



Revista Cerrados (Unimontes)  
ISSN: 1678-8346  
ISSN: 2448-2692  
revista.cerrados@unimontes.br  
Universidade Estadual de Montes Claros  
Brasil

## As relações entre centralidade e polarização regional na “Região da 44” em Goiânia (GO)

 **Correa, Leticya Sousa**

 **Lima, Leandro Oliveira de**

As relações entre centralidade e polarização regional na “Região da 44” em Goiânia (GO)  
Revista Cerrados (Unimontes), vol. 21, núm. 01, pp. 291-319, 2023  
Universidade Estadual de Montes Claros

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576976196015>

DOI: <https://doi.org/10.46551/rc24482692202312>

# As relações entre centralidade e polarização regional na “Região da 44” em Goiânia (GO)


The relations between centrality and regional polarization in the “Region of 44th street” in Goiânia (GO)

Las relaciones entre centralidad y polarización regional en la “Región del calle 44” en Goiânia (GO)

*Letícia Sousa Correa*

*Universidade Federal de Goiás – UFG, Goiânia (GO), Brasil,  
Brasil*


leticyacorrea@discente.ufg.br

 <https://orcid.org/0000-0001-5890-3219>

*Leandro Oliveira de Lima*

*Universidade Federal de Goiás – UFG, Goiânia (GO), Brasil,  
Brasil*

leandro.lima@ufg.br

 <https://orcid.org/0009-0008-9645-1434>

Revista Cerrados (Unimontes), vol. 21,  
núm. 01, pp. 291-319, 2023

Universidade Estadual de Montes Claros

Recepción: 14 Junio 2023

Aprobación: 18 Junio 2023

Publicación: 20 Junio 2023

DOI: <https://doi.org/10.46551/rc24482692202312>

**Resumo:** O artigo busca compreender as relações entre a centralidade intraurbana e a polarização regional no recorte da “Região da 44”, fator que consolida a área estudada enquanto centralidade importantíssima no contexto intraurbano de Goiânia. Conforme a metodologia do REGIC (2018), a cidade de Goiânia concentra o maior polo têxtil do Brasil, ultrapassando, inclusive, o Brás em São Paulo. Deste modo, apresentamos que a centralidade investigada é responsável pela articulação do local com o nacional, gerando fluxos econômicos conferindo certa singularidade em nível nacional. Metodologicamente a pesquisa contou com revisão bibliográfica e levantamento de dados secundários. Os resultados da pesquisa apontam para as relações de causa e efeito entre a centralidade da “Região da 44” e a polarização regional de Goiânia, demonstrando como a aglomeração de comércio e serviços vinculados ao setor têxtil na área estudada, articulam a capital do Estado de Goiás com as demais regiões do Brasil.

**Palavras-chave:** Centralidade, Polarização regional, Região da 44”, Goiânia.

**Abstract:** The article seeks to understand the relationships between intra-urban centrality and regional polarization in the “Region of 44<sup>th</sup> street” section, a factor that consolidates the studied area as a very important centrality in the intra-urban context of Goiânia. According to the REGIC (2018) methodology, the city of Goiânia concentrates the largest textile hub in Brazil, even surpassing Brás in São Paulo. This way, we present that the investigated centrality is responsible for the articulation of the local with the national, generating mainly economic flows, conferring a certain uniqueness at the national level. Methodologically, the research included a bibliographic review and a survey of secondary data. The research results point to the cause-and-effect relationships between the centrality of the “Region of 44<sup>th</sup> street” and the regional polarization of Goiânia, demonstrating how the agglomeration of commerce and services linked to the textile sector in the studied area, articulate the capital of the State of Goiás with the other regions of Brazil.

**Keywords:** Centrality, Regional polarization, Region of 44<sup>th</sup> street, Goiania.

**Resumen:** El artículo busca comprender las relaciones entre la centralidad intraurbana y la polarización regional en la sección “Región del calle 44”, factor que consolida el área estudiada como una centralidad muy importante en el contexto

intraurbano de Goiânia. Según la metodología REGIC (2018), la ciudad de Goiânia concentra el mayor polo textil de Brasil, incluso superando a Brás en São Paulo. De esta forma, presentamos que la centralidad investigada es la responsable de la articulación de lo local con lo nacional, generando principalmente flujos económicos, confiriendo cierta singularidad a nivel nacional. Metodológicamente, la investigación incluyó una revisión bibliográfica y un levantamiento de datos secundarios. Los resultados de la investigación apuntan para las relaciones de causa y efecto entre la centralidad de la “Región del cale 44” y la polarización regional de Goiânia, demostrando cómo la aglomeración de comercio y servicios vinculados al sector textil en el área estudiada, articulan la capital del Estado de Goiás con las demás regiones de Brasil.

**Palabras clave:** Centralidade, Polarización regional, Región del cale 44, Goiânia.

## Introdução

Nos

Nos últimos anos uma pluralidade de estudos analisou a “Região da 44” [1], em Goiânia, sob diversos aspectos, como pode ser verificado em Nascimento (2017), Ribeiro et al. (2002) e Silva (2017). Considerando as especificidades pela qual a Geografia urbana pode e deve contribuir com a análise, o artigo busca compreender as relações entre a centralidade intraurbana e a polarização regional no recorte da “Região da 44”, apresentando, ao longo do texto, os elementos que consolidam a área estudada enquanto uma centralidade.

A revisão bibliográfica identificou as pesquisas que tratam da “Região da 44” tendo como ponto de partida, a Feira Hippie. Identificamos ainda um estudo a partir da perspectiva de “Cluster 44” com sua rede de influência em âmbito nacional em Nascimento (2017). Nesse sentido, percebemos uma lacuna que aborda a área de estudo sob a vertente geográfica como a centralidade da “Região da 44”, fenômeno que pode ser lido nos estudos dos arranjos do espaço intraurbano. Além disso, ao investigar a área estudada, percebemos a necessidade de explicitar as diferentes articulações que a centralidade mantinha com outras escalas em nível nacional. Para tanto, adotamos ainda a noção conceitual de polarização regional como suporte teórico-metodológico que explica, na mesma esteira da metodologia da REGIC (2018), articulações que extrapolam as explicações em nível intraurbano.

Segundo o REGIC (2018) publicado em 2020, a cidade de Goiânia concentra o maior polo têxtil do Brasil, ultrapassando, inclusive, o Brás em São Paulo. Ao nível intraurbano a explicação desta centralidade advém das relações históricas da “Região da 44”, localizada no Setor Norte Ferroviário, às margens dos fluxos da rede ferroviária federal, do terminal rodoviário de Goiânia e da Feira Hippie, ocasionando um padrão de deslocamento cotidiano para compra de vestuário e calçados, conforme figura 1.



Figura 1

Imagem aérea da localização da Região 44 e seus principais elementos  
 Google imagens, 2021.

A “Região da 44” concentra inúmeros empreendimentos de comércio do ramo de vestuário. Segundo Silva (2017), o pólo se caracteriza como um Centro de Comércio Popular (CCP) especializado em confecção e tem como característica principal a produção independente. A localização da “Região da 44” é privilegiada, pois se encontra próxima às principais avenidas da cidade de Goiânia, como a Avenida Goiás e Independência e em frente à rodoviária, o que viabiliza aos feirantes e aos turistas facilidade de escoamento das mercadorias, tornando-se também numa região abastada em restaurantes e hotéis – muitos destes inaugurados especialmente para suprirem as demandas do comércio popular da Feira Hippie.

Entendemos que a geografia urbana contribui com a explicação do fenômeno da aglomeração comercial, pois os conceitos fundamentais acerca da origem e estruturação das centralidades, em associação com a noção conceitual a polarização regional presente nos elementos da metodologia do IBGE sobre a REGIC, podem ser importantes na compreensão da “Região da 44” como centralidade nacional[2].

Algumas questões do âmbito pessoal dos autores também influenciaram na escolha do recorte temático, como o fato de diversos familiares possuírem lojas nas galerias da “Região da 44”, o que possibilita certa proximidade com a área estudada. Os resultados da



pesquisa apontam para as relações de causa e efeito entre a centralidade da “Região da 44” e a polarização regional de Goiânia, demonstrando como a aglomeração de comércio e serviços vinculados ao setor têxtil, articulam a capital do Estado de Goiás com as demais regiões do Brasil, fato que pode ser comprovado no contexto da metodologia das Regiões de Influências das Cidades (REGIC) em 2018.

