

# O PLANEJAMENTO DA CIDADE E A FORMAÇÃO DO CENTRO URBANO DE PALMAS<sup>1</sup>

Eliseu Pereira de Brito<sup>2</sup>

## Resumo

A cidade de Palmas foi criada no ano de 1989, pós-concretização da criação do Estado do Tocantins no dia 5 de outubro de 1988. A construção da cidade foi baseada em um plano modernista. Por meio de uma leitura sobre a sua ocupação possibilitou dividirmos a formação do centro de Palmas em duas fases: a primeira de cidade canteiro de obra, onde, o centro principal localizava-se em um bairro chamado de Taquaralto, a 16 km da área planejada para ser o centro principal. A segunda fase foi chamada de cidade consolidada, onde, o centro comercial estruturou-se na área projetada do centro de Palmas, possibilitando uma centralidade da mesma na rede urbana regional.

**Palavras Chave:** Cidade Planejada, Planejamento Urbano, Centro Urbano

## Abstract

The city of Palmas was created in the year of 1989, after of the creation of the State of the Tocantins, in the day 5 of October of 1988. The construction of the city was based on a modern plan. Through a reading on his occupation was possible we divided the formation of the center of the city in two phases: the first one of the city of the civil construction, where, the principal center of Palmas was located in a district called of Taquaralto to 16 km of the place planned to be the principal center. The second phase was called of consolidated city where the commercial center was structured in the projected area of the center of Palmas making possible centrality of same in the network of urban and regional.

**Keywords:** Planned city, Urban Planning, Urban Center

---

<sup>1</sup> Trabalho de pesquisa desenvolvido junto ao Núcleo de Estudos Urbanos, Agrários e Regionais da Universidade Federal do Tocantins.

<sup>2</sup> Mestre pela Universidade Federal da Grande Dourados, Professor da Universidade Federal do Tocantins, Pesquisador do Núcleo de Estudos Urbanos, Agrários e Regionais da Universidade Federal do Tocantins. Trabalho financiado pela CAPES. pereiradebrito@gmail.com

## **Introdução**

O Estado do Tocantins foi criado a partir da divisão do Estado de Goiás no ano de 1988. Pós-concretização do clamor popular do Norte Goiano em ter conquistado a criação do Tocantins, a cidade de Palmas foi criada na porção central deste Estado.

Cidades como Araguaína, Gurupi e Porto Nacional lutaram para ser a capital do Tocantins, mas por decisão das autoridades da época, a capital do Estado deveria ser construída em umas fazendas na Depressão Tocantins. Norteou a construção da cidade um plano urbanístico “inventado” rapidamente, uma nova cidade planejada com um estilo “pós-moderno” em seu projeto, ou um modelo conservador aos moldes do projeto desenvolvimentista de Brasília.

O local escolhido para a construção da cidade foi o centro do Estado do Tocantins, no município de Porto Nacional. Uma localização justificada pelo isolamento que essa região sofria desde a crise econômica da produção do ouro, área que vinha tendo baixa ocupação de suas terras.

Pensar em uma nova capital passou a exigir um projeto de cidade que tivesse o papel de irradiar um novo tempo, transmitido nos discursos do então governador. O objetivo mais importante desse processo estava direcionado para a formação de um mercado consumidor e produtor, capaz de viabilizar um parque industrial no Tocantins.

Em nossas análises, a cidade se divide em dois momentos importantes: o primeiro vai até o ano de 2000, o qual chamamos de cidade canteiro de obras (BRITO, 2006). Após essa etapa de construção, consolidou-se na rede urbana uma cidade com uma dinâmica econômica que, de certa forma, possui uma centralidade econômica e ideológica, o que entendemos como uma cidade com papéis geoeconômicos.

A partir dessas considerações, propomos analisar os processos de criação e ocupação de Palmas e sua consolidação, entre a armação do concreto e a formação ideológica de capital regional do Tocantins.

O estudo do centro comercial de Palmas é parte de pesquisas que realizamos sobre a cidade. A partir de uma leitura da história da ocupação da cidade tornou-se possível identificar pontos sobre a formação de seu centro comercial, que foi o foco principal de nossa análise neste trabalho.

