



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
FACULDADE DE GEOGRAFIA
LICENCIATURA E BACHARELADO EM GEOGRAFIA

WOSTON BATISTA DA SILVA

DINÂMICA ECONÔMICO-ESPACIAL DO COMÉRCIO NO NÚCLEO
MARABÁ “PIONEIRA”.

MARABÁ

2016

WOSTON BATISTA DA SILVA

**DINÂMICA ECONÔMICO-ESPACIAL DO COMÉRCIO NO NÚCLEO
MARABÁ “PIONEIRA”.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Geografia como requisito final para a obtenção do grau de Bacharel e Licenciada em Geografia.

Orientador: Prof. MSc. Marcos Alexandre Pimentel da Silva.

MARABÁ

2016

TERMO DE APROVAÇÃO

WOSTON BATISTA DA SILVA

DINÂMICA ECONÔMICO-ESPACIAL DO COMÉRCIO NO NÚCLEO MARABÁ “PIONEIRA”.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Geografia como requisito final para a obtenção do grau de Bacharel e Licenciado em Geografia.

Conceito: _____.

Data de aprovação: ____/____/____.

Banca Examinadora

Orientador:

Prof.MSc. Marcos Alexandre Pimentel da Silva
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA

Examinador 1:

Prof.^aMSc. Gleice Kelly Gonçalves da Costa.
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA

Examinador 2:

Prof. MSc. Rogério de Souza marinho.
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA

MARABÁ
2016

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Biblioteca Josineide da Silva Tavares da UNIFESSPA. Marabá,PA

Batista, Woston

Dinâmica econômico-espacial do comércio no núcleo Marabá "Pioneira" / Woston Batista; orientador, Marcos Alexandre Pimentel da Silva. — 2016.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Campus Universitário de Marabá, Instituto de Ciências Humanas, Faculdade de Geografia, Curso de Licenciatura e Bacharelado em Geografia, Marabá, 2016.

1. Centros comerciais – Marabá (PA). 2.Comércio varejista. 3. Espaços públicos. 4. Centros comerciais - Aspectos sociais. I. Silva, Marcos Alexandre Pimentel da, orient. II. Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. III. Título.

CDD: 22. ed.: 381.1098115

AGRADECIMENTOS

Sobre tudo agradeço á Deus, pois creio com toda convicção que sem Ele este trabalho não seria possível.

Agradeço a minha esposa Andreia, que muito me incentivou na minha formação, e compreendeu os momentos em que estive ausente para a produção deste trabalho.

Á minha mãe, pois foi ela que desde muito cedo direcionou meus passos para chegar a esse momento, e a todos os meus irmãos, os quais me incentivaram a trilhar este caminho.

Ao meu professor orientador, Marcos Alexandre, o qual, mesmo muito atarefado não mediu esforços na orientação deste trabalho.

Ao meu irmão Marcos Aurelio, meu parceiro em tudo, com o qual dividi a mesma sala na formação em geografia e que sempre esteve presente na minha trajetória acadêmica.

Ás minhas companheiras de turma Thais e Milene que foram fundamentais no apoio técnico.

Aos irmãos Leivia e Ozeias Chagas, os quais incansavelmente muito me ajudaram na formatação deste trabalho.

Á toda turma de Geografia Intervalar 2010, da qual tive a honra orgulhosamente de ser integrante.

E também á todos os professores que estiveram presentes na minha formação.

RESUMO

Esse trabalho visa abordar a dinâmica econômico-espacial do comércio do núcleo da Marabá “Pioneira”, no intuito de entender o processo de valorização do espaço e a formação histórica de suas atividades, considerando seu início com o Burgo de “Itacaiúnas” ainda no século XIX. Para isso, consideramos diferentes fases desse processo, como o extrativismo da borracha, passando pela exploração da castanha e o garimpo de diamante no rio Tocantins, até a presença da Área Comercial ao longo da Rodovia Antônio Maia. Assim, buscamos entender qual a importância que o comércio do núcleo da Marabá “Pioneira” tem para cidade de Marabá, mesmo diante de novos objetos no espaço, como o Shopping Center Pátio Marabá.

Palavras-Chave: Valorização do Espaço, Valorização no Espaço, Área Comercial, Marabá Pioneira.

LISTA DE SIGLAS

BASA	Banco da Amazônia
BB	Banco do Brasil
SUCAM	Superintendência das Companhias de Saúde Pública
ASEB	Associação dos Exportadores de Castanha do Brasil
ACIM	Associação Comercial e Industrial de Marabá
SEGFAZ	Secretaria Municipal de Gestão Fazendária
ALPA	Aços Laminados do Pará
SINDICOM	Sindicado do Comércio Varejista de Marabá
CVRD	Companhia Vale do Rio Doce
SEASP	Secretaria de Assistência Social da Prefeitura
SACI	Serviço de Atendimento ao Cidadão

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Ano de início das atividades econômicas na marabá “pioneira”	37
TABELA 2: Distribuição e tipos de uso na área comercial do núcleo marabá “pioneira”	39
TABELA 3: Agentes produtores do espaço identificados na area comercial da marabá “pioneira”	42
TABELA 4: A importância da localização do núcleo marabá pioneira para suas atividades de comércio e de serviços.....	48
TABELA 5: A relação com as demais atividades comerciais e de serviços para os estabelecimentos da área comercial e de serviços do núcleo marabá pioneira	50
TABELA 6: As lojas que possuem estabelecimentos nos outros núcleos	51
TABELA 7: Distribuição da localização dos principais mercados consumidores da pioneira ..	52
TABELA 8: Redução do número de funcionários nos últimos 3 anos na área comercial do núcleo marabá pioneira considerando os principais usos do solo	53
TABELA 9: Impactos do shopping pátio marabá no comércio da marabá pioneira.....	55
TABELA 10: Impactos da crise econômica no comércio da marabá pioneira.....	55

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Agentes produtores do espaço urbano.....	17
QUADRO 2: Processos e formas espaciais na cidade.....	20