O texto está organizado em quatro seções, a primeira versa sobre o conceito de centralidade e suas especificidades para o contexto de Goiânia, a segunda explica como Goiânia, capital planejada no interior do cerrado brasileiro, exerce influência regional e organiza em torno de si determinados fluxos econômicos, com destaque para o setor têxtil. A terceira e quarta seção explicam o funcionamento interno da centralidade da “Região da 44”, seus laços históricos com a Feira Hippie, fator que auxilia na elucidação das relações com a polarização regional, levando-nos à comprovação com a pesquisa do REGIC (2018), a fim de avaliar a centralidade da “Região da 44” e seus efeitos na organização intraurbana. Nos termos metodológicos a pesquisa apoiou-se em revisão bibliográfica e a observação em campo foi salutar para comprovação das relações entre a centralidade e a polarização regional.

## **A formação das centralidades em Goiânia**

A centralidade não é um tema novo no âmbito dos estudos urbanos. Ela é, inclusive, conceito chave que explica em grande parte a origem das cidades e ainda os processos de concentração demográfica e técnica num determinado ponto do território. Tem também vinculação indireta com os processos de inversão rural-urbana no Brasil. Essas realidades explicam, em parte, a persistência dos estudos sobre centralidade ao longo da trajetória da geografia urbana contemporânea. Em Soja (1993) encontramos parte desta relevância ao mencionar que, para além do fenômeno enquanto conceito, o centro é um processo, pois define e dá substância à especificidade do urbano, conferindo seu sentido social e espacial singular. O autor apresenta, inclusive, que somente com uma centralidade persistente é que pode haver cidades (SOJA, 1993).

A centralidade, categoria essencial para definição formal da “Região da 44”, é tratada por Lefebvre (2000, p. 21 e 22) nos seguintes termos:

O que é a centralidade (urbana e social)? Uma forma, aquela da reunião, do encontro, da simultaneidade. De quê? De tudo o que se pode reunir, se encontrar, se acumular. A forma vazia pode e deve ser preenchida. Assim, cada época, cada período, cada modo de produção suscitou (produziu) sua própria centralidade: o centro político, comercial, religioso etc. Atualmente a centralização se quer total. Ela concentra as riquezas, o poder, os meios do poder, a informação, o conhecimento, a cultura, etc. Numa palavra: tudo. Todavia, as centralidades sempre pereceram e desapareceram, seja por excesso, (noutros termos, por saturação) seja por falta, por incapacidade de atrair tal “elemento”, seja enfim, por assalto dos excluídos, dos rejeitados, para as periferias (LEFEBVRE, 2000, p. 21-22).

Como se apreende, Lefebvre (2000) expande a percepção da centralidade como razão da existência das cidades. Mais do que uma forma, a centralidade aplicada à noção de cidade explica como determinados processos espaciais se aglomeram em determinados pontos do espaço. Para além dessa definição, convém ainda destacar que existe outra aceção importante para nossa pesquisa, do que se entende em termos da centralidade. Em termos escalares, conforme Pereira (2012), pode se pensar a centralidade:

como um fragmento da cidade onde se observa em grau superlativo a confluência de circuitos, a intersecção entre diferentes manchas e pedaços, o cruzamento de trajetos, a multiplicidade de pórticos, sendo concebida como expressão máxima da pluralidade de sentidos e de formas de apropriação do espaço urbano. Nesse sentido, o emprego da categoria “centralidade” seria compatível com uma perspectiva analítica sensível à diversidade social e à fragmentação, não se confundindo com a hierarquização de parcelas do espaço a partir da tomada dos mecanismos de reprodução do capital como única variável relevante (PEREIRA, 2012, p. 12).

No que concerne a essa questão, entende-se que a centralidade é definida pela concentração de recursos e aparelhos urbanos que viabilizam a circulação e o desenvolvimento de uma determinada área. Na compreensão de escala, a centralidade pode ser um instrumento de avaliação de uma determinada realidade urbana. Partindo deste entendimento, Frúgoli Jr. (2001) compreende que a centralidade não se resume ao estudo das áreas centrais em si mas permite entender as relações de poder e de comando que se estabelecem entre centralidade e o seu entorno. Em suas palavras:

Nesse sentido, uma análise não apenas da área central, mas comparando centros que competem por determinada hegemonia dentro da metrópole, pode revelar como se relacionam diversos projetos e concepções urbanas em jogo, com influências em temas como a vida urbana, a interação social e o tipo de metrópole resultante dessa competição (FRÚGOLI JR, 2001, p.52).

Como se percebe, há uma importância histórica do conceito que se estende e, de algum modo, auxilia a compreensão da ideia de totalidade dos estudos sobre a cidade, explicando as relações entre períodos distintos de desenvolvimento urbano e seus efeitos sobre as diferentes regiões da cidade ou mesmo suas paisagens, permitindo uma compreensão mais detalhada sobre o papel dos atores sociais no processo de estruturação urbana. Mais ainda: o autor entende que é a partir da centralidade que se percebe a relevância do contexto geográfico, explicando os interesses distintos que cada território enfocado ocupa na explicação do surgimento de uma “nova região que alimenta-se em grande parte da decadência da anterior, tornando-se visível nessa dinâmica não só as forças e limites específicos de cada uma quanto à atração do setor terciário moderno, bem como os distintos tipos de crescimento metropolitano como um todo” (FRÚGOLI JR. 2001, p. 53).

Para além desses argumentos, compreende-se que o conceito de centralidade se aplica para explicação dos elementos identificados na “Região da 44”. No caso estudado, compreende-se por centralidade a

fração de uma área da cidade de Goiânia em que prevalece a convergência de usos por diferentes classes sociais, capturando os espaços públicos por atividades econômicas do setor terciário, focada em comércio de atacado e varejo do segmento têxtil, cujo controle espacial repousa numa rede de relações formais-informais por conglomerados econômicos, fracionando o solo urbano às custas das economias de aglomeração e à sobrevivência (como é o caso dos vendedores ambulantes) de fração da população goianiense.

Convém explicitar ainda que a centralidade da “Região da 44” é desdobramento do processo de polinucleação goianiense (PAULA, 2003), com predomínio da ação do poder público que expulsou vendedores ambulantes, “hippies”, de outras áreas da cidade, principalmente do centro tradicional de Goiânia. Deste modo, a centralidade investigada se explica em face de um processo que envolveu toda uma negociação social em torno do que, discursivamente, se tratava “evitar uma degradação” do centro tradicional, usando inclusive áreas “abandonadas” pelo próprio poder público às margens da rede ferroviária federal, do qual o patrimônio ocupado historicamente, coincidiu com a destruição quase integral dos antigos prédios, edifícios e depósitos que se associavam à logística fabril de outras temporalidades.

Estes estoques de áreas, “vazios e sem função”, mobilizou o empresariado local no sentido de pressionar o poder público para alguma política de recuperação da “área degradada”. Ergueu-se então, um conjunto de galerias cujas expressão espacial é o uso intensivo de solo urbano sob regime jurídico de locatários, com contratos frágeis, amplamente ancorados na especulação imobiliária. Mais recentemente, assistiu-se à expropriação de parte da área da Feira Hippie, para promoção da circulação e da mobilidade, da Avenida Leste-Oeste. Uma verdadeira “costura interna” com a finalidade da dispersão dos ambulantes numa área core da acumulação capitalista, consignada no comércio têxtil e na indústria da moda.

Como explicitaremos mais adiante, a estruturação da centralidade perpassa diretamente pelo projeto bem sucedido de uma fração do poder econômico em que a atuação hegemônica do empresariado, com pouca ou nenhuma preocupação com as questões sociais ligadas à cidadania no seu entorno imediato, costurou acordos políticos articulados sob a forma de lobby, intervenções urbanas que dialogam bastante com interesses mais gerais do mercado imobiliário, muito próximo com os elementos identificados por Frúgoli Jr (2001), para o caso paulistano. Apesar de não constituir o objetivo deste texto, essa relação entre cidadania e mercado, portanto, constitui-se também num campo de tensões que explica a centralidade da “Região da 44”.

Cabe destacar ainda que o processo de estruturação da centralidade da “Região da 44” insere-se numa perspectiva intraurbana mais ampla. A formação difusa de subcentralidades em Goiânia foi identificada a partir de 1990 por Paula (2003), na esteira das alterações do centro tradicional da capital. Segundo a autora, o centro de Goiânia passou por processos de “decadência” o que levou ao conhecido processo de invasão-sucessão descrito por Corrêa (2001).



