes sobre ciudades intermedias han priorizado la discusión sobre el sector terciario en la perspectiva del consumo, con el fin de entender mejor el papel de este segmento para la producción del espacio urbano-regional. Se desdobra de ello una diversidad de recortes analíticos, principalmente ante las nuevas configuraciones espaciales para la reproducción del capital. En el presente trabajo, la reflexión recae en el análisis de las galerías comerciales en la ciudad de Viçosa, estado de Minas Gerais. Se pretende investigar la configuración espacial de esa tipología comercial, así como su relación con el área central de la

ciudad. Los resultados revelan la importancia de las galerías para la comprensión de las ciudades intermedias, particularmente en contextos regionales de bajo dinamismo económico.

Palabras clave: Galerías comerciales; Centralidad urbana; Ciudades intermedias.

1. Introdução

Este trabalho é parte de um conjunto de reflexões realizadas em grupo com foco na cidade de Viçosa-MG, com o fito de problematizá-la enquanto uma cidade média. Tais investidas priorizaram a dimensão do consumo como tema estruturante das análises, uma vez que esta questão tem sido de suma importância para se entender a urbanização recente, particularmente sua interiorização, expressa pelos novos papéis das cidades médias na rede urbana brasileira (SPOSITO, 2001).

Viçosa é conhecida por ser um importante centro urbano especializado na oferta de serviços de educação, particularmente de ensino superior e de cursos de pós-graduação. Trata-se de uma cidade com população de 77.863 habitantes (IBGE, 2010) que, apesar de se configurar como um polo na oferta de bens e serviços para sua população municipal e de sua hinterlândia, apresenta uma estrutura urbana fortemente dependente da Universidade Federal de Viçosa (UFV), o que tem sido tratado por alguns autores como um elemento limitador da diversidade de equipamentos urbanos. Grande parte dos estabelecimentos de comércio e serviços localizam-se em galerias. Essa tipologia comercial tem sido pouco estudada nas pesquisas urbanas, em detrimento de outras mais complexas, como os *shopping centers*, os subcentros, eixos comerciais etc., o que justifica este trabalho.

Para tal, partindo-se da análise sobre as galerias comerciais de Viçosa, busca-se entender sua configuração espacial e como elas dinamizam a área central dessa cidade. Como etapas metodológicas, foram realizados: revisão bibliográfica, trabalhos de campo, registros fotográficos e produção de cartografia.

O texto segue dividido em duas partes. Na primeira, elabora-se uma discussão conceitual acerca do papel que o consumo tem desempenhado na produção do espaço urbano. A segunda parte é dedicada à análise de Viçosa na perspectiva regional e da cidade, com destaque para o papel que as galerias desempenham na produção de centralidades

2. O papel do comércio na produção do espaço urbano

A urbanização deve ser entendida na perspectiva de uma maior complexidade na divisão social do trabalho, “com a passagem de uma crescente parcela da população ativa da agricultura e atividades extensivas para a manufatura e serviços” (SINGER, 1974, p.129). Essa tendência tem sido amplamente explorada nos estudos urbanos e, durante a maior parte do século XX, a literatura especializada considerou a urbanização como corolário da industrialização. Apesar disso, já alertava Singer (1974), a compreensão da urbanização, sobretudo manifesta nas metrópoles, demanda avançar o entendimento dos papéis desempenhados pelas atividades produtivas, mas também necessita incorporar o iminente avanço dos complexos de serviços e das atividades comerciais.

Na configuração urbana típica, o centro metropolitano é formado por um conjunto de serviços de controle – atividades políticas (executivas, legislativas, judiciais), religiosas, financeiras, sindicais, de informática, fiscais etc. – ao redor das quais se organizam outros serviços que atendem a necessidade da população (escolas, hospitais, cinemas, centros de cultura e lazer). A grande indústria tende a se afastar do centro metropolitano, localizando-se em sua periferia, em geral, ao longo dos eixos de comunicação. (SINGER, 1974, p.129).

As atividades comerciais são relevantes não apenas para o estudo da metrópole, mas também para interpretação de realidades urbanas não metropolitanas, sobretudo as cidades médias. O maior destaque dessas cidades, numa perspectiva geoeconômica, remete às décadas de 1970 e 1980, quando houve a crise e o declínio de uma economia de base fordista e o desenvolvimento da fase denominada Acumulação Flexível (HARVEY, 2002). Desdobra-se desse momento uma expressiva mudança na divisão internacional do trabalho, marcada por transformações nas dinâmicas das empresas, sobretudo pela maior mobilidade espacial do capital, que agora se multinacionalizam, e buscam mão-de-obra mais barata, bem como contribuem para formação de novos mercados consumidores na periferia do Sistema. Segundo Sposito (2001, 622), “o aumento e a diversificação da produção industrial, nesse período, gerou a ampliação do número de produtos disponíveis para o consumo”. Este incremento no consumo, uma vez que menos concentrado no território, deve ser analisado na perspectiva dos novos papéis que passavam a ser desempenhados pelas cidades médias, conforme alertou Santos (1988, p.89-90): “as cidades intermediárias, que hoje são também chamadas de cidades médias, a que então chamávamos de ‘centros regionais’, são o lugar onde há respostas para níveis de demandas de consumo mais elevadas”.