## **1.- Algumas leituras sobre a formação e o conceito de centro**

Para Villaça (2001, p. 237), “o centro é centro porque ali estão o grande comércio e as sedes das grandes instituições”. Se buscar entender o centro como um ponto de orientação que visa o suprimento das necessidades materiais e imateriais, o centro urbano não é apenas o local da concentração do comércio e do sistema financeiro, mas, o local onde as atitudes e anseios de grupos se realizam por meio da prática socioespacial.

Segundo Montessoro (2006, p. 47), os centros

passam pela análise das questões sociais, pois não podemos caracterizar o centro urbano apenas pelas formas que agrupa, pelas funções que se desenvolvem de acordo com esses agrupamentos ou somente pela expressão da simbologia que lhe dá o caráter de centro. É preciso analisar os grupos sociais e as relações entre a própria cidade e a sociedade. Assim, o mesmo pode ser entendido como uma área de maior acessibilidade no interior das cidades, que concentra e dispersa para se concentrar novamente em outras áreas.

O centro é por excelência o local da reprodução do capital, onde se realiza a venda/compra/troca de mercadorias. Local em que a interação entre as pessoas em muitos casos sai do plano pessoal e passa para uma virtualidade, tendo a mercadoria e seu preço como interesse maior. Vale ressaltar, que esta análise respalda-se em um olhar sobre uma cidade planejada para ter seu centro com funções bem definida, não podendo generalizar para todas as cidades. Em muitos centros que possui seu símbolo maior a igreja e uma praça, outras questões devem ser levadas em consideração, como o encontro e o desencontro das pessoas nos espaços centrais com interesse religioso.

Entendemos o centro como de troca e símbolo, local por excelência na cidade que desempenha um papel de concentração das funções de prestações de serviço e comércio, atraindo um contingente de pessoas que vai vender ou comprar força de trabalho ou mercadorias.

Neste norte, nossa análise se reporta ao cotidiano, possibilitando entender a dinâmica do centro como um espaço do consumo, ligado de certa forma ao consumo do espaço intermediado pela mercadoria, o que incide sobre a reprodução capitalista do espaço numa relação de competitividade e de complementaridade.

O centro pode ser entendido como local da apropriação, no intuito da dominação do espaço como mercadoria, na dinâmica econômica estabelecida por uma relação entre a mercadoria e o consumidor, direcionando o processo para a lógica da (re)produção do capital, onde, as atividades se desenvolvem e os espaços se (re)produzem. Nesta lógica, a apropriação

permeia pelo valor de uso dos espaços através das relações entre os atores envolvidos no processo de construção urbana, pelo valor de troca a partir da compra e venda dos espaços.

A centralidade de uma cidade tem em sua lógica de organização o consumo. A multiplicação de áreas centrais forma novas centralidades e tem em sua essência, a dinâmica do comércio na cidade.

Outro processo organizacional da cidade tem sido os sub-centros, que possui as mesmas características dos centros, porém, com menor quantidade ou inexistência de certas atividades. Para Beltrão Spósito (1991, p. 10), o centro possui

atividades voltadas para um público mais restrito, funcional ou economicamente (como exemplo, livrarias especializadas, galerias de arte, oficinas de confecção de calçados sob medida, etc.) estavam localizadas predominantemente no centro principal; a partir da década de 80, estas atividades têm procurado novas localizações, ou em função do aumento do preço da terra no centro e/ou porque o público ao qual se destinam já não circula com tanta frequência nesta área.

Os centros se caracterizam ou se reafirmam por meio dos fluxos, que não transferem para outros locais, o que expressaria novos eixos de centralidade, cuja expansão do tecido urbano e o conseqüente surgimento de novos equipamentos comerciais e de serviços, permitiriam criar e recriar novos nós de circulação em decorrência dos novos papéis do centro urbano.

Para Gottinier (1993), as inovações tecnológicas dos transportes impulsionaram uma maior diferenciação na mobilidade das pessoas pela cidade. O centro não é acessível a todos na cidade, somente parte da população com poder de locomoção usufrui da vida nestes locais.