A avaliação do processo de invasão-sucessão em outra experiência pesquisada, foi assim descrita por Villaça (1998, p. 277):

A década de 1960 marcou, em todas as nossas metrópoles e mesmo em cidades médias, o início do desenvolvimento de grandes “sub-regiões” urbanas de comércio e serviços voltados para as camadas de alta renda; para essas sub-regiões transferiram-se lojas, consultórios, cinemas, restaurantes, bares, profissionais liberais, estabelecimentos de diversão, etc., que atendiam àquelas camadas e que localizavam no centro principal. Tais “sub-regiões” passaram a ser conhecidas como “Centro Novo” (VILLAÇA, 1998, p. 277).

É exatamente nestes termos que o processo de “decadência” do centro tradicional de Goiânia explica a profunda relação com a estruturação da “Região da 44”. Explica ainda, em parte, o processo de invasão-sucessão, em face das dificuldades de mobilidade urbana que ocorreram nas principais cidades brasileiras a partir da década de 1960 que não são incomuns à capital goiana. Como desdobramento da “decadência do centro tradicional” de Goiânia, vinculados ao fenômeno da mobilidade intraurbana, Paula (2003) identificou a existência de diversas subcentralidades em formação ao que nomeou como Centro Expandido formado por um conjunto de bairros com destaque para os setores Bueno, Oeste e Marista e ainda, do Leste Universitário, Setor Aeroporto, Jardim Goiás e o próprio Setor Norte Ferroviário, centralidade investigada no presente texto. Cabe aqui mencionar que Goiânia foi criada a partir da fragmentação do município de Campinas, o que de certo modo fez com que a capital herdasse processos de centralidade já estruturados historicamente. Tal fato está descrito nos seguintes termos por Paula, Pinto e Correa (2005a, p. 09):

O Setor Campinas, desde sua existência, (...), teve grande destaque comercial, ele surgiu de uma forma muito peculiar. Segundo o artigo Riqueza no comércio do jornal Diário da Manhã (31/08/1998), deixa bem claro isso: “Desde o começo da construção da capital goiana no início dos anos 30, os comerciantes fizeram da velha Campininha das Flores o seu local preferido”. E essa realidade perpassou por várias décadas como mencionado no mesmo artigo: “Campinas era o maior centro comercial e assim permaneceu por décadas”. Com o surgimento de Goiânia, o Setor Campinas se tornou de certa forma a Área Central da cidade, possuindo uma grande diversidade de comércio e serviços (...). Se o centro é caracterizado por atender toda população do município e seu entorno, nesse caso, Campinas poderia ser considerada como uma centralidade de Goiânia naquele momento específico (PAULA; CORREA; PINTO, 2005, p. 09).

Como se percebe, dada importância histórica de Campinas na estruturação da centralidade polinucleada da capital goiana, percebe-se que os processos de centralidade em Goiânia são, por sua natureza espacial, difusos, complementares, multicomplexos do ponto de vista histórico, e ainda, com profunda relação com a ampliação dos eixos estruturadores da mobilidade metropolitana, fato já mencionado também em relação a centralidade da “Região da 44”. Próximo à nossa perspectiva, Garbelim, Marques e Souza Júnior (2020), definiram a “Região da 44” em Goiânia como uma centralidade estruturada a

partir do setor de varejo e atacado de vestuário que se caracteriza pela sobreposição de formas e práticas sócio espaciais.

Garbelim, Marques e Souza Júnior (2020) chamam atenção para a dificuldade de determinar o raio de interferência da centralidade investigada pois ela não se organiza exclusivamente na representação formal de uma subcentralidade, transbordando dinâmicas e fluxos para além da escala intraurbana. Os autores, dentro das especificidades da “Região da 44”, dizem que é comum identificar os casos de porosidade relacional, em que determinadas fronteiras aparentemente conflitivas se revelam potencialmente fluidas. Nossa divergência em relação aos autores supracitados, reside na abordagem da centralidade a partir da noção de rua, o que não tem correspondência histórica com a própria centralidade em questão.

Como já investigado por Maia e Coelho (1997), a origem da “Região da 44” é vinculante à feira hippie, e, portanto, ao processo de intervenção pública para “preservação do centro tradicional”, que na verdade significava preservação das condições empresariais da atividade comercial formal em Goiânia. O que estamos defendendo é que a origem da centralidade é eminentemente informal, aleatória, desregulada, resultado histórico da ineficiência do poder público na gestão da cidade. E é exatamente por este motivo que se explica as condições da paisagem da “Região da 44” que se verifica em Garbelim (2020), um labirinto de corredores, vielas, fachadas e marquises de lojas com painéis digitais e fotografias de manequins. As diversas formas espaciais da “Região da 44” integram ruas, barracas e galerias em densidades e sobreposições.

Assim, a “Região da 44” é a centralidade mais importante da capital no seguimento oferta de vestuário e do mundo da moda, superando centralidades antepassadas como é o caso de Campinas, conforme Paula, Correa e Pinto (2005a). Nesta mesma direção, Garbelim, Marques e Souza Júnior (2020, p. 466) asseveram que:

Centralidades associadas aos ramos de vestuário em Goiânia são significantes antes mesmo da ‘Rua 44’. Como a Avenida Bernardo Sayão, que segundo Lopes (2014) perdeu gradualmente sua posição de centro desde 2006, em sentido contrário à ascensão gradativa dos empreendimentos da ‘Rua 44’. Esse movimento ocorre de modo mais incisivo na virada do século, com um número crescente de pequenos “empreendedores” interessados na localização da Rua 44 e adjacências, além de ser entroncamento de importantes avenidas, como a Av. Independência e a Av. Goiás (GARBELIM; MARQUES; JÚNIOR, 2020, p. 466).

Dado o peso histórico da sobreposição de interesses numa determinada área da cidade de Goiânia, segundo os dados econômicos divulgados pela Associação Empresarial da “Região da 44” (AER44), a região concentrava em 2020 mais de 150 mil empregos diretos, com receita média estimada em R\$570 milhões por mês, convergindo riqueza da ordem de 6,8 bilhões de reais por ano. Esses valores dão a dimensão do peso desta centralidade no contexto da capital, inclusive elevando-a em relação às demais, a categoria de maior relevância nos arranjos regionais mais complexos, dado os efeitos da centralidade na polarização regional (GOIÂNIA, 2020).

Em síntese, conforme também explicitado por Beltrão Spósito (2001) em outras áreas pesquisadas, verificou-se em Goiânia que o processo de fragmentação promoveu novos fluxos na cidade, permitindo a emergência de novas subcentralidades, múltiplas e complexas, no lugar de uma centralidade principal. Essas subcentralidades goianiense se diversificaram e especializaram-se, ou seja, se voltaram a um público-alvo determinado, sendo então denominadas, por este motivo, de centralidades polinucleadas (PAULA, 2003). Daí depreende-se que a reestruturação da centralidade da “Região da 44” em Goiânia esteve diretamente ligada às deseconomias das áreas centrais e os efeitos da intervenção do poder público, e ainda, às dificuldades de mobilidade, ao crescimento demográfico e espacial espreado.

Contudo, como se observa, o interesse original de um grupo de camelôs “empreendedores” e, posteriormente, dos lojistas interessados diretamente nas conexões urbanas proporcionadas pela posição estratégica da rodoviária de Goiânia no contexto regional do Brasil, explica, na contemporaneidade, a estruturação de uma centralidade dedicada ao ‘mundo da moda’. De acordo com Paula (2003) este processo não é novo nos termos de uma moda exclusiva, tendo sido primeiro organizado nos setores Bueno, Oeste e Marista concentrando também atividades comerciais e de serviços voltadas às classes mais abastadas, enquanto os setores Fama, Vila Nova e Campinas organizaram estas atividades econômicas para o segmento popular (PAULA; CORREA; PINTO, 2005b).

Dentre as principais características geográficas da “Região da 44” estão a concentração comercial na venda de vestuário e calçados (REGIC, 2018), localização estratégica dentro do município de Goiânia, se estabelecendo no centro, próximo à avenidas influentes como a Avenida Independência e Avenida Goiás, ao lado de um shopping que confere infraestrutura diferenciada aos clientes e vizinho da principal rodoviária da cidade. Além disso, é um local de fácil acesso, sendo atendido com linhas de ônibus dos mais diversos pontos da cidade, é abastada em restaurantes e hotéis e possui variedade de preços, atendendo clientes das mais diversas classes sociais. Outro fluxo geográfico relevante é a presença da Feira Hippie, considerada matriarcal na geração da dinâmica espacial da Rua 44 e adjacências (NASCIMENTO, 2017; MAIA; COELHO, 1997).