Essas mudanças nos papéis das cidades médias são representativas do processo de interiorização da urbanização brasileira, que tem nas atividades de comércio e consumo sua força motriz e suscita uma diversidade de estudos na perspectiva da Geografia do Comércio. Em geral, tais investidas levam em consideração os impactos da Reestruturação produtiva no espaço urbano. As temáticas que envolvem a produção de novas centralidades e a alteração de áreas centrais predominam nessas análises. Difusão de *shopping centers*, descentralização e surgimento de sub-centros etc. são questões corriqueiras nessas pesquisas (SILVA, 2004).

Por um lado, tem-se observado a proliferação de equipamentos de consumo representativos das inovações espaciais na/da cidade. Corrêa (2010, p. 151) atenta para o fato de que as inovações representam “tanto os objetos fixos criados pelo homem, como os deslocamentos em geral, os fluxos, que são novos ou considerados novos em um dado contexto espacial”. Dessa maneira, as inovações seriam “um dos meios pelos quais o capitalismo garante condições de sua própria existência e reprodução” (CORREA, 2010, p.151). Por outro lado, as atividades de consumo em algumas cidades ainda transcorrem em espaços públicos, como praças e ruas. Sobre isso, Jacobs (2009, p.29) ressalta o papel das ruas na produção de sociabilidades urbanas e na compreensão da própria cidade:

A calçada por si só não é nada. É uma abstração. Ela só significa alguma coisa junto com os edifícios e os outros usos limítrofes a ela ou a calçadas próximas. Pode-se dizer o mesmo das ruas, no sentido de servirem a outros fins, além de suportar o trânsito sobre rodas em seu leito. As ruas e suas calçadas, principais locais públicos de uma cidade, são seus órgãos mais vitais.

A rua extrapola suas funções de canais de ligação e se configuram como lugares privilegiados para práticas diversas no uso e na produção da cidade. No que tange à prática do consumo, alguns pesquisadores têm interpretado tais espaços como lócus das trocas, simbólicas e de mercadorias, desde as feiras até os calçadões, ambulantes etc. (COLCHETE FILHO, BRAIDA e CARDOSO, 2014). Esses autores citam diversas tipologias comerciais que são expressivas da apropriação das ruas e das calçadas pelas atividades comerciais, tais como: “Medina, em Marrocos; da *Times Square*, em Nova Iorque; ou mesmo da 25 de Março, em São Paulo” (p.14).

A tipologia comercial analisada em Viçosa, cidade objeto desta pesquisa, configura-se por representar a tensão entre essas duas dimensões, quais sejam, as formas representativas das inovações espaciais e aquelas que se voltam para a rua, ou os locais de passagem que também oferecem atividades comerciais. Trata-se das galerias.

A expansão de novas formas de comércio, como as galerias e centros comerciais, é acompanhada, além da ampliação e diversificação da oferta dos produtos, pelos anseios da atual sociedade do consumo (PEIXOTO, 1995). O surgimento dessas inovações espaciais – e comerciais – implica mudanças materiais e simbólicas na cidade, atraindo clientelas mais afastadas e distinguindo-se das formas pretéritas por “se afirmar como um meio de animação e atracção (...)” (PEIXOTO, 1995, p. 151).

O comércio sempre esteve atrelado à história das cidades e ao processo de urbanização, num primeiro momento de maneira individual e baseada no valor de uso, e depois, com a tomada dele pelo valor de troca e ascensão do modo de vida urbano e capitalista, como atividade coletiva, “com a consciência desenvolvida de que a concentração de atividades num determinado local ofereceria diversas vantagens, inclusive com maior atracção dos consumidores” (GRASSIOTO; GRASSIOTO, 2003, p. 102).

Nesta direção, as galerias integram a dinâmica comercial do centro e oferecem os mais diversos serviços e bens de consumo. Além disso, aparecem como espaço de encontro e socialização, por estarem presentes em algumas delas, praças de alimentação e áreas de lazer comum. Braida (2011) interpreta as galerias nas cidades como as passagens em redes, ou seja, o local de consumo que demanda e induz o movimento. Segundo esse autor, diferentemente dos *shopping centers*, que demandam permanência, as galerias comerciais geram conexões, são extremamente dependentes do tráfego de pessoas e, por isso, garantem certa vitalidade da vida urbana. Walter Benjamin (1999), em estudo sobre a sociedade capitalista, associa o consumo às relações sociais, apresentando as mercadorias como imagens a serem vendidas. Sendo assim, a exposição dos produtos nas vitrines ao longo das galerias passou a fazer parte do cotidiano em que a passagem por entre as lojas tornou-se uma atividade de lazer.

Em Viçosa ainda não há nenhum grande equipamento comercial, como os *shopping centers*, ressaltando, deste modo, o papel das galerias como um elemento importante para a vida das cidades. Estas construções são plurais entre si por apresentarem conteúdo diverso em suas lojas, porém, o que se mostra geral é o caráter cêntrico e comercial que aparece em todas elas (AGUERRE; LANDONI, 1990). A centralidade das galerias, diferentemente dos *shopping centers*, envolve o espaço público da cidade, uma vez que para as instalações delas, a situação geográfica favorável para os pedestres e a capacidade de atração da população são condicionantes importantes (GEIST, 1983; ELGUEZABAL, 1984).