LISTA DE MAPAS

MAPA 1: Distribuição e tipos de uso na área comercial da Marabá Pioneira/Pa.....	40
MAPA 2: As Maiores Lojas da Marabá Pioneira/Pa.....	44
MAPA 3: As Lojas que mais empregam na Marabá Pioneira/PA.....	46

LISTA DE FOTOS

FOTO 1: Centro comercial da Marabá Pioneira na Avenida Antônio Maia.	21
FOTO 2: Antiga Câmara Municipal de Marabá na Praça Duque de Caxias	23
FOTO 3: Centro Comercial na Avenida Antônio Maia na Marabá Pioneira	24
FOTO 4: Imagem da Loja Liliani no centro da Avenida Antônio Maia.....	26
FOTO 5: Centro comercial da Marabá Pioneira, na Avenida Antônio Maia.	41
FOTO 6: Imagem do Armazém Paraíba na Avenida Antônio Maia.....	48
FOTO 7: Centro comercial da Marabá Pioneira, TV Santa Teresinha.	50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1: DA TEORIA DA VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO À DINÂMICA ECONÔMICO-ESPACIAL DO COMÉRCIO.....	12
1. A valorização do espaço.....	12
1.2. A valorização do/no espaço.....	13
2. As formas, os processos e os agentes na valorização do espaço urbano.....	15
3. A paisagem da valorização do espaço e a paisagem comercial do núcleo Marabá “Pioneira”.	22
CAPÍTULO 2: FORMAÇÃO SÓCIOESPACIAL E A ÁREA COMERCIAL DO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA.	27
1. A formação histórica da área comercial do núcleo Marabá Pioneira.....	27
1.1 A integração nacional, a cidade e o comércio às margens da rodovia.	32
CAPÍTULO 3: A VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO E A DINÂMICA ECONÔMICO- ESPACIAL DO COMÉRCIO NO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA.	36
1. O processo da pesquisa de campo e da coleta de dados:.....	36
2. As dimensões da valorização do/no espaço	37
2.1 A diversidade de usos que constitui a valorização do espaço na Área Comercial do Núcleo Marabá Pioneira.	41
2.2. Os agentes produtores do espaço e os grandes empreendimentos do comércio varejista da Área Comercial do Núcleo Marabá “Pioneira”.....	42
2.3 A importância da localização da Área Comercial para as atividades e empreendimentos econômicos da Marabá “Pioneira”.	48
3. A Área Comercial do núcleo Marabá Pioneira frente à crise, à especulação sobre a Alpa e à entrada de novos serviços em Marabá.....	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS	58
ANEXOS	59

INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como objetivo compreender a dinâmica econômico-espacial recente do comércio na organização do núcleo urbano denominado de “Marabá Pioneira”, para que possamos discutir se a instalação de novos empreendimentos comerciais e de serviços em outros núcleos da cidade, a exemplo da implantação Shopping Pátio Marabá no núcleo urbano “Nova Marabá”, no dia 07 de maio de 2013; a possível vinda da Aços Laminados do Pará (ALPA) para Marabá e a crise recente; promoveram mudanças significativas nessa área capazes de justificar as afirmações cotidianamente repetidas que a instalação do Shopping Pátio Marabá – como uma forma moderna de consumo; e os rumores e propagandas de que a Alpa seria instalada aqui no município seriam as razões para o enfraquecimento do comércio na Marabá “Pioneira” e isso estaria levando a área comercial desse núcleo a passar por uma possível perda de importância.

A questão central de nossa pesquisa é entender a dinâmica econômico-espacial recente do comércio na organização do núcleo urbano denominado de Marabá “Pioneira”, para saber se a Área Comercial perdeu importância, e como esse espaço está fazendo para manter a sua dinâmica, bem como saber qual a importância que ela ainda tem hoje para Marabá.

Pretende-se mostrar, por meio da análise da dinâmica econômico-espacial do comércio, como o núcleo da Marabá “Pioneira” vem se mantendo e a importância de sua área comercial para a cidade. Para isso, propomos discutir as transformações sócio-econômicas do comércio no núcleo Marabá “Pioneira”, considerando a história de sua formação; mostrar qual a importância do comércio na Marabá Pioneira para esse núcleo, mesmo diante da instalação de novos empreendimentos na cidade, verificando o impacto, a relação entre o comércio da “Pioneira,” a partir da instalação do Shopping Center Pátio Marabá, do discurso da implantação da Alpa, e o contexto recente da crise econômica.

A metodologia utilizada para alcançar os objetivos e responder à questão central deste trabalho, compreendeu três etapas. Na primeira etapa realizamos pesquisa e leitura bibliográfica, constando de discussão teórica sobre a “valorização do espaço” e “valorização no espaço”. Na segunda etapa realizamos pesquisa, leitura bibliográfica e documental sobre a história de Marabá, para compreender a formação da Área Comercial da Marabá Pioneira. Na terceira etapa da pesquisa foi feito levantamento documental junto à Secretaria Municipal de Gestão Fazendário (SEGFAZ), ao Sindicato do Comércio Varejista de Marabá (SINDICOM); realização de entrevista junto ao Secretário Executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM); e pesquisa de campo, constando

de aplicação de questionários na Área Comercial da Marabá Pioneira junto aos comerciantes.

Assim, dividimos o nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em três capítulos. No primeiro, vamos discutir como se dá a valorização do/ no espaço, a partir da obra de referência “A valorização do Espaço” (Moraes, Costa; 1984) e com isso mostrar como a paisagem na Marabá “Pioneira” foi se transformando a partir de cada ciclo econômico e a formação e as transformações de sua área comercial, como ela foi se alterando na medida em que ia avançando para onde se encontra hoje; transformações essas que se davam de acordo com a valorização do espaço e no espaço.

Na segunda parte do trabalho vamos fazer uma periodização, buscando entender a formação histórica da área comercial do núcleo da Marabá Pioneira, desde a fundação da cidade da cidade de Marabá e do “burgo de Itacaiúnas”, passando pelo ciclo da borracha, da castanha e o papel do comércio da orla nesse contexto, até a chegada dos grandes projetos em Marabá.