## **A polarização regional de Goiânia e sua relação com a “Região da 44”**

Para os geógrafos, regionalizar é “dividir” o espaço geográfico para levar a uma melhor compreensão dos fenômenos, podendo estes ser de ordem físico-natural, urbano, social, político, entre outros. Ou seja, a regionalização é uma ferramenta que serve para organizar o espaço para que o Estado possa intervir da melhor maneira, seja em investimentos, seja para gerar exclusões, é a operacionalização prática do conceito de região (CONTEL, 2015). Neste sentido, identifica-se

em Gomes (1995), o rompimento do conceito de região com o senso comum, alvo desta pesquisa na “Região da 44”:

Para que esta noção de região se torne um conceito científico é absolutamente necessário que haja uma formulação clara de seu sentido, de seus critérios e de sua natureza. O estabelecimento de regiões passa a ser uma técnica da geografia, um meio para demonstração de uma hipótese e não mais um produto do trabalho de pesquisa. Regionalizar passa a ser a tarefa de dividir o espaço segundo diferentes critérios que são devidamente explicitados e que variam segundo as intenções explicativas de cada trabalho (GRIGG, 1967). As divisões não são definitivas, nem pretendem inscrever a totalidade da diversidade espacial, elas devem simplesmente contribuir para um certo entendimento de um problema, colaborar em uma dada explicação. (GRIGG, 1967 apud GOMES, 1995, p. 63).

Sabendo que, inicialmente a região era utilizada como área de controle e tinha a regionalização como sua arma, nota-se que no capitalismo atual, Goiânia exerce sua influência na rede urbana e ao nível intraurbano a centralidade da “Região da 44” se estabelece como fator importante. Sendo assim, a “Região da 44” exerce efeito preponderante no setor de confecções, como assinala a metodologia da REGIC (2018). A “Região da 44” possui uma ampla cadeia produtiva e rede de influência consolidadas, em outras palavras, forma um complexo industrial no ramo têxtil e de confecções. Goiânia, como sua sede, é o palco de suas transformações e influências.

Arrais (2003), em seus estudos sobre rede urbana, categoriza Goiânia como uma Metrópole Regional, e que atualmente está entre as 15 maiores regiões de influência do país. Neste estudo, Arrais (2003) contempla os motivos da construção da “cidade-região”, destacando o potencial de consumo, a mobilidade entre núcleos e regiões do Brasil, a emergência de novos padrões de localização de atividade produtiva, o surgimento de novas espacialidades da economia brasileira. Além disso, a disposição geométrica que vai na direção dos principais eixos rodoviários é um fator relevante para a consolidação do Centro Goiano – em conjunto com Brasília (ARRAIS, 2003). A Figura 2 representa os fluxos nacionais de deslocamento para compra e vestuário e calçados, com destaque para a intensidade da rede do Arranjo Populacional de Goiânia.

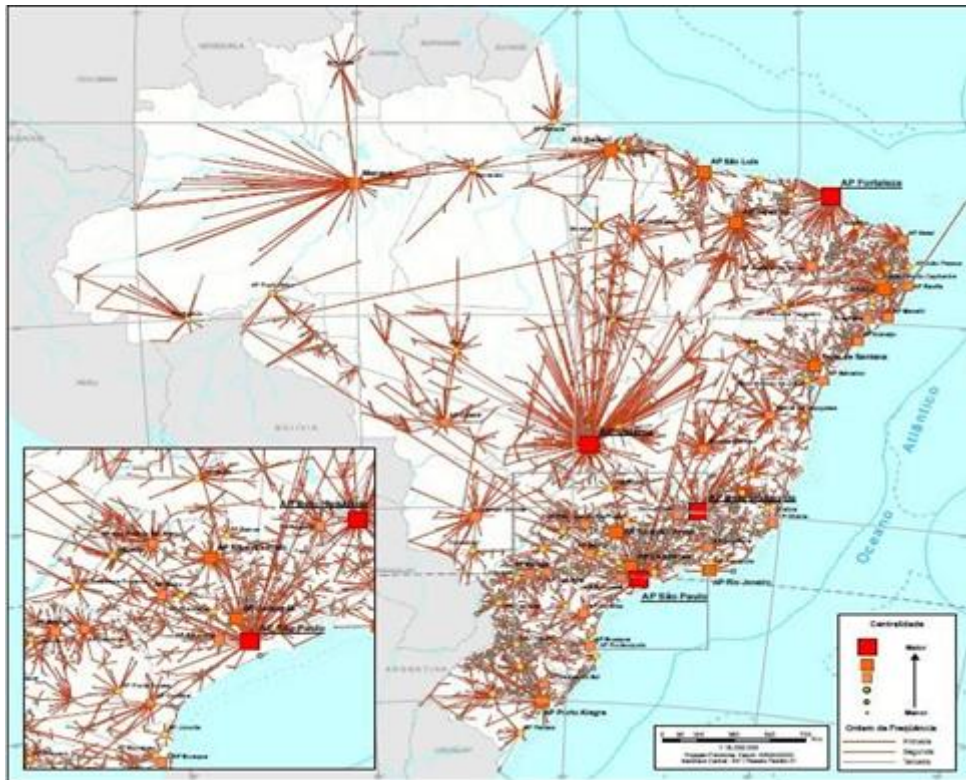


Figura 2

Deslocamentos para compras de vestuário e calçados - Brasil – 2018  
 IBGE, REGIC, 2018.

Conforme a Figura 2, parte significativa da correspondência entre a centralidade da “Região da 44” e os efeitos que ela exerce no intraurbano da cidade, é percebida no segmento do deslocamento para compra e vestuário e calçados. Os efeitos que Goiânia exerce sobre a polarização regional nos permite pensar a materialidade da regionalização como fato, conforme assevera Ribeiro (2015). Observada a proporcionalidade da região de influência, percebe-se que a “Região da 44” demarca sua rede de relações e influências, exercendo papel de centro de comando no deslocamento para compras de vestuário e calçados em todo o Brasil (REGIC, 2018, p. 87). A esta questão, Goiânia fica catalogada como Metrópole Regional, polarizando 161 cidades brasileiras. Sua influência vai para além do Estado de Goiás.

Deste modo, a “Região da 44” apresenta uma intensa organização que vai além do seu município de origem, gerando fluxos de capitais, pessoas, mercadorias e serviços de diferentes âmbitos, movimentando a economia e fortalecendo sua centralidade, e também compreende-se como uma rede complexa que explica a influência de Goiânia no contexto da região Centro-Oeste brasileira.

### A centralidades da “Região da 44”

Como demonstramos, a centralidade é a característica fundamental para definição da regionalização e construção da “Região da 44”. Percebe-se, através de diversos artigos acadêmicos, notícias de jornais e



documentos oficiais, a centralidade que a “Região da 44” exerce na atração de pessoas, mercadorias e serviços para Goiânia. Nesse sentido, e-se uma expansão do Centro Tradicional, chamada por Paula (2003) de Centro Novo ou Centro Expandido, áreas do espaço intraurbano que concentram equipamentos urbanos, promovendo a valorização da área e gerando uma centralidade polinucleada, que revelam a ação de dois agentes: o Estado e o mercado imobiliário. Por isso mesmo, a grande motivação para a proposta desta pesquisa sobre a “Região da 44” é perceber o fenômeno como uma centralidade no ramo têxtil nacional, conforme expresso na tabela 1.

**Tabela 1**

Cidades com centralidade definida especificamente por deslocamentos para compra de vestuário e calçados – 2018

RANKING	CIDADES	CENTRALIDADE TEMÁTICA (total de pessoas)
1	Goiânia/GO	1 602 206,6
2	Caruaru (PE)	944 065,4
3	Feira de Santana (BA)	720 906,5
4	Brusque/SC	568 596,7
5	Cianorte (PR)	435 995,7
6	Divinópolis (MG)	435 356,4
7	Petrópolis/RJ	410 770,3
8	Caxias do Sul/RS	389 674,5
9	Santa Cruz do Capibaribe (PE)	302 704,4
10	Toritama (PE)	294 221,4
11	Maringá/PR	291 058,9
12	Vitória da Conquista (BA)	285 558,3
13	Jaú (SP)	268 012,2
14	Imperatriz/MA	240 536,9
15	Jaraguá (GO)	235 698,8

IBGE, REGIC, 2018.