Em linhas gerais, as galerias em Viçosa seguem o padrão proposto por Braida (2011, p. 97), enquanto edifícios de uso misto que apresentam:

- 1) No térreo, o uso é predominantemente comercial, pois ali estão instaladas as lojas, mas há, também, alguns acessos para os demais pavimentos dos edifícios;
- 2) Em alguns casos, nos pavimentos superiores seguintes, geralmente, os segundo e terceiro pavimentos, há algumas lojas, espaço de prestação de serviços, tais como salões de beleza e ateliês de costura, e salas de aula, geralmente salas de aula de cursinhos pré-vestibulares;
- 3) Na maioria dos casos, os demais pavimentos são ocupados com residências.

Sobre a definição de galeria, pode-se encontrar em diversos autores (BENJAMIN, 1999; BRAIDA, 2011; VARGAS, 2001) o sentido de passagem intrínseco a sua conceptualização, sendo, portanto, edificações presentes nas vias públicas e apropriados pelos agentes imobiliários e comerciais, responsáveis por interligar um ponto da cidade a outro. Em Viçosa, todavia, muitas das galerias apresentam-se sem estas interligações, aproximando-se de edifícios comerciais, como será explorado adiante.

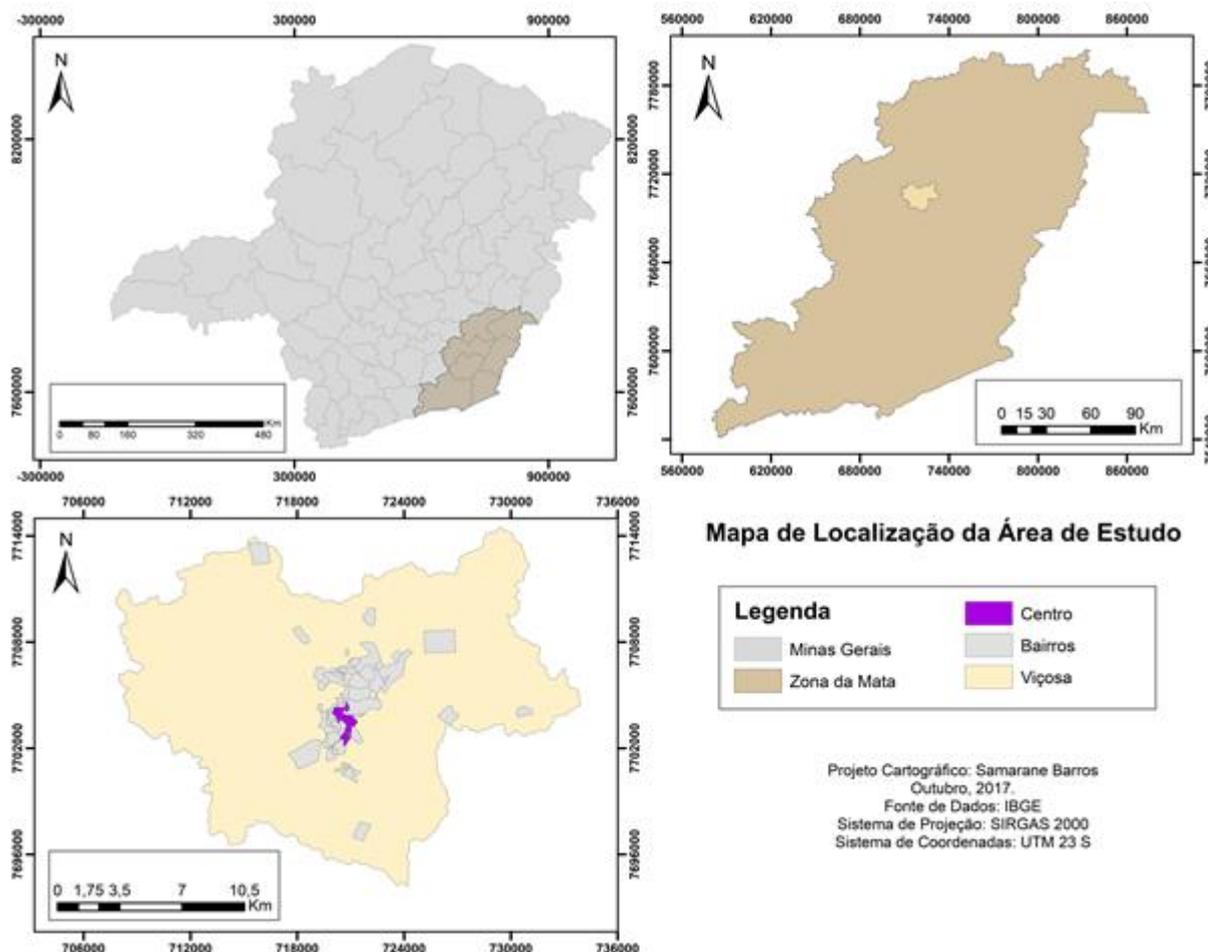
Segue-se com uma análise de Viçosa na perspectiva geográfica, com o objetivo de subsidiar a análise sobre os espaços de consumo da cidade com foco nas galerias.