No terceiro capítulo, organizamos o material obtido no trabalho de campo que ocorreu em agosto de 2016, constando da aplicação de questionário aplicado aos comerciantes para entender como se dava a dinâmica do comércio, e posteriormente foi feito uma entrevista com o secretário executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM) com o Sr. Flávio Corrêa para entender como o comércio da Marabá Pioneira, está se mantendo frente a esses problemas já referidos, e o que precisa ser feito para alavancar o comércio desse núcleo e por fim foi feito a sistematização e análise do material obtido na pesquisa. A partir dos dados colhidos vamos buscar entender como se deu a valorização do espaço e a dinâmica do comércio na Marabá Pioneira e os vários tipos de uso que tem no comércio e mostrar os agentes produtores do espaço e o comércio varejista.

CAPÍTULO 1: DA TEORIA DA VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO À DINÂMICA ECONÔMICO-ESPACIAL DO COMÉRCIO.

Para compreender a dinâmica econômico-espacial do comércio do núcleo Marabá Pioneira é necessário situar essa dinâmica no contexto da teoria da valorização do espaço (Moraes, Costa; 1984). Sendo assim, retomaremos de forma sumária os elementos fundamentais de como se dá a valorização do espaço em nossa sociedade.

1. A valorização do espaço

Uma primeira questão antes de entrar na teoria da valorização do espaço é saber o conceito daquilo que vamos discutir que é o espaço. Espaço, de acordo com Carlos (1995, p. 50) “é produto, condição, e meio do processo de produção da sociedade em todos os seus aspectos”. O espaço é entendido em função do processo de trabalho que o produz e reproduz a partir da relação do homem com a natureza.

Uma segunda questão importante se refere à teoria do valor, a qual remonta aos trabalhos de Adam Smith, David Ricardo e Karl Marx. Esses autores remetem a origem do valor, definem o que é o valor, a forma de como esse valor é produzido e, por extensão, o que é a produção do valor num determinado espaço (Moraes, Costa; 1984).

Em linhas gerais, os “clássicos” observaram que em todo ato de troca, o consumidor estará, em verdade, adquirindo por um certo equivalente em dinheiro, uma certa quantidade de trabalho. Para Smith esta é a medida real do valor. Marx, ao retomar Smith, observa que o valor é, antes de tudo, uma categoria social, pois não há valor sem trabalho. Ricardo, por sua vez, observa que o valor não está confinado apenas ao trabalho, mas em todo o sistema de produção, como nas matérias primas e nas máquinas e equipamentos (Moraes, Costa; 1984).

Como destacam Moraes e Costa (1984), a conclusão dos três autores clássicos do pensamento econômico ocidental quanto ao que é que dá origem ao valor é bem próxima, pois eles concordam que o valor surge a partir do trabalho, não que seja somente o trabalho a explicação do valor. Nessa concepção, um objeto só possui valor a partir de um determinado tempo de trabalho empregado na produção desse mesmo objeto.

Quando consideramos o espaço socialmente produzido pelas sociedades capitalistas, o resultado do trabalho aparece como ambiente construído, como as construções que são fixadas ao solo, os fixos, o que para Marx se refere ao trabalho morto, na forma de capital fixo que é parte das condições gerais da produção (Moraes, Costa; 1984).

Ao final da leitura dos clássicos que Moraes e Costa (1984) fizeram da economia política, podemos perceber que o trabalho aparece como categoria fundamental para entender o processo de criação do valor, pois é o trabalho de todos e de todas que faz a mediação entre as relações sociais, históricas, e a produção de materialidade (ou sistemas de objetos na linguagem de Milton Santos). Nesse sentido, toda produção que resulta do trabalho é criação do valor, como a materialidade criada sobre o solo. Como o espaço geográfico é resultado do trabalho humano, ele foi produzido pelo trabalho, logo ele resulta de uma criação de valor sobre o solo (os objetos sobre o solo é que dão valor a ele).

1.2. A valorização do/no espaço

Segundo Moraes, Costa (1984, p. 136), os fundamentos da valorização do espaço correspondem a uma unidade contraditória entre valor do espaço e valor no espaço essa é a lógica do movimento interno do processo de valorização do espaço. A partir da leitura do livro “Geografia Crítica: a valorização do espaço” (1984), podemos dizer que existem várias formas específicas de valorização quando consideramos o espaço geográfico. Segundo Moraes, Costa (1984, p.138), uma das formas mais ricas de manifestação da valorização é aquela representada pelos processos de colonização, que segundo eles (esta é sempre uma expansão sobre uma nova terra).

De acordo com Moraes, Costa (1984, p. 127) “o valor do espaço, em todas as suas formas de manifestação, aparece frente ao processo de produção, como um valor contido”. O lugar e seus recursos naturais construídos. Dessa forma podemos perceber que o valor do espaço se dá pelo o exercício de uma determinada força de trabalho sobre o espaço construído. Outra forma da valorização do espaço é quando um espaço passa a ser usado, ou seja, quando uma determinada porção do globo é usada de forma intensiva pela sociedade e que, segundo Moraes, Costa (1984, p.140), a cidade é a porção do espaço em que melhor representa tal processo.

Uma terceira forma de valorização do espaço segundo Moraes, Costa (1984, p. 141) e que de certo modo se relaciona com algumas das anteriores é a que poderíamos identificar na potencialidade de valor, contida nos territórios estratégicos. Isso eles vão chamar de “valor estratégico”. Aqui o valor está contido no domínio do espaço. Uma forma de valorização no espaço é aquela quando existe uma área que está em expansão, um exemplo é a região Amazônica, a partir da década de 1970, com a abertura de rodovias facilitando a circulação e atraindo investimento para região, ou seja, por ser uma área em

expansão, por ser uma nova terra em exploração isso atrai pessoas ocasionando assim uma valorização no espaço.