A tabela 1, retirada do REGIC 2018, traz um panorama das cidades que centralizam os deslocamentos para compra de vestuário e calçados. O Arranjo Populacional de Goiânia aparece em primeiro lugar, influenciada pela “Região da 44” nos termos do deslocamento para aquisição de vestuários, seguido ainda pela presença do município de Jaraguá (GO), comprovando a atração que essa atividade produtiva exerce em âmbito nacional, fazendo com que Goiânia polarize muitas cidades, especialmente da região Norte do Brasil. Além disso, tal centralidade também é definida pela presença de inúmeros estabelecimentos envolvidos na produção e comércio de vestuário e calçados. A “Região da 44” emprega direta e indiretamente um número relevante de pessoas, polariza uma grande quantidade de restaurantes e hotéis dependentes da circulação de pessoas da localidade (SILVA, 2017).

Nesta direção, Carlos (1999), compreende que o desenvolvimento do comércio, e conseqüentemente das cidades, tem poder de se impor

e organizar um espaço compatível com seus valores e modo de vida. Em consonância a este argumento, compreendemos que a “Região da 44” passou a ditar a organização do espaço urbano ao nível intraurbano, articulando novos fluxos que inserem Goiânia numa rede de influência do setor têxtil nacional.

Em consulta ao Google, foram contabilizados 108 hotéis registrados na localidade “Região da 44” no Google (GOOGLE MAPS, 2021) Com variados valores de estadia, alguns hotéis contam com o diferencial do traslado diretamente para o comércio, dependendo da distância com o polo comercial. Já em busca por agências de viagens, considerando a rede de influência nacional da centralidade, foi definido um raio de apenas dois quilômetros do ponto mais central da Rua 44 até a última agência de viagens presente na Avenida Contorno. Nesse raio, foram contabilizadas cerca de 100 agências registradas no Google e organizadas em seis páginas de busca do Google (GOOGLE MAPS, 2021).

O seguimento alimentício segue o mesmo caminho, a oferta de restaurantes e lanchonetes diversificados é intensa, sendo divididos em oito páginas de pesquisas do Google. Estabelecendo o raio de um quilômetro do ponto mais central do polo da 44, e considerando que clientes e lojistas não iriam mais distante que isso para consumir alimentos, estima-se 150 empreendimentos do ramo mencionado (GOOGLE MAPS, 2021).

Simultaneamente, nota-se a presença do Shopping Araguaia, que engloba em seu interior uma rodoviária e muitas das agências de viagens e restaurantes mencionados, além de oferecer aos clientes conforto e lazer. Além disso, a “Região da 44” conta com um número considerável de linhas de ônibus da Região Metropolitana de Goiânia, que tem suas rotas perpassando ruas do referido polo. Segundo o aplicativo de consulta de rotas e horários do ônibus de Goiânia, Moovit[3] (2021), existem quatro linhas que passam pela Rua 44, seis linhas que param na Praça do Trabalhador, cinco linhas para o Shopping Estação da Moda, e impressionantes 8 linhas para o Mega Moda Shopping.

Além disso, recentemente, a Prefeitura de Goiânia inaugurou uma grande obra de mobilidade para a região, conforme figura 3, favorecendo o deslocamento e dinamizando os fluxos de carros, ônibus, caminhões e pessoas. A inauguração do novo trecho da Avenida Leste-Oeste e do Viaduto da Moda Regina Pimenta Peixoto Moura, desafogam as pequenas vias do interior do comércio e oferecem maior comodidade para a circulação de pessoas no polo de moda, além de interligar importantes centralidades de Goiânia, como o polo de moda da Avenida Bernardo Sayão.



Figura 3

Trecho da Avenida Leste-Oeste e Viaduto da Moda - 2021

Prefeitura de Goiânia, 2021.

Todos estes fatores apresentados contribuem para a geração e consolidação da centralidade da “Região da 44”. Observa-se a convergência de circuitos, trajetos, segmentos comerciais, mercadorias, pessoas, culturas, equipamentos urbanos, infraestrutura e informações. Essa confluência confirma uma centralidade polinucleada determinada para a “Região da 44” e adjacências em relação ao Setor Central de Goiânia (PAULA, 2003).

A centralidade se estabelece então, pela oferta de bens e serviços especializados e na obtenção de serviços públicos, ou seja, destaca Goiânia enquanto cidade importante na oferta de bens e serviços do setor terciário. A esse fato, atenta-se à expansão da rede técnica de circulação entre Goiânia e Brasília, aumentando a capacidade de atração e concentração e proporcionando centralidade para a capital goiana. Conforme Araújo (2013), esta centralidade é o fator principal para efetivação do município como centro de gestão do território. O autor também assevera:

A capital goiana concentra um grande contingente populacional, inúmeras indústrias, escritórios, universidades, além de ser a sede dos poderes do estado. A dinâmica territorial da cidade fortaleceu os setores terciários, expandindo seu raio de atuação para além dos limites estaduais. Do ponto de vista regional, Goiânia é a grande referência na oferta de bens e serviços especializados e na obtenção de serviços públicos (ARAÚJO, 2013, p. 2).

Goiânia se consolida como centro de gestão pela sua condição de capital estadual, concentrando instituições estatais e privadas, órgãos de pesquisa e planejamento, empresas, grande população (mercado consumidor), bens e serviços altamente especializados, construindo assim uma rede de influência para outros estados. Segundo Araújo (2013), “o comércio atacadista de vestuário e acessórios também são muito evidentes em Goiânia, atraindo comerciantes do interior goiano e de outros estados como Mato Grosso, Tocantins, Pará, Bahia

e Brasília”, aqui confirma-se o papel da “Região da 44” na geração da rede de influência de Goiânia no setor terciário da economia.

Nestes termos, a centralidade da “Região da 44” é a confluência de todos os dados expostos, mas, somando-se a isso, encontra-se a originalidade e personalidade dos produtos comercializados. Os comerciantes afirmam que recebem clientes advindos do Estado de São Paulo, onde existem outros pólos de confecções relevantes do Brasil, o “Brás” e a “25 de Março”.

A “agitação” de consumidores na centralidade se sustenta na representação de que os produtos lá vendidos são também confeccionados pelas próprias lojas e não apenas reproduzem cópias de marcas famosas (“pirataria”). Para os entrevistados essa característica diferencia a ‘Rua 44’ de centralidades similares no país, como a “25 de março” em São Paulo e o “Saara” no Rio de Janeiro (GARBELIM; MARQUES; JÚNIOR, 2020).

Segundo lojista-vendedora de uma galeria da “Região da 44”, entrevistada por Garbelim, Marques e Júnior:

Aqui nós temos clientes do Maranhão, Pará, Mato Grosso, Rio de Janeiro, São Paulo. Aí eu falo gente, mas vocês vêm de São Paulo para comprar aqui. Eles falam que aqui é melhor, tem mais variedade, aqui tem fabricação própria. Lá é muito fluxo de chinês, então fica tudo meio igual. Aqui não o pessoal gosta dos modelos, dos desenhos... Por isso eles vem para cá, porque diz que a moda aqui é muito diversificada. Não posso dizer do Brasil todo, mas grande parte. Da Bahia também. – Lojista-vendedora de Galeria (entrevistada por Garbelim; Marques; Júnior, 2020).

A valorização por autonomia, personalização, produtos locais, pequenos empreendedores, trabalho da mulher (SILVA, 2017), preço baixo, qualidade e variedade são os carros-chefes da “Região da 44”. Recentemente, com os desencadeamentos da COVID-19 que afetou diversas instâncias da sociedade, a “Região da 44” passou por momentos de tensões políticas, atestadas em diversas matérias de jornais (O POPULAR, 2020). Mesmo fechado, o comércio não parou, as vendas online ganharam notoriedade e, a partir das pressões pelo relaxamento da quarentena, passaram a receber clandestinamente os clientes de diversos estados brasileiros, reforçando a influência da centralidade neste setor.