3. Viçosa: as centralidades de uma cidade especializada nos serviços de educação

Viçosa localiza-se na Zona da Mata do Estado de Minas Gerais (Figura 1) e, na antiga regionalização proposta pelo IBGE, corresponde ao polo de uma microrregião geográfica homônima constituída por 20 municípios. A partir do ano de 2017, o IBGE atualizou a sua divisão territorial brasileira tendo em vista os atuais processos socioeconômicos afim de renovar as articulações das cidades entre si, no que refere à circulação de pessoas, serviços e informações (IBGE, 2017). Na nova regionalização, o Brasil segue dividido a partir de duas escalas: Regiões Geográficas Intermediárias e Regiões Geográficas Imediatas. Neste novo quadro, Viçosa integra a Região Intermediária de Juiz de Fora e polariza uma região imediata composta por 12 municípios, a Região Geográfica Imediata de Viçosa.

O destaque regional da cidade atrela-se, sobretudo, à presença da Universidade Federal de Viçosa (UFV), principal centralidade da cidade que engendra dinâmicas tanto em seu meio intraurbano quanto nas relações interurbanas. Além da UFV, há na cidade a presença de outras instituições privadas de ensino superior que coadjuvam para qualificar Viçosa enquanto “cidade educadora”

Figura 01 – Localização do município de Viçosa em diferentes contextos geográficos



Viçosa apresenta uma multiplicidade de papéis regionais, uma vez que além do êxito logrado pelo ensino superior, a cidade atende as demandas de seus espaços vizinhos no que tange aos serviços de saúde e de atividades financeiras, sobretudo de seu espaço imediato. As cidades menores relacionam-se com Viçosa num grau de subordinação e dependência já abordado por Boisier (1996), fazendo com que Viçosa cresça em função de sua própria região de polarização (SPOSITO, 2009).

Um dos eixos metodológicos utilizados pelo IBGE na proposta de Regiões Geográficas Imediatas e Intermediárias foi a Região de Influência das Cidades (IBGE, 2008), em que Viçosa é classificada como centro sub-regional B, possuindo onze cidades em sua área de influência, além dela própria. Embora haja a articulação funcional desses centros urbanos, o que se observa é uma rede urbana regional ainda incipiente,

uma vez que as relações se dão, preferencialmente, de maneira unilateral em sentido a Viçosa, com pouco adensamento e contato entre os outros centros da região, ressaltando a importância viçosense como centro principal desta área.

Ao explorar o espaço intraurbano de Viçosa o que se observa é uma cidade monocêntrica em que o centro primaz concentra a maioria das atividades econômicas e políticas da cidade, logo é o principal atrativo de fluxo de pessoas e de capital. O centro é, portanto, o *locus* de trabalho, consumo e lazer de Viçosa e região, além de ser carregado de símbolos e representações, uma vez que “a centralidade também diz respeito a um lugar com conteúdo social” (WHITACKER, 2007, p.2).

A estruturação do centro de Viçosa deu-se como a maioria dos centros de cidades brasileiras, como sinalizado por Villaça (1998), quando a partir da segunda metade do século XIX começou a implantação de serviços antes realizados em casa (médico, hospedagem, ensino) concomitante à maior especialização dos estabelecimentos de comércio varejista. Em Viçosa, entretanto, diferentemente de outras cidades, o centro tradicional não se espalhou, permanecendo como *área core* da cidade, em que o volume de pessoas e automóveis ocorre de maneira mais intensa quando comparado a outros locais da cidade. O centro concentra ainda grande parte dos estabelecimentos de oferta de bens e serviços de atração regional, apresentando-se, entre outras variáveis, como a área mais verticalizada da cidade.

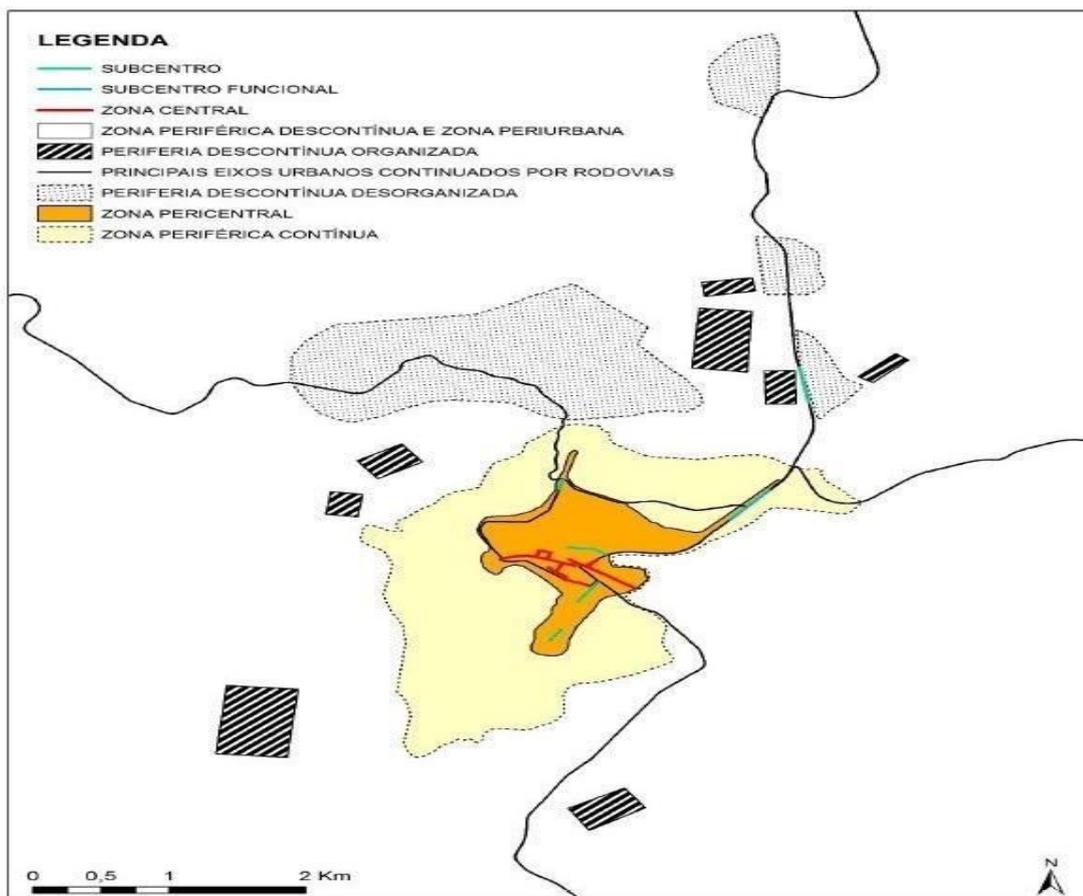
A área central de Viçosa pode ser delimitada em conformidade com o que foi proposto por Amorim Filho (2005, p.60) na caracterização dos centros de cidades médias mineiras, como:

Centro principal bem definido funcionalmente (forte presença de equipamentos “raros” de alcance regional); diferenciação funcional interna; paisagem e morfologia típicas (Construções em altura, maior densidade de construções; forte movimento de veículos e de pessoas, animação); função residencial superada pelas funções terciárias; centro com polarização pelo menos microrregional, podendo alcançar o nível regional de polarização.

Em análise ao meio intraurbano viçosense, Andrade (2015) aplicou o modelo de zoneamento morfológico-funcional para cidades médias (Figura 02) de Amorim Filho (2005) e constatou que a área central de Viçosa era composta pelos seguintes logradouros:

Rua Benjamin Araújo, Praça Silviano Brandão, Praça do Rosário, Rua Arthur Bernardes (Calçadão), Travessa Sagrado Coração de Jesus (Calçadinho), Rua Sebastião Lopes de Carvalho, Vetor Sul da Av. Bueno Brandão, Marechal Castelo Branco (imediações do “shopping Chequer) e Av. Pether Henry Rolfs” (ANDRADE, 2015, p. 55).

Figura 02 – Zoneamento Morfológico Funcional de Viçosa



Fonte – Andrade, 2015.

Apesar da existência desta estrutura monocêntrica e da importância do centro primaz para a cidade e região de Viçosa, observa-se a formação de um subcentro embrionário em direção ao vetor norte da cidade, área esta coincidente com a de expansão urbana do município e de localização de instituições privadas de ensino superior.

No modelo aplicado por Andrade (2015) não foi anexado o *campus* da UFV pela autonomia que este apresenta (presença de agências bancárias, hotel, supermercado, entre outros equipamentos), além da entrada do *campus* demarcar uma Viçosa da cidade em contraponto a uma Viçosa da universidade. Porém, integrase a avenida Pether Henry Rolfs à abrangência da área central viçosense por esta rua exercer um papel estruturador na dinâmica intraurbana, sendo a principal via de ligação entre a UFV e a cidade e por abrigar variados estabelecimentos comerciais “em função da proximidade com a UFV e principalmente por ser uma área de concentração de repúblicas de estudantes” (ANDRADE, 2015, p. 56).

As funcionalidades das cidades médias na atual rede urbana brasileira tendem a associar-se diretamente ao consumo de mercadorias (SOARES *et al*, 2009). Em Viçosa não é diferente, o setor de comércio e serviços é o que mais movimentam a sua economia, sendo que grande parte dos estabelecimentos se localizam na área central da cidade. A presença destas atividades movimentam o centro da cidade, levando pessoas e veículos a transitarem de maneira intensa nesta área.

Ilustram a paisagem de Viçosa, e contribuem para a sua animação, galerias e edifícios que se distribuem pelo centro e suas adjacências, sendo área da passagem dos cidadãos e também locais tradicionais de consumo, sobretudo, nos edifícios localizados nas ruas de pedestres (Calçadas) da cidade. Estas formas espaciais, exploradas pela Geografia do Comércio e do Consumo, serão abordadas adiante considerando o recorte espacial viçosense.

3.1 O setor terciário viçosense: o exemplo de galerias e edifícios comerciais

A área central viçosense é onde se localizam, preferencialmente, os estabelecimentos de comércio e demais atividades terciárias e, por conseguinte, é onde está a maior parte das galerias comerciais da cidade. As galerias em Viçosa obedecem ao padrão de inúmeras outras cidades, sendo edificações destinadas em sua totalidade ao consumo e a prestação de serviços, servindo algumas delas, ainda, como locais de passagem e interligação entre pontos da cidade, como a galeria Panorama e a galeria Gabriela Lopes (Figuras 3 e 4).