Levando isso para o caso de Marabá, no núcleo Marabá “Pioneira”, quando a cidade começou a se expandir (entre 1929 e 1947), de um local mais propício ao alagamento para a ocupação de locais mais elevados, como a Avenida Antônio Maia, por ser um ponto estratégico, pois dificilmente as enchentes alcançavam esse espaço, e isso trazia mais segurança principalmente para os comerciantes sendo aí um local mais elevado, de menos prejuízo para os mesmos. Isso também cria uma valorização no espaço. Essa valorização vai ocorrer devido à maior parte dos comércios que estavam às margens do Tocantins se transferir para essa área e isso vai fazer com que esse espaço seja bastante cobiçado, pois ali vai se reunir a maior parte dos bens e serviços e principalmente as instituições públicas e posteriormente as privadas.

A partir de 1959 a dinâmica desse espaço começa a mudar o rio já não é tão importante como antes, porque as rodovias começam a ganhar destaque na região, colocando-se como outro vetor para a circulação mais rápida de mercadorias e informações. Para Moraes, Costa (1984, p. 130, 131) “o valor no espaço é a própria espacialidade contida nos modos de produção, o valor no espaço diz respeito ao próprio espaço no processo de circulação”. Segundo Moraes, Costa, (1984, p. 135), o valor no espaço vai se dá também pela localização, pela virtualidade do valor que vai ter em cada espaço. Um espaço bem localizado dentro de uma malha urbana, bem movimentada, de fácil acesso e que possibilite uma boa circulação de bens e serviços.

É o trabalho que vai ditar a valorização dos espaços, e como todo trabalho tem valor variado, por isso que os valores do espaço variam de acordo com sua localização e a quantidade de trabalho investido. De acordo com Moraes e Costa (1984, p.100) “de qualquer modo, será sempre o trabalho a verdadeira e mais segura medida real do valor”.

O valor é produzido a partir de relações sociais desiguais no espaço, que vai se dá principalmente pela privatização de determinados pontos que o capitalista se apropria para assim se satisfazer e acumular capital, tendo assim o controle das melhores localizações no espaço urbano, e que na maior parte das vezes tem o Estado para legitimar juridicamente as suas ações.

Como os autores deixam bem claro, a valorização do espaço se dá a partir das relações sociedade-espaço. É claro que essas relações têm se dado de formas desiguais. Como as relações sociais no espaço se dão de formas desiguais, logo a apropriação do espaço também vai se dá de forma desigual. Isso responde porque os espaços ocupados pela burguesia são mais valorizados que os demais espaços, principalmente no espaço urbano.

Essas desigualdades, no que se refere às ocupações, vão ser bem mais visíveis na cidade, é só olhar nos bairros mais periféricos, as casas na sua maior parte são inacabadas, as ruas são mais estreitas e avermelhadas, revelando a ausência de asfalto, faltam itens básicos para a reprodução do homem, e aqueles bairros mais centrais que tem uma maior quantidade de serviços, a própria forma das construções, casas e prédios bem arquitetados já revelam desigualdades, as ruas asfaltadas, a arborização, tudo isso é bem visível quando observamos principalmente os bairros de classe média. O que vai diferenciar aqui esses espaços vai ser a quantidade de força de trabalho aplicada em cada um, por isso alguns espaços são mais valorizados que outros. Isso vai ocasionar a valorização nesses espaços, pela a própria facilidade de circulação que esses espaços vão passar a ter.

2. As formas, os processos e os agentes na valorização do espaço urbano.

Após discutir os elementos fundamentais do processo de valorização do espaço, cabe destacar as formas espaciais, os processos e os agentes que definem esse processo. Segundo Corrêa (2005, p. 36), entre os processos sociais, de um lado, e as formas espaciais, de outro, existe um elemento responsável pela construção das formas espaciais. São os agentes produtores do espaço, elemento proporcionador das formas espaciais que vem atuando ao longo da história, e que são constituídos por diversos tipos agentes modeladores do espaço urbano. São esses agentes que produzem localizações e realocações das atividades e da população na cidade.

Para Corrêa (2005), os agentes produtores do espaço urbano são os proprietários dos meios de produção; os proprietários fundiários; os promotores imobiliários; o Estado e os grupos sociais excluídos. Segundo Corrêa (2005, p. 11), a complexidade da ação dos agentes sociais inclui práticas que levam a um constante processo de reorganização espacial que se faz via incorporação de novas áreas ao espaço urbano, densificação do uso do solo, deterioração de certas áreas, renovação urbana, relocação diferenciada da infraestrutura e mudança, coercitiva ou não, do conteúdo social e econômico de determinadas áreas da cidade.

Segundo Corrêa (2005, p. 12), “a ação destes agentes se faz dentro de um marco jurídico que regula a atuação deles”, isso significa que é cada vez mais difícil impedir a ação dos mesmos, haja que, eles estão amparados pela justiça. No caso da Marabá Pioneira, podemos perceber a presença de alguns desses agentes, como os proprietários dos meios de produção, comércio e serviço; os promotores imobiliários, tais como os bancos; os proprietários fundiários; o Estado e os usuários de moradia.

Na Marabá Pioneira, o Estado atua como regulador da Área Comercial, expedindo licença para funcionamento dos estabelecimentos, alvará de construção, cobrança de IPTU, entre outros. Na Área Comercial desse núcleo percebemos alguns órgãos do Estado como o prédio da Secretaria de Assistência Social da Prefeitura (SEASP), Serviço de Atendimento ao Cidadão (SACI). Isso nos mostra a importância que a Marabá Pioneira ainda tem para este agente.

Por outro lado, existem os processos espaciais, responsáveis imediatos pela organização espacial desigual e mutável da cidade capitalista. De acordo com Corrêa (2005), as transformações sociais, ou seja, os processos que vão ocorrer dentro do campo da sociedade são de natureza social, logo esses processos sociais são proporcionados pela própria sociedade.