Para além das questões relacionadas à pandemia, existe também na região, divergências entre os lojistas registrados e os ambulantes, que comercializam mercadorias de menor qualidade, preço mais baixo e não pagam pelos impostos, pelo espaço e todas as demandas que registrados são intimados. No entanto, ambulantes são deslegitimados, lutam por espaço, reconhecimento, acesso a melhores condições de trabalho, enquanto lojistas apresentam prestígio e status. Esse conflito é antigo e está longe de ser solucionado, mas que reconhece a centralidade como espaço imperfeito e cheios de derivas urbanas (GARBELIM; MARQUES; JÚNIOR, 2020).

Nesse sentido, a “Região da 44” é palco de inúmeras situações plurais, conflitos, tensões políticas, lutas por espaço, circulação de ideias e informações, pessoas, capitais financeiros e concentração de recursos e aparelhos urbanos, tão comuns às centralidades que

compõem regiões complexas. Na próxima seção, será feita a correlação histórica da “Região da 44” com a Feira Hippie, que é a matriz de explicação da centralidade investigada. Essa escolha permitiu problematizar e dissecar todo o tema para que, quando chegasse o momento da explicação, diversas questões já estivessem resolvidas.

## **A relação histórica entre a Feira Hippie e a “Região da 44”**

Contar a história da “Região da 44” é debruçar-se sobre a história da Feira Hippie, considerada matriarcal para a estruturação da centralidade. Nos últimos anos, diversas mudanças aconteceram nos arredores da Feira Hippie, dentre elas, o nascimento do fenômeno comercial da “Região da 44”. O crescimento de pontos comerciais neste local é um referencial de estudo para diversas pesquisas.

Ribeiro (et.al. 2002) estudou sobre a influência da Feira Hippie no surgimento da “Região da 44”. Nossa proposta, porém, compreende que os antecedentes históricos da presença da Feira Hippie devem ser observados sob a perspectiva intraurbana, ao passo que as diversas transformações socioespaciais atuais se encaixam em novo contexto da dinâmica regional, inserindo a “Região da 44” numa rede de influência que extrapola os fluxos da rede urbana para outros níveis de articulação, incluindo aí fluxos na escala nacional.

A Feira Hippie é a matriz de intervenção do poder público que ocasionou o surgimento da centralidade da “Região da 44”. Em 1969 houve a inauguração da feira no Parque Mutirama, se deslocou para a Avenida Goiás, mudou-se para a Praça Cívica, retornou à Avenida Goiás e atualmente se encontra na Praça do Trabalhador, onde se instalou em 1995, a partir do Decreto nº 2505 de 25 de Setembro de 1995 (MAIA; COELHO, 1997). Muitos foram os fatores que impulsionaram tais deslocamentos, como o crescimento da informalidade por parte de camelôs, demanda por espaço para expansão, mobilidade urbana, organização e segurança (MAIA; COELHO, 1997).

A fixação da feira na Praça do Trabalhador em 1995, proporcionou melhor comodidade aos clientes e aos feirantes visto que o espaço disponível era bem maior. Além disso, houve a padronização da cor das lonas das barracas (azul) e distribuição das barracas por setores, 18 áreas distintas de acordo com o segmento (MAIA; COELHO, 1997). Os segmentos eram: alimentação, confecções, calçados, bijuterias, artesanatos, móveis e outros. Assim, os feirantes se organizavam e o fluxo era mais confortável para os clientes, conforme Figura 4.





#### Figura 4

Feira Hippie em Goiânia

Google imagens, 2021.

Desde a transferência da feira, o problema de mobilidade urbana no Setor Central foi parcialmente resolvido e a institucionalização de policiamento e fiscalização da feira minimizou ocorrências de furtos e pirataria, o que configurou vantagens para clientes e expositores (MAIA; COELHO, 1997). Já nesses tempos, a Feira Hippie era o principal centro de compras da capital goiana e atraiu milhares de visitantes de outras regiões brasileiras (SILVA, 2017).

A figura 5 traz alguns impactos das recentes obras de mobilidade realizadas na Praça do Trabalhador, local da Feira Hippie, e na Avenida Leste-Oeste, que agora atravessa a feira ao meio. O Setor Norte Ferroviário, antigo Setor Norte, foi planejado para ser um bairro industrial (MOTA, 2004). A partir disso, com a expansão do comércio da Feira Hippie, antigos galpões industriais tiveram seus usos ressignificados com a incorporação de seus espaços pelos comerciantes, que passaram a utilizar esses espaços para vendas de artigos de confecção em sua maioria (SILVA, 2017).



Figura 5

Obras na Praça do Trabalhador e Avenida Leste-Oeste

Google Imagens, 2022.

Esses empreendimentos organizados nos antigos galpões industriais são da iniciativa privada e, obviamente, teve apoio do poder público. De acordo com Silva (2017), “os primeiros empreendimentos que surgiram na região da rua 44 foram: Via Contorno (2000), Shopping Imperial Center (2001), Galeria Fabri (2001), Espaço da Moda (2001), Shopping Stilo (2003) e Camelódromo Centro Oeste (2007)”, impulsionados pela rede hoteleira que oferecia maior comodidade aos sacoleiros vindos de outros estados. Com a implantação de galeria de modas, a revitalização da rodoviária em Araguaia Shopping (RIBEIRO et al., 2002), a grande oferta de leitos para turistas e uma ampla rede de restaurantes, os sacoleiros passaram a substituir o sistema de “bate e volta” das viagens e começaram a ficar todo o final de semana, a espera da Feira Hippie que acontece aos domingos (SILVA, 2017).

A “Região da 44”, explicada em números, de acordo com a prefeitura de Goiânia, responde por mais de 15 mil pontos de venda e 150 mil empregos diretos, mobilizando uma cadeia produtiva da moda que abrange mais de 20 municípios goianos. São cerca de 200 mil turistas de compras por semana, sendo que no fim de ano este número salta para 600 mil pessoas. O ticket médio dos turistas de compras da região gira em torno de R\$5 mil a R\$8 mil, movimentando uma economia média mensal de aproximadamente 600 milhões de reais.

Como se não bastasse tantas transformações, a centralidade da “Região da 44” passou por uma nova reconfiguração: a inauguração do maior centro de compras da região. O fenômeno do Mega Moda

Shopping, inaugurado em 2011, mobilizou o processo de inovação das antigas galerias e dinamizou a economia e estrutura da região. O Mega Moda, localizado no quarteirão entre a Rua 44 e a Avenida Contorno, conta com 1300 lojas e 22.000 m<sup>2</sup>, apresenta amplos corredores, ar condicionado, iluminação adequada, Wi-Fi, escada rolante, segurança privada, lanchonetes internas e uma praça de alimentação. Sua estrutura se assemelha aos shoppings de varejo e compete acirradamente com o Araguaia Shopping (SILVA, 2017).

Além disso, o sucesso do empreendimento foi tão exorbitante que os investidores – donos da varejista Novo Mundo e também de galpões industriais nos arredores da Rua 44 – expandiram os negócios para além do shopping: inaugurou o Mega Moda Park (conforme figura 6), um empreendimento ainda mais moderno que o pioneiro; o Mini Moda, voltado ao segmento de vestuário infantil; o Mega Moda Hotel (um dos maiores de Goiânia), para receber os turistas e o Clube de Costura, como incentivo para os interessados no mundo da moda (Revista Shopping Center, 2019). Para mais competitividade, o complexo comercial ainda conta com uma passarela suspensa que conecta os empreendimentos.



Figura 6

Mosaico: Complexo Mega Moda, composto por Mega Moda Park, Shopping, Mini Moda e Hotel  
Google Imagens, 2021.

Essas características fazem com que a sociedade envolvida na “Região da 44” se apropriem mais e mais da cultura capitalista e do modo de acumulação de lucro e reprodução do capital (SILVA, 2017). Dadas essas condições, somadas o desenvolvimento da região, ao capital gerado, à especialização da produção e da venda e a expansão de empreendimentos como o Complexo Mega Moda, a “Região da 44” foi instituída, em 2019, de acordo com a Lei nº10.320, de 17 de janeiro de 2019, como Arranjo Produtivo Local (APL) Moda Goiânia.

O APL é composto pelos seguintes elos: indústrias de confecções, estamparia, lavanderias, facções (de montagem e acabamento), lojas de confecção (varejo e atacado), fornecedores de matéria-prima (aviamentos, tecidos),



representante comercial, transportadoras. Faz parte ainda do setor de confecção um grande número de prestadores de serviços não formalizados em atividades como bordados à máquina, manutenção de máquinas e equipamentos, bordadeiras e demais trabalhos manuais (MDIC, 2006). A integração e a interação entre os diferentes elos constituem elementos fundamentais para o funcionamento e a organização da produção/trabalho no APL (SILVA, 2017, p. 83 e 84).