Sendo o centro a área de consumo, torna-se conflitante, pois o valor de uso é negado, prevalecendo em sua ampla organização apenas o valor de troca. O fetiche da mercadoria do centro faz com que, os espaços centrais sejam valorizados pelo menor custo de transporte e maior assistência comercial.

## **2.- A criação e o planejamento de Palmas**

Palmas foi a última capital planejada do Brasil no século XX. Um projeto com traços arquitetônicos “pós-modernos” e faraônicas construções no cerrado setentrional, a capital se tornou um baluarte do poder geoeconômico que emergia no Tocantins. Tinha o princípio de proporcionar a consolidação do Estado, e também um novo tempo para a política regional.

Palmas foi uma cidade criada em meio ao movimento social pró-Reforma Urbana, que ganhou importância nos Artigos 182 e 183 da Constituição Federal de 1988. Na cidade, a proposta “inovadora” da lei foi rompida, surgindo assim, em meio ao cerrado tocantinense,

Palmas, uma cidade cheia de utopias no plano “ideal” e marcada pela ausência de cidadania no plano real.

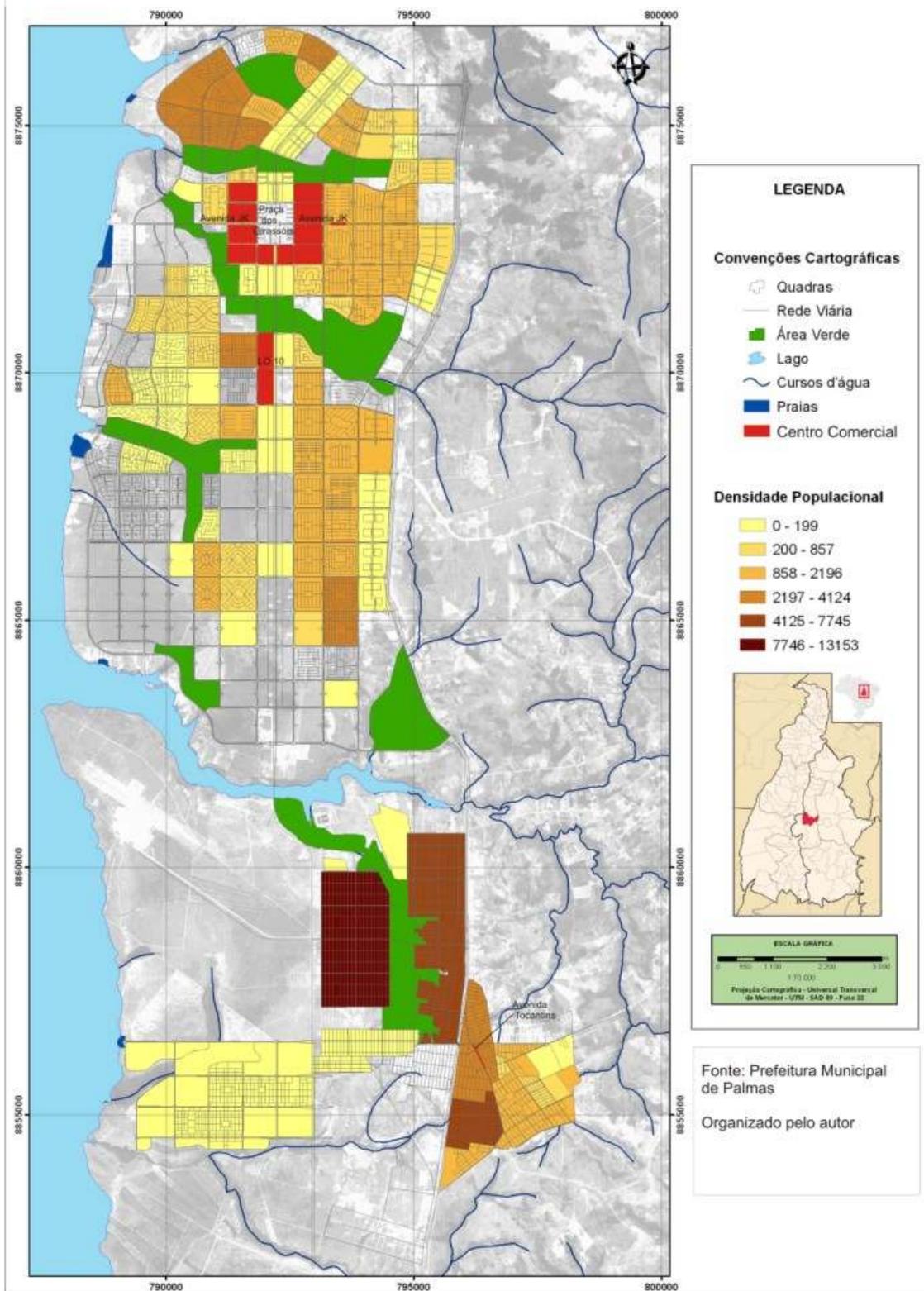
Apesar de ser uma cidade planejada, não fugiu a regra da especulação imobiliária, tornando-se um espaço dominado por intervenção política contraditória. Este processo proporcionou poder cada vez maior ao Estado que passou a controlar a ocupação da cidade, o que de sobremaneira seria positivo se não tivesse tido a interferência partidária ideológica, acrescentada a um desfalque nos recursos financeiros possibilitando uma ocupação especulativa e rarefeita na cidade, conforme pode ser observado no mapa abaixo.