Segundo Corrêa (2005), os processos espaciais são as forças através das quais o movimento de transformação da estrutura social, o processo, se efetiva espacialmente, refazendo a espacialidade da sociedade. Corrêa (2005) vai dizer que estes processos e formas espaciais não são excludentes entre si, podendo ocorrer simultaneamente na mesma cidade ou no mesmo bairro.

Corrêa (2005) propõe cinco processos espaciais e suas formas espaciais correspondentes: (I) a centralização e a área central; (II) a descentralização e os núcleos secundários; (III) a coesão e as áreas especializadas; (IV) a segregação e as áreas sociais; (V) a inércia e as áreas cristalizadas. Vamos primeiramente abordar os processos espaciais e posteriormente falar sobre suas formas.

É a partir da centralização de diversas atividades no mesmo espaço que surge a Área Central. As características desse espaço são: o uso intensivo do solo; a ampla escala vertical; a limitada escala horizontal, a concentração diurna; o fato de ser o foco de transporte urbano e áreas de decisões políticas a centralização se dá pelo um conjunto de atividades reunidas no mesmo espaço e é a partir desse conjunto de atividades forma a área central (Corrêa, 2005).

A descentralização é uma medida das empresas visando eliminar as deseconomias geradas pela excessiva centralização na área central. A descentralização vai ocorrer devido ao aumento constante do preço da terra, impostos e aluguéis, afetando certas atividades que perdem a sua capacidade de se manterem na área central; congestionamento e alto custo do transporte; dificuldade de obtenção de espaço para expandir seus negócios; restrições legais implicando a ausência de controle do espaço, limitando, portanto, a ação das firmas; ausência ou perda de amenidades (Corrêa, 2005).

QUADRO 1: Agentes produtores do espaço urbano

Agentes produtores do espaço urbano	Definições, características gerais e exemplos
Proprietários dos meios de produção.	Os proprietários dos meios de produção são os grandes industriais e das grandes empresas comerciais. Em razão de suas atividades são grandes consumidores de espaço. Necessitam de terrenos amplos e baratos que satisfaçam requisitos locacionais pertinentes às atividades de suas empresas. Suas atividades estão sempre próximas ao porto, às vias férreas ou em locais de ampla acessibilidade à população.
Proprietários fundiários.	Os proprietários fundiários são os grandes proprietários de terras. Eles atuam no sentido de obterem a maior renda fundiária de suas propriedades, interessando-se em que estas tenham o uso que seja o mais remunerado possível, especialmente uso comercial ou residencial de status. Eles estão sempre interessados na conversão da terra rural em terra urbana, esse interesse se dá porque a terra urbana é mais valorizada que a terra rural.
Promotores imobiliários.	Os promotores imobiliários são desde os bancos, o Estado até os proprietários fundiários. Entende-se como um conjunto de agentes que são eles: os que realizam parcialmente ou totalmente as seguintes operações: incorporação; estudo técnico; construção ou produção física do imóvel; comercialização ou transformação do capital-mercadoria em capital-dinheiro, agora acrescido de lucro. A ação dos promotores imobiliários se faz correlacionado a: preço elevado da terra e alto status do bairro; acessibilidade, eficiência e segurança dos meios de transportes; amenidades naturais ou socialmente produzidas; e esgotamento dos terrenos para a construção e as condições físicas dos imóveis anteriormente produzidos, conforme indica R. S. de Almeida. Na medida em que em outros setores do espaço produzem conjuntos habitacionais populares, a segregação é ratificada.
Estado	É através da implantação de serviços públicos, como sistema viário, calçamento, água, esgoto, iluminação, parques, coletas de lixo., interessantes tanto às empresas como à população em geral, que a atuação do Estado se faz de modo mais corrente e esperado. O Estado vai atuar como um “apaziguador” do Espaço urbano, como: direito de desapropriação e precedência na compra

	de terras; regulamentação do uso do solo; controle e limitação dos preços de terras; limitação da superfície da terra de que cada um pode se apropriar; impostos fundiários e imobiliários que podem variar segundo a dimensão do imóvel, uso da terra e localização; taxaço de terrenos livres; mobilização de reservas fundiárias públicas; investimento público na produção do espaço, organização de mecanismos de crédito à habitação.
Grupos sociais excluídos.	É na produção da favela, em terrenos públicos ou privados invadidos, que os grupos sociais excluídos tornaram-se, efetivamente, agentes modeladores, produzindo seu próprio espaço, na maioria dos casos independentemente e a despeito dos outros agentes. Os grupos sociais excluídos são: aquelas pessoas, ou grupos que não são assistidas pelo Estado. Esses grupos sociais excluídos têm como possibilidades de moradia os densamente ocupados cortiços localizados próximos ao centro da cidade. Eles moram em velhas residências que no passado foram habitadas pela elite.

Fonte: CORRÊA (2005), SOUSA (2007).

Org.: SILVA, Woston Batista, 2016.

Dos agentes produtores do espaço urbano, citados anteriormente, dois são perceptíveis na área comercial da Marabá Pioneira, destacando-se os proprietários dos maiores estabelecimentos, como das lojas Armazém Paraíba e Super Baratão, o que nos permite caracterizá-los como os proprietários dos meios de produção, comércio e serviços.

O outro agente é o Estado que se faz presente na organização e na regulamentação do comércio bens e serviços prestados ali naquele espaço. Uma das questões que o trabalho de campo revelou foi o número elevado do que poderíamos denominar, baseando-nos em Corrêa (2005), de “pequenos proprietários dos meios de produção comércio e serviços”. (Referente aos menores estabelecimentos).

Por mais que esses agentes tenham diferentes interesses, ou não, eles atuam em conjunto. Segundo Corrêa (2005, p. 31), “esses agentes atuam em conjunto, isto é, no processo de produção concreta de um bairro residencial ou de um distrito industrial, vários agentes estão presentes”. Além do fato de atuarem juntos, o resultado do conjunto de suas ações é a produção de uma paisagem urbana que aquilo que é a dimensão do “diretamente percebido” (Carlos, 1995, p. 11), que é aquilo que de primeira mão os nossos olhos conseguem perceber.