Figura 3: Galeria Panorama



Figura 4: Galeria Gabriela Lopes



Fonte: Trabalho de campo (2016)

O comércio é um importante vetor de centralidade urbana, pois propicia fluxos intra e interurbanos. A partir da década de 1980 tem-se observado no Brasil o surgimento de novas formas comerciais, devido à crescente “concentração econômica de alguns ramos comerciais, o que se acentuou nos anos de 1990, com o crescimento da presença de capitais internacionais no ramo de auto-serviço” (SPOSITO, 2001, p.237). Essas inovações se fazem visíveis, principalmente, nos *shopping centers*, redes de *fast foods*, nas franquias etc. As

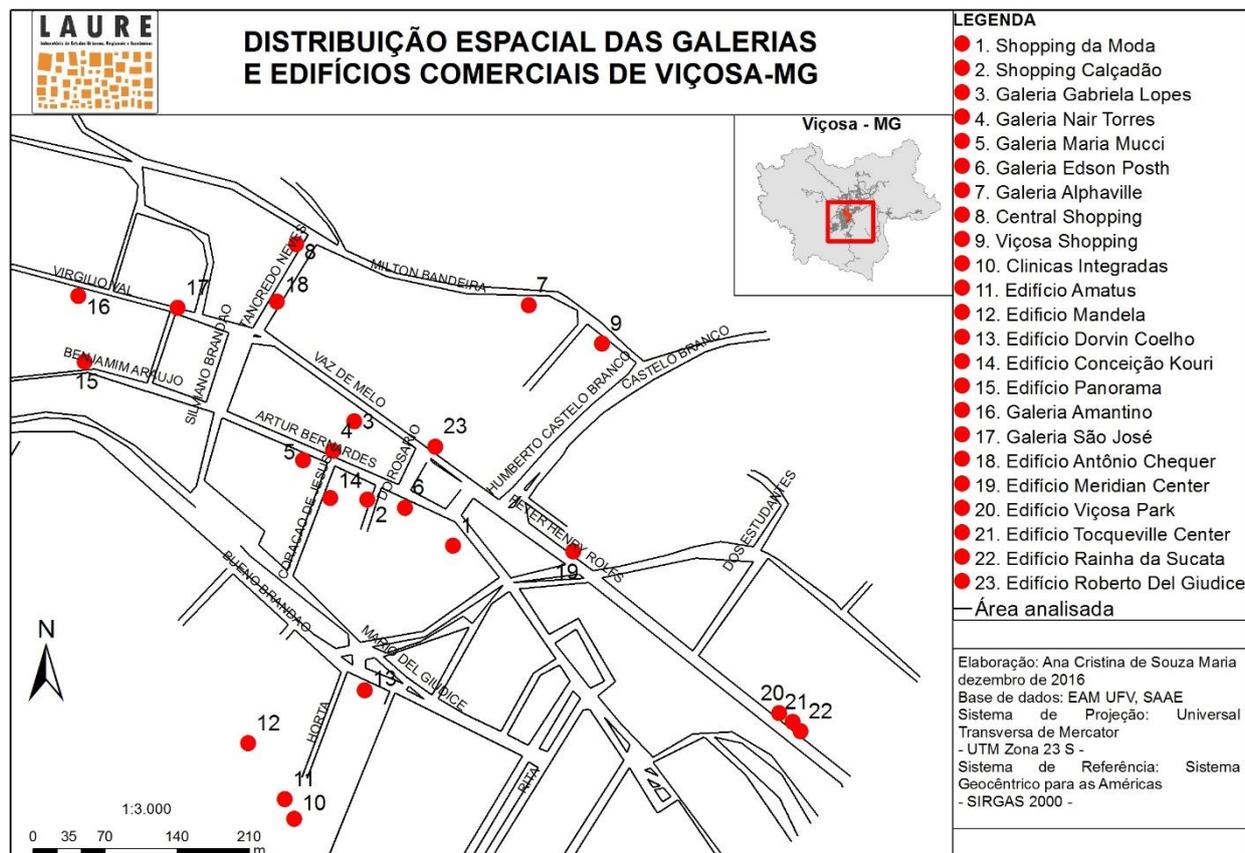
galerias, por sua vez, remetem à Paris do século XIX (BRAIDA, 2011), mas a sua continuidade pode ser entendida pelas incorporação da oferta de serviços ao comércio de bens e mercadorias, bem como, em resposta à aparição de novos estabelecimentos comerciais, alguns deles representativos das inovações anteriormente citadas.

De acordo com Sposito (2001), as novas dinâmicas são geridas pela articulação das pessoas que trabalham nesse setor da economia, dos agentes de produção imobiliária e dos interesses dos proprietários fundiários. A implementação destes equipamentos depende, em grande medida, do tamanho da cidade e da sua centralidade interurbana que influencia diretamente o tamanho do mercado consumidor. Relaciona-se, neste sentido, a proliferação das galerias comerciais em Viçosa ao porte de sua hinterlândia, isto é, trata-se de equipamentos menores do que os *shopping centers*, mas que são suficientes para atender o mercado consumidor de Viçosa e região.