O poder público estadual por meio das desapropriações possuía a maior parte das terras na área delimitada pelo Plano Diretor. Mesmo sendo uma cidade planejada, a venda dos lotes ocorreu sem prévio planejamento provocando uma ocupação dispersa e segregada.

### **3.- O centro urbano de Palmas**

Conforme o princípio 4 do Plano Básico de Palmas, ficou reservado no planejamento da cidade um importante centro com funções cívicas e comerciais. Este direcionamento planejado da produção da área central da capital tem proporcionado a configuração da Praça dos Girassóis e das ACNO (Área Comercial Norte Oeste) I, 11, ACNE (Área Comercial Norte Leste) 1, 11, ACSO (Área Comercial Sul Oeste) 1, 11 e ACSE (Área Comercial Sul Leste) 1, 11 como o centro urbano da cidade.

**Figura 01: Densidade Popacional e o Centro Comercial de Palmas**



O centro administrativo estadual (Praça dos Girassóis) tem um foco de convergência de todos os pontos cardeais da cidade, em uma encruzilhada formada pela Avenida JK e pela

Avenida Teothônio Segurado, que são as duas vias principais de circulação da cidade. Eixos pelos quais proporcionam um cartão postal, tendo sobre estes o seu principal corredor de transporte intra-urbano. Por ser um ponto geograficamente estratégico, a Praça dos Girassóis tornou-se um símbolo do esplendor da construção de Palmas (Novo Eldorado da Amazônia).

O centro financeiro e comercial em contrapartida começou a tomar força após o ano 1994. Isso se deve a aglomeração em prédios próprios das instituições financeiras, em sua maioria na Avenida JK, próximo a Praça dos Girassóis e restritamente no sentido leste da capital.



**Figura 02:** Caixa Econômica Federal na Avenida JK

Segundo Brito (2005), se comparar o fluxo de pedestre nesta área com qualquer outra área da cidade, o número é três vezes maior, proporcionando ao local à dinâmica do centro financeiro principal da cidade de Palmas e valorizando consideravelmente o local e seu entorno. Tratando sobre esta questão, Corrêa (1989) afirma que:

em razão de suas vantagens locacionais, o preço da terra e dos imóveis é aí o mais elevado. Isto leva a uma seleção de atividades. Localizam-se na Área Central aquelas que são capazes de transformar custos locacionais elevados e ampla acessibilidade em lucros maximizados: são atividades voltadas para um amplo mercado nacional, regional ou abrangendo toda a cidade. As outras atividades, que não requeriam nem suportavam uma localização central, localizavam-se fora da área central (CORRÊA, 1989, p. 40).