A coesão é definida como um processo de movimento que leva as atividades a se localizarem juntas. Podem ser atividades do mesmo ramo ou não. Mesmo sendo de natureza distinta, estão localizadas juntas umas das outras, formando um conjunto coeso que pode induzir o consumidor a comprar outros bens que não faziam parte de seus propósitos (Corrêa, 2005, p. 56,57).

Segregação é a divisão social do espaço. A segregação residencial é na realidade, um processo que origina a tendência a uma organização espacial em áreas de “forte homogeneidade social interna e de forte disparidade entre elas” (Corrêa 2005, p. 59).

O processo de inércia atua na organização espacial intra-urbana através da permanência de certos usos em certos locais, apesar de terem cessadas as causas que no passado justificaram a localização deles. O processo em questão vai traduzir-se na preservação simultânea da forma e do conteúdo (Corrêa, 2005, p. 76).

QUADRO 2: Processos e formas espaciais na cidade

Processos	Formas Espaciais	Definição e exemplos
Centralização	Área Central	A área central corresponde a de maior concentração de atividades econômicas, sobretudo do setor terciário. É a partir da centralização de diversas atividades no mesmo espaço que surge a área central. As características desse espaço são: o uso intensivo do solo; a ampla escala vertical; a limitada escala horizontal, a concentração diurna; o fato de ser o foco de transporte urbano e áreas de decisões políticas.
Descentralização	Núcleos Secundários	Os núcleos secundários são núcleos que surgem a partir da descentralização de várias atividades da área central, após o seu esgotamento. Os fatores que vão ocasionar o surgimento dos núcleos secundários são: o aumento constante do preço da terra; o congestionamento e o alto custo do sistema de transporte e de comunicação; a dificuldade de obtenção de espaço e também e o crescimento da cidade, tanto em termos demográficos, como espaciais. As características das áreas de núcleos secundários são: a disponibilidade de terras não ocupadas, o baixo preço do terreno e imposto; a infra-estrutura implantada; a qualidade de transporte; a qualidade atrativa do sítio, como topografia e drenagem; a possibilidade de controle do uso da terra e a presença de amenidades.
Coesão	Áreas Especializadas	As áreas especializadas são espaços que oferecem tipos de serviços do mesmo ramo ou complementares. Um exemplo são ruas especializadas em móveis, autopeças, lustres e confecções no atacado. São exemplos típicos de coesão a presença de firmas de mesma linha de produtos em uma área contínua. As áreas especializadas podem estar tanto dentro da área central, como presente nos núcleos secundários.
Segregação	Áreas Sociais	Áreas sociais são definidas como sendo uma concentração de um tipo específico de população dentro de um dado território. São áreas geograficamente segregadas, caracterizadas pela individualidade física e cultural. Exemplos de áreas segregadas são: a separação físico-territorial de classes sociais; a construções de alto padrão ao lado de casas populares no mesmo “espaço”.
Inércia	Áreas Cristalizadas	As áreas cristalizadas são aqueles espaços que para as pessoas o valor simbólico é muito mais importante que o valor econômico.

Fonte: CORRÊA (2005), SOUSA (2007)

Org.: SILVA, Woston Batista, 2016.

De acordo com o que vimos nesse quadro, referente às formas espaciais, podemos perceber que algumas dessas formas estão presentes na área comercial da Marabá “Pioneira”, as áreas especializadas principalmente, não se destacando é claro os serviços do mesmo ramo, mas serviços complementares entre si, com maior destaque para o comércio varejista, como lojas de tecidos, calçados etc.

FOTO 1: Centro comercial da Marabá Pioneira na Avenida Antônio Maia.



Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de campo/ agosto de 2016.

Área de comércio formal no centro da Marabá Pioneira. Esse espaço já está totalmente ocupado dificultando o crescimento horizontal do comércio.

A imagem apresentada na Foto 1 mostra como se faz presente a paisagem na Área Comercial da Marabá Pioneira. Mostra a variedades e tipos de comércios que tem nesse núcleo, desde o eletrodoméstico, com a loja City Lar, lojas de tecidos, como a Versat tecidos, e a loja Atalaia, que vende bolsas. Todas elas são lojas varejistas.

3. A paisagem da valorização do espaço e a paisagem comercial do núcleo Marabá “Pioneira”.

Ana Fani A. Carlos, em sua obra “A cidade” (1995), discute o que é a cidade e como a mesma é vista pela a maior parte da sociedade. Nesse sentido, observa que a cidade é vista apenas como o aparente, como aquilo que o olhar desgarrado, desprovido de qualquer senso crítico consegue visualizar, apenas a paisagem. Aquilo que os olhos conseguem perceber ela vai chamar do “diretamente percebido” que é o jogo das aparências, o visível, a exemplo das ruas, prédios, carros, o congestionamento, o aglomerado de pessoas, e que, segundo a autora, é assim que é visto pela maioria da sociedade.

Segundo Carlos (1995), a paisagem geográfica é a forma exterior, a aparência “caótica” sob a qual se descortina a essência articulada e objetivada do espaço geográfico. Há elementos da valorização do espaço que se apresentam na paisagem da cidade e que este é o ponto de partida para começar a análise do processo de valorização do espaço na área comercial do núcleo Marabá “Pioneira”.

A área comercial da Marabá “Pioneira” é vista da mesma forma, um lugar com muitas casas, comércios, barulho de ambulantes, ruído de carros. Esse espaço para conseguir permanecer atrativo para população vem se reinventando, as ruas estão sendo revitalizados, alguns prédios antigos sendo restaurado como, por exemplo, a antiga Câmara Municipal de Marabá, e os canteiros da Avenida Antônio Maia sendo reformados.

FOTO 2: Antiga Câmara Municipal de Marabá na Praça Duque de Caxias



Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de campo/Agosto de 2016.