As galerias e edifícios comerciais tendem a se localizar na área central e adjacências, compondo um conjunto funcionalmente diverso (Figura 05) e reforçando a centralidade do centro. A rua Arthur Bernardes (Calçadão), fundado em 1982, é a principal rua comercial e de pedestres da cidade, abrigando a maior parte das galerias voltadas ao comércio varejista por já ser prática recorrente das pessoas consumirem neste local, bem como na Travessa Sagrado Coração de Jesus (Calçadinho). Além disso, observa-se nestas localidades a presença de serviços do cotidiano, como salões de beleza e serviços comuns a cidades menores, como costureiras.

Além da função comercial, o Calçadão e o Calçadinho conectam importantes ruas e praças viçosenses, assegurando, deste modo, a animação do centro e a teia de relações socioculturais que nele se expressam. O Calçadão e o Calçadinho são ruas de pedestres de propriedade e uso público, diferenciando-se das galerias onde há a conciliação entre o público e a iniciativa privada. Segundo Vilaça (2008, p. 28), são considerados calçadões “uma faixa de via de circulação pavimentada, mais larga que o habitual, por onde as pessoas podem trafegar em diferentes velocidades e experimentar várias formas de mobilidade”.

Figura 05: Galerias de Viçosa



O mapa representado pela figura 05 mostra a distribuição das galerias na área central de Viçosa. Há uma evidente concentração ao longo da rua Arthur Bernardes, onde se localiza o Calçadão, e uma distribuição de outras galerias que circundam o Calçadão. Nas ruas que ladeiam o centro, por exemplo, a Rua Milton Bandeira, Praça Mário Del Giudice e Rua Alberto Pacheco, os serviços superiores e práticas especializadas são mais encontradas em edifícios comerciais, onde há um maior grau de lapidação das atividades, atendendo as demandas de Viçosa e região e, configurando, portanto, um quadro de serviços terciários bastante diverso.

As galerias localizadas na porção sul do mapa (Figura 5) apresentam uma forte especialização na oferta de serviços de saúde, particularmente de consultórios médicos. A Clínica Integrada de Viçosa é um edifício especializado da área da saúde, onde todas as suas 36 salas são destinadas a consultórios e demais serviços médicos. O edifício AMATUS também apresenta grande parte de suas atividades relacionadas a saúde, contendo 13 consultórios médicos, 4 salas destinadas a serviços do cotidiano e apenas uma loja varejista. Ambos os edifícios localizam-se na Rua Professor Alberto Pacheco, no bairro Ramos. Nesta rua, ainda, há a presença de outros edifícios que concentram um grande número de estabelecimentos de saúde, como o Edifício Nelson Mandela, sendo caracterizada, portanto, como uma área importante para a prestação dos serviços de saúde que atendem não apenas os viçosenses, como também os habitantes da área de influência de Viçosa.

A região central da área estudada é formada, em sua grande parte, por galerias que se destacam pela diversidade do comércio varejista e de serviços não especializados. A Galeria Maria Mucci, localizada no Calçadão, por sua vez é uma ilustração dos padrões de galeria definidos por Braida (2011), de uso misto em que o térreo é composto por comércio varejista, o segundo e o terceiro por serviços do cotidiano, sobretudo ateliês de costura e salões de beleza e os outros pavimentos mais elevados são destinados a uso residencial. Além desta galeria, outras também apresentam tal tendência, como o Edifício Professor Edson Potsch, a Galeria Alphaville, o *Central Shopping*, Galeria Panorama e Edifício Meridien Center.

A Galeria Shopping Calçadão desempenha o papel simbólico de um equipamento de consumo diferenciado. Em grande medida por sua localização privilegiada, no Calçadão, mas também por suas características, como exemplo, por abrigar o único cinema da cidade, uma praça de alimentação e por oferecer um *mix* de lojas voltadas para um consumo de elevado padrão (relojoarias, grifes de roupas, calçados e bolsas).

As galerias localizadas mais próximas da UFV (Viçosa Park, Tocqueville Center e Rainha da Sucata), ou seja, na Avenida PH Rolfs, por sua vez, são mais voltadas para serviços diversos. Além de consultórios médicos e odontológicos, encontram-se consultorias de diferentes ramos, cursos de línguas, agências de turismo etc.. Além disso, localizam-se em edifícios que também oferecem a função residencial que, pela proximidade com a universidade, apresentam aluguéis mais elevados.

Nota-se, portanto, a importância das galerias para a dinâmica do comércio e serviços especializados em Viçosa. Elas estão presentes em vários pontos da área central e, em alguns casos, destacam-se pela especialização em determinados serviços, como a saúde.

Considerações finais

Na atual sociedade do consumo as mercadorias se tornaram símbolos, bem como os espaços de consumo exprimem mais que uma localização, cristalizando valores econômicos e culturais no espaço urbano. O setor terciário na cidade de Viçosa, bem como observado em outras cidades médias, é proeminente e responsável pelos consumidores de toda área polarizada pela cidade. A maior parte do comércio varejista localiza-se na área central da cidade, onde estão presentes também os calçadões e galerias que garantem o fluxo contínuo de pessoas, reforçando a sua centralidade.

As galerias e edifícios comerciais se apresentam também como espaços de lazer e encontro, por disponibilizarem praças de alimentação e espaços de convivência coletiva, demonstrando, ainda, o papel na vida sociocultural da cidade, além, de alinhar o lazer ao consumo.