A segunda área, localizada no sentido oeste, não possui a mesma dinâmica financeira da área leste, possui apenas uma agência do Banco do Brasil e uma agência do Unibanco. Sua principal dinâmica está concentrada sobre o comércio de papéis e hotelaria. Vale ressaltar,

que tanto o lado leste como o oeste, possuía dois centros comerciais principais da cidade. Na ACNO (Área Comercial Norte Oeste) I, o Centro Comercial Turim, que até 1996 foi um dos principais centros comerciais da cidade. Possuindo pequenas lojas agrupadas em um único prédio, possibilitava as compras da população palmense espalhada pelas quadras do sul e do norte do Plano Básico que não queriam se deslocar até Taquaralto devido o diferencial do valor contido na passagem do coletivo.

O desenvolvimento comercial deste centro foi proporcionado em grande parte pelo agrupamento de trabalhadores em barracos de madeiras construídos nas quadras: ACNO 1, 11, ACSU-NO (Área Comercial e Serviço Urbano Norte Oeste) 10, ACSU-NE (Área Comercial e Serviço Urbano Norte Leste) 10 e ACNE 11, que conforme dados do IBGE (1991) citado por Brito (2005), respectivamente estas quadras possuíam 1.359 pessoas. Os moradores da ACSU-NO 10 e ACSU-NE 10 todos estavam morando provisoriamente no local, pois, esta área era destinada aos estabelecimentos públicos federais.

O Centro Comercial Wilson Vaz até o ano de 1996, foi o principal sub-centro comercial do Plano Básico da cidade de Palmas. Após esta data, principalmente com a instalação do Palmas Shopping e do Free Shopping, a decadência deste centro foi inevitável, chegando em 2006 como um local pouco frequentado.

A generalização na oferta de mercadorias proporciona aos *shoppings* um papel de centro terciário dentro da cidade, não deixando ocorrer tendências especializadas em pequenas variedades de produtos, mas, diversificando sua oferta, o que proporciona um “menor número de viagens que um consumidor precisa fazer para ter todas suas necessidades atendidas” (VILLAÇA, 2001, p. 303).

A localização estratégica do Palmas Shopping próximo ao centro administrativo e financeiro da cidade proporcionou uma dinâmica comercial. Vale ressaltar, que Palmas ainda não possui pluris centros comerciais consolidado na área do Plano Básico, o que existe são áreas de desdobramento do centro financeiro estrategicamente planejada e, sub-centros em formação.



**Figura 03:** Palmas Shopping Center

As áreas compreendidas pelas quadras ACSU-SO (Área Comercial e Serviço Urbano Sul Oeste) 40, ACSU-SO 50 (figura 01) vem se especializando na área da saúde, dois dos principais hospitais particulares da cidade: Hospital Wosvald Cruz e Hospital Cristo Rey localizam-se neste local, assim como, várias clínicas vêm proporcionando a esta área uma centralidade especializada na saúde (figura 04), tornando assim, uma das únicas áreas de desdobramento da cidade.



**Figura 04:** Espaço Médico na ACSU-SO 40

Na área sul de Palmas, compreendendo os loteamentos de Taquaralto e Aurenys, concentra-se ao longo da Avenida Tocantins um sub-centro comercial. Segundo Brito (2005), a dinâmica do comércio varejista de tecidos desta região fez com que a Avenida Tocantins nos primeiros anos da construção de Palmas tornasse o sub-centro comercial principal da cidade.

Com a ocupação mais intensa da área do Plano Básico provocada pela invasão das ARNO (Área Residencial Norte Oeste) e o loteamento das ARSO (Área Residencial Sul Oeste), esta dinâmica se dispersou e, a centralidade da Avenida Tocantins perdeu forças, proporcionando o surgimento de outros sub-centros comerciais pela cidade.

#### **4.- A consolidação do centro na área planejada da cidade**

Construída sobre um plano “pós-moderno”, com uma receptividade ao capital monopolista das incorporadoras imobiliárias, Palmas teve mais objetivos econômicos e políticos do que sociais.

O processo da construção do centro urbano de Palmas está se dando gradativamente. Até alguns anos atrás não era possível afirmar que o centro planejado da capital correspondia ao centro urbano. Isso se dava pelo processo indefinido da organização das funções econômicas, financeiras e administrativas que esta área possuía.