Essa é uma construção ainda do Período da castanha. O que mudou aqui foi apenas o conteúdo porque a forma ainda permanece a mesma.

Essa é a imagem do Palacete Augusto Dias, antiga Câmara Municipal de Marabá, e que hoje já não está tendo mais essa função, estando à mesma localizada no núcleo Cidade Nova. Ainda não se tem uma definição concreta sobre a real reutilização desse espaço para os dias de hoje.

Por causa do seu espaço limitado, essa área já está toda ocupada, não foi visualizado aí nem um terreno vazio, os comércios não têm mais como crescer horizontalmente, e as ruas são estreitas, dificultando a circulação de veículos e também de pedestres, como a imagem mostra bem.

FOTO 3: Centro Comercial na Avenida Antônio Maia na Marabá Pioneira



Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de Campo/ Agosto de 2016.

A Marabá Pioneira por ser um núcleo histórico da cidade tem uma deficiência na largura das ruas dificultando um pouco a acessibilidade principalmente na circulação de veículos.

Muitas pessoas procuram esse espaço para fazer suas compras, principalmente de roupas e calçados, e também lazer na orla Sebastião Mirando, lugar esse que tem o rio como seu principal ponto turístico, pois em sua margem direita na orla se concentra muitos bares e restaurantes em quase toda a sua extensão, serviços esses que tem aumentado nos últimos anos e atraído muitas pessoas.

Para tentar atrair mais pessoas, os comerciantes se uniram e criaram a promoção “Sacode Marabá”¹. Essa promoção se dá da seguinte forma: quando você compra um

¹ O Sindicato Varejista do Comércio de Marabá lançou a promoção “Sacode Marabá”, que pretende incrementar as vendas no comércio varejista de Marabá, chamando a atenção dos consumidores dos

produto em qualquer loja da Marabá “Pioneira”, você concorre a vários prêmios, não importa a loja que vai comprar, pois os prêmios são de todas as lojas. Em toda a cidade de Marabá, essa estratégia só ocorre na área comercial do núcleo Marabá “Pioneira”

Por ser um espaço onde foi a base da formação histórica da cidade de Marabá, hoje esse núcleo passa por um processo que muitas outras cidades brasileiras passam, que é o seu espaço reduzido de circulação de pessoas e de veículos, por causa da sua alta ocupação, não conseguindo suportar a quantidade de veículos que por ali circulam nos últimos anos, haja vista que o seu espaço, por ter ruas bem estreitas, não foi projetada para a circulação de veículos.

Nesse espaço, a maior parte das lojas é de porte bem reduzido, pois devido à ocupação ser intensa e o valor dos imóveis dessa Avenida ser bem elevado, os comércios têm seus espaços físicos bastante reduzidos. Mesmo esse espaço tendo todos esses fatores com relação ao seu espaço físico, ele, devido à sua localização e seu poder de atração pelos vários serviços oferecidos ali, tem um alto valor, não só econômico, mas também por sua importância histórica.

O valor econômico desse espaço se dá principalmente devido a quantidade de construções que nele foi investido e isso é um fator que reflete a quantidade de trabalho materializado que ele adquiriu ao longo de décadas, criando assim uma valorização desse espaço. O que podemos observar segundo Carlos (1995, p. 19), é que as pessoas se modificam com a mesma intensidade que a cidade se transforma, pois a cidade é o principal palco de reprodução do capital, que refaz e transforma a sociedade e que cada vez mais as brincadeiras de rua aos poucos estão desaparecendo e isso ocorre porque, de acordo com ela, o mundo dos homens é cada vez o mundo das mercadorias e do que é possível comprar, pois a relação das pessoas cada dia que passa é mediada pelo dinheiro.

Desta forma, segundo Carlos (1995), como resultado da reprodução do capital, a partir do aprimoramento das forças produtivas, e com o surgimento de mais objetos no espaço urbano, como construções, domínio de propriedades; ocorrem mudanças constantes na cidade. Daí, pode-se perceber porque que os melhores espaços na cidade são consumidos e apropriados pela classe burguesa, haja vista que o solo urbano para o capital é visto como um produto, como uma mercadoria. Isso é bem visível na Marabá Pioneira, pois percebemos que os maiores comércios de bens e serviços se encontram no centro desse núcleo, na Avenida Antônio Maia, aonde a valorização do espaço é superior aos demais espaços desse núcleo.

municípios e logradouros do entorno, para que efetuem suas compras no comércio da cidade. O objetivo da campanha é uma estratégia para proporcionar a melhoria no volume de negócios do comércio varejista ao longo do ano.

Essa é a dinâmica que produz o espaço “diretamente percebido”, a paisagem do espaço construído e da vida urbana na cidade, que se dá em meio ao processo de valorização do espaço, que é também um processo histórico. Os objetos, as construções, os fixos que compõem o espaço da cidade são produzidos em função da valorização do espaço e esse processo constitui um processo histórico.

FOTO 4: Imagem da Loja Liliani no centro da Avenida Antônio Maia.



Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de Campo/ Agosto de 2016.

A Loja Liliani é uma loja Nacional e já está a 34 anos nesse núcleo. A presença de lojas como essa nesse núcleo demonstra a importância que o mesmo ainda tem para a cidade de Marabá, e também principalmente para o ramo do varejo, e para manutenção do próprio núcleo.

CAPÍTULO 2: FORMAÇÃO SÓCIOESPACIAL E A ÁREA COMERCIAL DO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA.

Neste capítulo queremos entender o processo histórico de formação da Área Comercial do núcleo da Marabá Pioneira. Para isso, resgatamos alguns trabalhos já realizados sobre a formação histórica desse espaço, para nos dar suporte na sistematização da formação da Área Comercial na “Pioneira”.