A “Região da 44” é composta por 12 ruas e 2 avenidas. No entanto, em um âmbito legal, o APL de Moda Goiânia, de acordo com a Lei nº10.320, Decreto nº 1952, de 10 de novembro de 2020, é composto pelas seguintes vias:

Art. 1º Fica instituído o Arranjo Produtivo Local Moda Goiânia (APL Moda Goiânia), com disciplinamento especial para as áreas e/ou lotes formadores, delimitado conforme figura constante nos Anexos I e II deste Projeto de Lei e do qual fazem parte as seguintes vias: I - Avenida Independência; Rua 67-A; III - Estrada de ferro; IV - Rua 67-B; V - Rua José Sinimbu filho; VI - Rua 67-C; VII - Rua 67-D; VIII - Rua 68 (trecho entre a Av. Independência e a Rua 67-A); IX - Rua 69; X - Rua 300; XI - Rua 301; XII - Rua 302; XIII - Rua 303; XIV - Rua 304; XV - - Rua 305; XVI - Viela de Passagem; XVII - Avenida Contorno; XVIII - Avenida Botafogo; XIX - Rua 44; XX - Avenida Goiás Norte; XXI - Avenida Oeste; XXII - Rua 74 (trecho entre a Av. Independência e a Av. Contorno); XXIII - Avenida Bernardo Sayão.

Segundo Cardoso et al (2014, apud Silva, 2017), define um cluster ou APL, como um aglomerado de empresas do mesmo setor industrial, que funcionam em torno de uma atividade principal e possuem especialização da produção e espacialidades bem definidas. Essas empresas devem estar localizadas em um mesmo espaço, manter relações de cooperação, aprendizagem e interação. Também é composto por um mercado, faturamento, geração de empregos (diretos e indiretos) e pequenos empreendedores (CARDOSO et al, 2014 apud SILVA, 2017).

A transformação da região em APL de Moda possibilita o acesso a políticas públicas para o desenvolvimento local, facilitando a permanência e o crescimento de microempresas que predominam na região. Como se sabe, as microempresas são historicamente as que mais enfrentam dificuldades para permanecer no mercado, dadas as restrições ao acesso a canais de comercialização, financiamento, geração de tecnologia e introdução de inovações. Entretanto, “em aglomerados com especialização produtiva, é possível que elas encontrem o ambiente mais favorável de sustentabilidade e crescimento, principalmente no que tange ao aspecto inovativo.” (OLIVEIRA; LEITE, 2007, p. 697). (SILVA, 2017, p. 97).

À medida que a “Região da 44” foi crescendo e se estabelecendo, a atuação do Poder Público se tornou mais aparente. Com destaque para a transferência da Feira Hippie para a Praça do Trabalhador, os incentivos para a iniciativa privada investir na inauguração de galerias, a infraestrutura do Setor Norte Ferroviário para receber os clientes e a recente instituição do APL. Também podem ser destacadas as atuações de instituições de capacitações como o Serviço Social da Indústria (SESI), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

que tem papel relevante na profissionalização de mão de obra para trabalhar no APL (SILVA, 2017).

Atualmente, a “Região da 44” se configura como um centro de comércio popular (CCP), com destaque para o setor de confecções e produção independente e autoral (SILVA, 2017). A região também conta com a Associação Empresarial da “Região da 44” (AER-44), que representa os grupos empresariais e investidores, funciona como uma Ouvidoria para as demandas da região e tem como objetivo fortalecer as relações entre os atores comerciais da centralidade. A AER- 44 pressiona os poderes públicos, como o Estado e a Prefeitura, a investirem na região e promover desenvolvimento ao que lhes compete, como segurança, mobilidade urbana e centros de capacitação profissional. Ainda nesse recorte, a AER-44 também cobra posicionamentos e fiscalização mais efetiva para com a questão da informalidade na região, que é uma característica muito presente e foi brevemente explorada nos conflitos e tensões da centralidade (SILVA, 2017).

Considerando a importância econômica da centralidade para o município de Goiânia, percebe-se a complexidade das relações existentes na “Região da 44”, visto que desde sua origem, sua história é marcada por conflitos e demandas por posicionamentos da Gestão Pública. Mais recentemente, o reconhecimento dado a essa região foi mais visível para que o seu desenvolvimento fosse mais “efetivo”.

## Considerações finais

As categorias geográficas são conceitos importantes e funcionam como ferramentas de análise do espaço geográfico sob diversas óticas. Ao tentar categorizar um determinado fenômeno, deve-se elencar uma série de elementos geográficos capazes de identificar as propriedades inéditas (ou não) daquele espaço. Nos estudos sobre a “Região da 44”, a categoria mais evidente é a centralidade. Sendo assim, define-se a “Região da 44” como uma centralidade intraurbana, de relevância econômica, com predomínio da atividade de comércio e serviços do setor têxtil, que influencia e interage para com outros níveis da hierarquia urbana.

Para além dos efeitos da centralidade sobre o espaço intraurbano de Goiânia e suas influências, destaca-se que a “Região da 44” funciona como nó da rede urbana, articulando, a partir da atividade têxtil, o setor terciário têxtil da economia goianiense, com destaque para os bens e serviços da capital. Sendo assim, Goiânia, além de atrair migrantes dos mais diferentes estados do Brasil, exerce ainda uma polarização regional que repercute sobre o setor de confecções devido ao comércio atacadista de vestuário, contrastando inclusive com estados mais dinâmicos da indústria têxtil, como é o caso de São Paulo. Ao debruçarmos sobre essas relações de causa e efeito entre a centralidade da “Região da 44” e a polarização regional de Goiânia, demonstramos que a aglomeração de comércio e serviços impressas na paisagem da cidade, articulam a capital do Estado de Goiás com as demais regiões do Brasil.



Por fim, a caracterização geográfica da “Região da 44”, a reconstituição de sua história, a sua sobreposição sobre a Feira hippie, as vantagens locacionais decorrentes da sua posição geográfica às margens da Avenida Leste-Oeste e do Terminal Rodoviário de Goiânia, dão relevo ao papel que a ciência geográfica tem para ler a dinâmica espacial analisada. Fica ainda como agenda para futuras pesquisas, a demonstração dos fluxos de origem e destino das vendas de atacado e varejo, os efeitos comerciais decorrentes da pandemia, não identificados na metodologia do REGIC (2018) sobretudo com afluxo de vendas pela internet entre outros temas, que brotam no cotidiano da área investigada.

## **Agradecimentos**

Esse estudo foi financiado em parte pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES). LSC é vinculada como bolsista CAPES.

## Referências

- ARAÚJO, L. de C. Goiânia e a rede urbana regional: algumas considerações sobre centralidade e gestão do território. *Observatorium: Revista Eletrônica De Geografia, Uberlândia*, v. 5, n. 15, p. 87-106, 2013. Disponível em: . Acesso em: 28 jun. 2023.
- ARRAIS, T. A. Entre a rede urbana e a cidade-região: o que há de novo no centro goiano? ANAIS do X ENA – Encontro Nacional da ANPUR, 5, 2003, Belo Horizonte. *Anais [...]*, Belo Horizonte: ANPUR, 2003. p. 1-21.
- BELTRÃO SPÓSITO, M. E. Novas formas comerciais e a redefinição da centralidade intra-urbana. In: \_\_\_\_\_ (Org). **Textos e Contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: [s.n.]. 2001.
- CARLOS, A. F. A. **A cidade**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 1999.
- CONTEL, F. B. Os conceitos de região e regionalização: aspectos de sua evolução e possíveis usos para a regionalização da saúde. *Saúde Soc.* São Paulo, v. 24, n. 2, p. 447-460, 2015. Disponível em: . Acesso em: 28 jun. 2023.
- CORRÊA, R. L. **Trajetórias Geográficas**. Prefácio Milton Santos. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- FRÚGOLI JR. H. A questão da centralidade em São Paulo: o papel das associações de caráter empresarial. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 16, p. 51-66, 2001.
- GARBELIM, M. S.; MARQUES, R. S.; JÚNIOR, C. R. B. S. Organização e práticas socioespaciais na centralidade da 'Rua 44' em Goiânia-GO. *Revista Caminhos da Geografia*. Uberlândia, v. 21, n. 73, p. 458-476, 2020.
- GOMES, P. C. C. O conceito de região e sua discussão. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Regiões de Influências das Cidades 2018 - REGIC**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.
- LEFEBVRE, H. **Espaço e política**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2008.
- MAIA, C. E. S.; COELHO, T. O. O comércio varejista periódico no espaço urbano contemporâneo: um estudo da Feira Hippie. *Boletim Goiano de Geografia, Goiânia*, v. 17, n. 2, p. 1-26, jul./dez., 1997. Disponível em: . Acesso em: 28 jun. 2023.
- MOTA, J. **Planos diretores de Goiânia, década de 60: a inserção dos arquitetos Luís Saia e Jorge Wilhelm no campo do planejamento urbano**. EESC/USP. 2004.
- NASCIMENTO, D. P. **Transformações territoriais em Goiânia: o cluster da 44**. 2017. 76 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e