A ocupação rarefeita do espaço urbano da cidade permitiu um espalhamento da população pelas mais diversas áreas do Plano Básico e da região de Taquaralto e Aurenys (hoje chamada de Região Sul de Palmas), área pela qual ainda não havia sido planejada, pois correspondia a reserva de solo para futuras expansões urbanas.

Segundo Brito (2005), este processo correspondeu a uma condução segregativa pré-idealizada pela política urbana criada no planejamento da cidade e pelos gestores políticos e, por outro lado, também ocorreu involuntariamente as decisões políticas do poder estadual em exercício, quando tratamos das invasões de algumas áreas.

O investimento na construção das infraestruturas da cidade nos primeiros anos ou período denominado de primeiro ciclo da cidade, os dez primeiros anos - “canteiro de obras”, foi alto. Neste período, a população de Palmas conheceu um dos mais caro e dispendioso custo de vida das cidades brasileiras. A extensão urbana da área da cidade dividida pela população era/é uma contradição, quadras razoavelmente ocupadas uma distante da outra inviabilizava o transporte coletivo e a falta de infraestrutura, principalmente para a população

de baixa renda que já formava a periferia da cidade, população que mais precisava do transporte público.

Nesta lógica, a estrutura comercial tornou-se também dispersa e sem uma área estruturada para responder como o centro urbano. Este dilema durou alguns anos, sendo rompido com a aglomeração das instituições financeiras, das lojas de eletrodomésticos e materiais de construção civil na Avenida JK, em seu percurso correspondente as quadras ACNE (Área Comercial Norte Leste) 1 e ACSE (Área Comercial Sul Leste) 1, o que possibilitou o centro planejado começar a ter uma dinâmica de centralidade sobre as demais áreas comerciais dispersa sobre a cidade e, até sobre a Avenida Tocantins em Taquaralto.

O que nos chamou atenção neste processo é que a política de comercialização no Brasil no final da década de 1980, já estava voltada para os shoppings e a cidade construída sobre os caprichos de uma arquitetura modernista absorveu um processo dos já ultrapassados, que são os centros comerciais.

Neste sentido, os processos produtores de uma cidade se dão por uma temporalidade que obedece a própria dinâmica da construção espacial. A transformação da natureza em um espaço antrópico, mesmo sendo em uma cidade planejada, levaria tempo, o que permitiria no primeiro estágio apenas a construção de centros comerciais, reservando os espaços mais elitizados para o segundo estágio que já era o da cidade com seus traçados formados.

O primeiro *shopping* de Palmas – Palm Blue Shopping foi inaugurado no dia 24 de outubro de 1996, e o segundo, no dia 19 de novembro de 1996. Fazendo uma análise sobre este processo, pode-se observar que passaram mais de seis anos para que a cidade recebesse os primeiros *shoppings*, ano em que as áreas do chamado Plano Diretor já demonstrava uma razoável ocupação por moradias definitivas, substituindo os velhos barracões usados pelos construtores dos edifícios públicos e, as vias centrais já estavam asfaltadas possibilitando um melhor tráfego à área central da cidade. Conforme Santos (1996),

um grande supermercado ou um shopping center seriam incapazes de existir se não fossem servidos por vias rápidas, estacionamentos adequados e acessíveis, sistemas de transportes públicos com horários regulares e conhecidos e se, no seu próprio interior, as atividades não estivessem subordinadas a uma coordenação (SANTOS, 1996, p. 175).

Foi a partir do ano de 1995 que uma outra migração começou a chegar em Palmas, o que proporcionou uma nova forma de apropriação da cidade, pois, os trabalhadores da construção civil em sua maioria já estavam relocados para a região de Taquaralto e para a Vila Independência e, a população que começava a chegar em Palmas era pessoas com poder aquisitivo melhor e mais exigentes. Tratando sobre este assunto Villaça (2001), afirma que:

quanto mais homogêneo o espaço, como nas metrópoles médias americanas, mais difícil a escolha do ponto para um shopping centers, dificultando a escolha do ponto. Quanto mais desiguais o espaço urbano e a distribuição territorial da renda, como nas metrópoles brasileiras, menos difícil a escolha dos pontos (VILLAÇA, 2001, p. 304).