Por seu caráter misto e plural, as galerias são multifuncionais, apresentando desde o comércio mais corriqueiro, até serviços especializados e funções residenciais. Em Viçosa, ainda, a proliferação das galerias mostra também a inter-temporalidade, isto é, as edificações apresentam idades distintas, variando desde meados do século XX até empreendimentos contemporâneos, sendo estes últimos destinados a serviços mais lapidados e específicos.

As galerias e edifícios comerciais são importantes para a produção da centralidade viçosense, pois recebem consumidores de toda a hinterlândia da cidade. Tratam-se de equipamentos responsáveis por grande parte da economia urbana de Viçosa, mas também se apresentam como locais que não são tão restritivos quanto outros formatos, a exemplo dos *shopping centers*. A galeria são locais de consumo, mas também de passagens e de encontros.

Referências Bibliográficas

AGUERRE, Marina; LANDONI, María Laura Fernandez. Transculturação de modelos em la arquitectura de nuestra ciudad: el caso de las galerias comerciales. **Summa-temática**. Buenos Aires, n. 34/35, p. 94-103, 1990.

AMORIM FILHO, Oswaldo Bueno. Um modelo de zoneamento morfológico-funcional do espaço intra-urbano das cidades médias. In: AMORIM FILHO, Oswaldo Bueno; SENA FILHO, Nelson. **A morfologia das cidades médias**. Goiânia: Ed. Vieira, 2005.

ANDRADE, Ítala. L. **Aplicação do modelo de zoneamento morfológico-funcional para o estudo do espaço intraurbano de cidades médias: análise da cidade de Viçosa-MG**. 75p. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Curso de Geografia, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Viçosa (MG), 2015.

BENJAMIN, Walter. **The arcades Project**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1999.

BOISIER, S. Em busca do esquivo desenvolvimento regional: entre a caixa preta e o projeto político. **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília, N.13, jun. de 1996, s/p.

BRAIDA, Frederico. **Passagens em Rede**. A dinâmica das galerias comerciais e dos calçadões nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires. Funalfa: Ed. UFJF, Juiz de Fora, 2011, 208p.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Regiões de Influência das Cidades - REGIC. Brasília, DF: MP/IBGE: 2008.

_____. **Divisão Regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias 2017. Rio de Janeiro: 2017.**

COLCHETE FILHO, Antônio; BRAIDA, Frederico; CARDOSO, Carina. Cidade e comércio: relações em Juiz de Fora, Minas Gerais. **Oculum Ensaios (PUCCAMP)**, v. 11, p. 155-165, 2014.

CORRÊA, Roberto Lobato. Inovações espaciais – algumas reflexões. **Cidades**, v. 7, p. 151-162, 2010.

ELGUEZEBAL, Eduardo. Galerías y locales comerciales: um tema de la arquitectura de Buenos Aires. **A/mbiente**, Buenos Aires, n. 43, 1984.

GRASSIOTO, Maria Luiza Fava; GRASSIOTO, Junker de Assis. A atividade comercial e a sua relação como urbano: o exemplo de Londrina. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 24, pp. 101-120, 2003.

- GEIST, Johann Friedrich. **Arcades: the history of building type**. Londres: MIT Press, 1983.
- HARVEY, David. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 11º ed. São Paulo: Loyola, 2002.
- JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- PEIXOTO, Paulo. A sedução do consumo. As novas superfícies comerciais urbanas: Um estudo de caso. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. N° 43. Coimbra: Outubro, 1995.
- SANTOS, Milton. Espaço e sociedade no Brasil: a urbanização recente. **Geosul**. Florianópolis: UFSC, ano III, n. 5, 1988, p. 85-100.
- SILVA, William Ribeiro da. Novos centros, novas centralidades, novas diferenças. A fragmentação do espaço urbano em londrina. **Geografia**, Rio Claro: v. 29, n. 1, p. 55-70, jan./abr., 2004.
- SINGER, Paul Israel. **Desenvolvimento econômico e evolução urbana**. São Paulo: Nacional, 1974.
- SOARES, B. R. ; OLIVEIRA, H. C. M. ; RIBEIRO FILHO, V. ; SOUZA, M. V. M. O setor terciário da cidade média: o caso da cidade de Uberlândia (Br. In: BELLET Sanfeliu, Carmen; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. (Org.). **Las ciudades medias o intermedias en un mundo globalizado**. LLEIDA: Edicions de la Universitat de Lleida / UNESCO, 2009, v. 1, p. 107-124.
- SPOSITO, Maria E. B. Novas formas comerciais e a redefinição da centralidade intraurbana. In: _____ (Org). **Textos e Contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: [s.n.]. 2001, p. 235-254.
- _____. **Para pensar as pequenas e as médias cidades brasileiras**. Belém: FASE e UFPA, 2009.
- VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001.
- VILAÇA, Lis Barros. **Comportamento sócio-espacial de pessoas em movimento: um estudo exploratório no calçadão da Avenida Engenheiro Roberto Freire, Natal-RN**. Natal, 2008. Dissertação (mestrado). Programa de pós-graduação em psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel – FAPESP – Lincoln Institute, 1998. p.237.
- WHITACKER, A. M. Inovações Tecnológicas, Mudanças nos Padrões Locacionais e na Configuração da Centralidade em Cidades Médias. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, Barcelona, n. 245, 2007.