- Planejamento Territorial), Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2017.
- PAULA, F. M. de A. Descentralização e Segregação Sócio-Espacial em Goiânia: uma análise da Centralidade dos Setores Bueno, Oeste e Marista. 2003. 202 f. **Dissertação** (Mestrado em Geografia) – Instituto de Estudos Sócio-Ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2003.
- PAULA, F. M. de A.; CORREA, E. A. L.; PINTO, J. V. C. O Papel do Setor Campinas na Formação da Centralidade Polinucleada de Goiânia. In: **ENCONTRO REGIONAL DE GEOGRAFIA**, 9.; 2005, Porto Nacional. Anais em CD-ROM do IX EREGEO. Porto Nacional: UFTO, 2005a.
- PAULA, F. M. de A.; CORREA, E. A. L.; PINTO, J. V. C. Centralidade Polinucleada: uma análise dos subcentros populares de Goiânia – o caso do Setor Campinas. In. **SEMINÁRIO de INICIAÇÃO CIENTÍFICA** da UEG, 3.; 2005, Anápolis. **Anais em CD-ROM do III Seminário de Iniciação Científica da Universidade Estadual de Goiás – 19 e 20 de Outubro – UEG/Anápolis – GO**, 2005b.
- PEREIRA, A. L. S. Reflexões sobre o fenômeno da “centralidade” a partir do quadro teórico da “Antropologia da Cidade”. Ponto Urbe [Online], São Paulo, v. 11, p. 1-18, 2012. Disponível em: . Acesso em: 28 jun. 2023.
- RIBEIRO, A. C. T. Regionalização como fato e ferramenta. In: LIMONAD, E. HAESBAERT, R.; MOREIRA, R. (Org.). **Brasil, século XXI por uma nova regionalização. Agentes, processos, escalas**. Org. Rio de Janeiro: Letra Capital Editora, 2015.
- RIBEIRO, C. S.; BARROS, A. R.; FELÍCIO, A. M.; JÚNIOR, M. M. Mudanças no uso do solo urbano no entorno da feira hippie em Goiânia – GO: o caso da rua 44. XIII Encontro Nacional de Geógrafos, 13, 2002, João Pessoa. **Anais [...]**, João Pessoa: AGB, 2002. p. 1-9.
- SILVA, S. M. **Trabalho, gênero e identidade no setor de confecção no município de Goiânia-GO: O Polo da região da Rua 44** [manuscrito] / Selma Maria Silva. – 2017.
- SOJA, E. W. **Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 323p.
- VILLAÇA, F. **Espaço Intra-Urbano no Brasil**. São Paulo. Studio Novel: FAPESP: Lincoln Institute, 1998.

## Notas

- Sites:** DIÁRIO OFICIAL DE GOIÂNIA, 2019. Lei nº 10.320, de 17 de janeiro de 2019. Institui o Arranjo Produtivo Local de moda Goiânia. Disponível em: <<https://www.goiania.go.gov.br/html/>

- gabinete\_civil/sileg/dados/legis/2019/lo\_20190117\_000010320.html>. Acesso em: 18 mai. 2021.
- GOIÂNIA, Prefeitura Municipal de. Maior pólo de empregos da capital reabre com série de protocolos. Disponível em: <<https://www.goiania.go.gov.br/maior-polo-de-empregos-da-capital-reabre-com-serie-de-protocolos/>>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- GOIÂNIA. Decreto nº 1952, de 10 de novembro de 2020. Regulamenta a Lei nº 10.320, de 17 de janeiro de 2019 que institui o Arranjo Produtivo Local Moda Goiânia (APL Moda Goiânia). Disponível em: <[https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete\\_civil/sileg/dados/legis/2020/dc\\_20201110\\_000001952.html](https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2020/dc_20201110_000001952.html)>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- O POPULAR. Coronavírus: Região da 44 em Goiânia segue fechada; feirantes reclamam e ameaçam fazer protesto. Goiânia: O Popular – Cidades, 25/04/2020. Disponível em: <<https://opopular.com.br/cidades/coronavirus-regi-o-da-44-em-goiania-segue-fechada-feirantes-reclamam-e-ameacam-fazer-protesto-1.2042028>>. Acesso em: 13 dez. 2020.
- O POPULAR. Caravanas burlam restrição na Rua 44, em Goiânia. Goiânia: O Popular – Economia, 28/08/2020. Disponível em: <<https://opopular.com.br/economia/caravanas-burlam-restric-o-na-rua-44-em-goiania-1.2110548>>. Acesso em: 13 dez. 2020.
- REVISTA SHOPPING CENTER. Grupos Mega Moda investe em nova expansão. 01/08/2019. Disponível em: <<https://revistashoppingcenters.com.br/empreendedor/grupo-mega-moda-investe-em-nova-expansao/>>. Acesso em: 18 mai. 2021.
- MEGA MODA SHOPPING. Mega Moda, o shopping. Disponível em: <<https://www.megamodashopping.com.br/shopping/>>. Acesso em: 18 mai. 2021.
- MEGA MODA. Institucional. Disponível em: <<https://www.megamoda.com.br/quem-somos-PaGS/institucional>>. Acesso: 10 jun. 2021.
- MOOVIT. Disponível em: <[https://moovitapp.com/index/en/public\\_transit-Goiania-1482](https://moovitapp.com/index/en/public_transit-Goiania-1482)>. Acesso em: 17 mai. 2021.
- [1] A expressão “Região da 44” adotada neste artigo refere-se à forma popular atribuída à área estudada. Embora a expressão esteja ancorada na categoria geográfica, adotamos a termo com ressalvas deixando-o, entre aspas (“.”) pois não se trata de um recorte administrativo ao nível municipal e não tem lastro na literatura especializada. Contudo, visando valorizar o termo pela qual a área estudada é conhecida, mantivemos a expressão no título e no corpo do texto.
- [2] Tal centralidade pode ser atestada no contexto da pandemia da COVID-19, dada a pressão que os lojistas e comerciantes exerceram sobre o relaxamento do lockdown. Como pôde ser observado em diversas reportagens, assim destacou o Jornal O Popular em abril de 2020, “Região da 44 em Goiânia segue fechada; feirantes reclamam e ameaçam fazer protesto”, e também sobre os grupos que burlam as normas de reabertura do comércio, como na reportagem de agosto de 2020, que diz “Apesar da proibição, grupos de compradores de fora apelam a estratégias como estacionar os ônibus em ruas próximas e

hospedagem em hotéis afastados”. Em certa medida, o contexto das políticas de isolamento social repercutiu sobre o modo de funcionamento da “Região da 44”, transformando o modo de comercializar e se relacionar ao nível deste recorte escolhido.

[3] Moovit App é um aplicativo de mobilidade urbana que permite planejar viagens no transporte coletivo de sua cidade, conferir horários e rotas. Pertence a uma empresa israelense de mobilidade como um serviço. Atualmente ele está disponível para as plataformas iOS e Android e na web. Desde 2020, a empresa é uma subsidiária da Intel. (MoovitApp, 2021).

**Letícia Sousa Corre** É Graduada em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente é Mestranda em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA) da Universidade Federal de Goiás (UFG) e Professora da rede particular em Goiânia.

Endereço: Av. Esperança, s/n – Campus Samambaia, CEP 74001-970, Goiânia, GO, Brasil.

**Leandro Oliveira de Lima** É Graduado em Geografia pela Universidade Estadual de Goiás (UEG), Mestre e Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente é Professor Efetivo do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA) na Universidade Federal de Goiás (UFG).

Endereço: Av. Esperança, s/n – Campus Samambaia, CEP 74001-970, Goiânia, GO, Brasil.