Com heterogeneidade que foi criada na cidade decorrida pela forma conturbada de sua ocupação, tendo um contingente maior da população de poder aquisitivo morando mais na área centro-sul, os *shoppings* não tiveram tanta dificuldade para escolher o local. É para esta população que os shoppings foram construídos, pois os centros comerciais já não permitiam tal oferta.

Outro fator importante que deve ser levado em consideração trata-se da origem de tais pessoas, porque isto influenciou na vida cotidiana. Para tanto, com a formação do quadro de funcionários do Estado por meio de concurso público, possibilitou que estas vagas fossem preenchidas por indivíduos vindos dos grandes centros urbanos e, foram estas pessoas que procuraram mais os *shoppings* pelo costume que já possuíam em suas cidades, em detrimento das pessoas remanescente de cidades interioranas, que na maioria tinha hábitos muito ligados ao campo.

Com este processo, o declínio do centro Comercial Wilson Vaz e do Centro Comercial Turim foi inevitável após esta época, a decadência foi gradativa, apresentando no ano de 2006 como espaços sem dinâmica comercial e, no caso do primeiro, um prédio condenado pela engenharia.

Beaujeu-Garnier (1980, p. 339), no final do século XX, tratando sobre estes centros, afirmava que estes eram a

própria expressão do poder urbano, o coração vivo da cidade. Pela sua localização e extensão, pelos tipos de atividades nele concentrados, o estado de modernização ou de atividades nele concentrados, o estado de modernização ou de abandono que revela, os trabalhos que lhe asseguram a permanência, o progresso ou a reconquista, o centro de negócio traduz as fases da política administrativa, assim como os das capacidades locais, nacionais e, por vezes, internacionais.

A organização da cidade levou o declínio do centro, e neste processo, ele tornou-se não mais um símbolo, mas, um arcaico prédio no centro da cidade. A este declínio podemos associar a implantação dos shoppings, que para Villaça (2001),

os shoppings vêm apresentando, entretanto, uma participação significativa no prosseguimento do esvaziamento dos centros principais de nossas metrópoles, embora o declínio desses centros tenha se iniciado antes da vulgarização dos shoppings. Como os centros principais tradicionais atraíam clientela de alta renda e os shoppings também, os últimos têm contribuído mais para o prosseguimento do esvaziamento dos centros principais do que dos subcentros (VILLAÇA 2001, p. 308).

A história do centro e sua importância para a cidade tem sido pouco valorizada, pois a artificialidade e a monumentalidade sobrepõe a história dos indivíduos, tudo é transitório e muda ao apertar de um botão. Esta artificialidade não possui poder suficiente para construir um símbolo para a cidade e termina desprezando os conteúdos históricos que este centro possui para a mesma.

Segundo Maricato (2001, p. 139), “a cada nova grande avenida imobiliária, cada novo grande *shopping center*, corresponde algum declínio de negócios tradicionais”. É neste processo que a força deste centro entrou em crise, perdendo a expressividade de atrair novos investimentos, tornando-se em poucos anos um espaço arcaico.

### **Considerações Finais**

Podemos dizer que as articulações determinantes da reprodução da cidade pela centralidade se expressam pelas relações entre formas, funções e estruturas urbanas, o que leva a uma complexidade, podendo ser modificada por diversos fatores em sua forma e, diferenciada de acordo com a mobilidade das condições de atratividade e acessibilidade.

As relações entre a importância da Avenida Tocantins, do centro Comercial Wilson Vaz, dos shoppings e da Avenida JK na formação do centro urbano de Palmas, nos levou afirmar que o espaço urbano da cidade está se consolidando. Tal processo pode ser visto na importância de Palmas na rede urbana do Sudeste da Amazônia Oriental.

Se a cidade canteiro de obra era um local atrativo para a mão-de-obra, a cidade consolidada é o principal centro urbano regional do Sudeste da Amazônia Oriental. São duas etapas diferenciadas no processo de formação da cidade, onde, o centro temporário no bairro de Taquaralto não trouxe nenhuma especialização pra cidade, mas, atendeu as necessidades básicas nos anos iniciais. Este primeiro estágio foi chamado neste trabalho de cidade canteiro de obra, uma cidade voltada para grandes obras de infraestrutura, tendo sua maior oferta de trabalho na construção civil, mas sem alternativas no que se refere a prestação de serviços.

Com a formação do centro no entorno da Avenida JK, houve uma aglomeração de lojas especializada nos ramos da telefonia, vestuário, eletrodoméstico e na prestação de serviços nas áreas contábeis, financeira, saúde e educação. Período que definimos como de cidade consolidada, pelo papel que representa na rede urbana regional. Tal consolidação se deu a partir do momento em que a cidade se integrou aos grandes centros nacionais, marcado pela inauguração da ponte da Amizade e Integração Fernando Henrique Cardoso e do

Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues no início do século XXI. A cidade passou a ofertar os principais produtos e serviços para as cidades circunvizinhas.

Podemos concluir dizendo que o centro de Palmas obedeceu a lógica da construção da cidade, começando na periferia no primeiro estágio e posteriormente, se consolidando na área planejada.

### **Bibliografia**

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 2003

BEAUJEU-GANIER, J. **Géographie Urbaine**. 1 ed. Paris: Armand Colin Éditeur, 1980.

\_\_\_\_\_. **Tratado de Geografia Urbana**. Barcelona: VICENS-VIVES, 1970.

BELTRÃO SPOSITO, Maria Encarnação. Espaços urbanos: territorialidades e representações. In: SPOSITO, Eliseu S. **Dinâmicas econômicas, poder e novas territorialidades**. Presidente Prudente: UNESP/FCT: GASPERR, 1999. p. 13 – 29.

\_\_\_\_\_. Reflexões sobre a natureza da segregação espacial nas cidades contemporâneas. In: **Revista de Geografia**. Dourados: AGB, 1996. p.71 – 85.

\_\_\_\_\_. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. In: **Revista de Geografia**, v. 10, Presidente prudente: UNESP, 1991. p. 1- 18.

BRITO, Eliseu P. de. Planejamento, especulação imobiliária e vazios urbanos na última cidade planejada do Brasil no século XX. In: **X Encontro de Geógrafos da América Latina**, 2007, Bogotá – Colômbia. Anais, Bogotá – Colômbia, 2007.

\_\_\_\_\_. Plano Diretor e o processo de ocupação do espaço urbano de Palmas - Tocantins. In: **XXIII Semana de Geografia da Universidade Estadual de Londrina e II Seminário Temático de Geografia do Norte do Paraná**, Londrina, 2007. Anais, Londrina, 2007.

\_\_\_\_\_. Reprodução espacial da última cidade planejada na Amazônia brasileira do século XX, Palmas Tocantins. In: **VII ENGETO**, Araguaína, 2006. Anais, Araguaína-TO: UFT, 2006.

\_\_\_\_\_. **A (Re) Produção do Espaço Urbano de Palmas**. Monografia (Bacharelado em Geografia). Porto Nacional: Universidade Federal do Tocantins, 2005.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. São Paulo: Hucitec, 1989.

GOTTDIENER, Mark. **A Produção Social do Espaço Urbano**. Tradução: Geraldo Gerson de Souza. São Paulo: EDUSP, 1993.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sinopse preliminar do censo demográfico 1996**. Rio de Janeiro: IBGE, 1996.

\_\_\_\_\_. **Sinopse preliminar do censo demográfico 1991**. Rio de Janeiro: IBGE, 1991.

MARICATO, Ermínia. **Brasil, cidades: alternativas para a crise urbana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MONTESSORO, Cláudia Cristina Lopes. **Centralidade Urbana e Comércio Informal: Os Novos Espaços de Consumo no Centro de Anápolis-Go**. Tese (Doutorado em Geografia). Presidente Prudente: UNESP, 2006.

SANTOS, Milton. **A Natureza do espaço: técnica e tempo/razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

\_\_\_\_\_. **Da Totalidade ao Lugar**. São Paulo: EDUSP, 2005. (Coleção Milton Santos).

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 2001.