2. A formação histórica da área comercial do núcleo Marabá Pioneira

Na origem do processo de ocupação da área onde hoje se encontra Marabá Pioneira estava à fundação do burgo agrícola, o “Burgo de Itacaiúnas”, estabelecido por Carlos Gomes Leitão e por um grupo de famílias provenientes de Goiás em 1895. O objetivo foi o de estabelecer um núcleo dedicado à pecuária e à agricultura para assentar colonos fugidos das lutas políticas na cidade de Boa Vista então pertencente à Goiás. Contudo, o primeiro local escolhido, junto à foz do rio Itacaiúnas, próximo de onde hoje se encontra Marabá, apresentou problemas de insalubridade e parte da população foi acometida por febres. Em consequência disso, alguns moradores se deslocaram para outro ponto, acompanhando Carlos Leitão, 18 quilômetros rio abaixo (Almeida, 2008, p.35).

Após o acontecimento da morte de seu irmão Alexandre Leitão, proveniente de uma emboscada, sendo alvejado com tiros; Carlos Leitão dirigiu-se rumo ao Pará, e ao chegar à região numa entrevista junta ao governador do estado, Paes de Carvalho, recebeu licença para desbravar a região do Sudeste Paraense, com o propósito de instalar ali uma colônia agrícola. Ao descer o rio Tocantins se maravilhou com sua geografia, principalmente quando viu a foz do Itacaiúnas, resolveu subir mais um pouco o rio Tocantins, pois percebeu que devido ali ser uma área baixa em relação ao nível do rio, aquela área era propícia a alagamento (Jadão, 1984).

Ao subir mais um pouco o rio, mais precisamente 18 (dezoito) km do lado esquerdo, ao perceber que era mais seguro devido aquela área estar numa elevação mais vantajosa no sentido da altitude em relação àquela área próxima à foz do Itacaiúnas, porque era uma área mais propícia ao alagamento, desembarcou e providenciou logo um acampamento, acampamento esse que mais tarde Carlos Leitão veio a chamar de “Burgo”, onde posteriormente funcionou uma colônia agrícola licenciada pelo o governador, (Rodrigues, 2010).

Três anos depois, em 1895, ao vir para região, o objetivo de Carlos Leitão foi o de encontrar campos naturais para criação de gado. Em uma expedição para subir o rio Itacaiúnas, percebeu em suas matas a quantidade de seringueiras que avia. Segundo Jadão (1984), ao contar a abundância daquela árvore que havia ali, após o seu retorno, a notícia tomou rumo, chegando aos estados do Maranhão e de Goiás, provocando assim a migração de um leva de pessoas para essa região para extração do caucho.

Foi logo após o estabelecimento do burgo agrícola do Itacaiúnas que foi descoberto o caucho (borracha) nas matas em torno da bacia desse rio. A exploração do caucho impôs a necessidade da ocupação do pontal pela facilidade de se controlar o acesso à mata, sobre os caucheiros que extraíam o produto e também do tráfego fluvial por parte dos comerciantes que negociavam o produto na capital, Belém (Almeida, 2008, p. 35). A atividade praticada no Burgo, para que os moradores pudessem tirar seu sustento era a agricultura e, em menor proporção, a extração da castanha em pequena escala, mas na época das cheias os mesmos tinham muito prejuízo por que as águas afetavam suas plantações (Ribeiro, 2010, p.28).

Em 1895, passou por aqui a figura de um homem ilustre, homem esse que era chamado de Francisco Coelho da Silva, vindo de Grajaú do Maranhão. A sua missão na região era apenas trazer algumas rezes para vender em Nazaré dos Patos, num povoado que havia logo abaixo de Alcobaça, atual Tucuruí, jurisdição do município de Baião (Jadão, 1984, p. 44)

Mas, ao chegar à confluência do Itacaiúnas com o Tocantins, devido ao cansaço, resolveu parar para descansar, haja vista que aos arredores do rio tinha um pouco de pastagem para alimentar suas rezes. Posteriormente, ao visitar alguns moradores que vieram com Carlos Leitão, vendeu aquelas rezes, com isso não houve necessidade de chegar ao seu destino, já que a sua finalidade era comercializar as rezes. Percebendo o aglomerado de pessoas que ali estavam, visualizou as vantagens financeiras que aquilo poderia lhe proporcionar, pois tinha um olhar diferenciado para o comércio. Mas mesmo assim ainda não ficou, retornou a sua cidade, Grajaú, e só retornou ao pontal em 1897 (Jadão, 1984).

Com todas essas vantagens que viu para o seu negócio, principalmente após encontrar grandes áreas de pastagens naturais rio Itacaiúnas a cima, capaz de suportar grandes rebanhos de rezes, com todas essas vantagens retornou ao pontal e ergueu uma casa de comércio, nas junções do rio Tocantins e Itacaiúnas em 1898, colocando o nome do comércio de “Casa Marabá”, casa esta que foi dividido em três partes: de um lado, um açougue, do outro, um botequim; e no centro da casa a sua residência, nome esse que tinha o seu comércio em Grajaú cidade que morava antes, em homenagem ao poema de

Gonçalves Dias, “MARABÁ”, poeta admirava muito (Jadão, 1984, p.23). O comércio em Marabá tem seu início em 1898 e a sua base para fazer o comércio girar era a exploração do látex altamente valorizada no mercado internacional.

No entorno desse barracão foram surgindo várias casas, tanto comerciais como residenciais, formando assim um pequeno núcleo de onde se originou o município. O distrito e o município foram criados pela Lei Estadual 1.278, de 27 de fevereiro de 1913, com território desmembrado do Município de São João do Araguaia, e em 1923, conforme estabelecido pela Lei nº 2.207, Marabá foi alçada à condição de cidade (Ribeiro, 2010).

Era então um pequeno lugarejo de tapiri de taipa, encravado nesta estreita faixa de terras entre os dois rios Tocantins e Itacaiúnas. Povoado barulhento, que cheirava a palha verde e sarnambi de borracha. Assim nasceu a cidade de Marabá, despontando na folhagem verde da Amazônia (Jadão, 1984, p.99).

Marabá nasce do comercio, do comércio da borracha, matéria prima altamente valorizada naquele período, cidade que perpassa por idas e vindas de ciclos econômicos, que começa pelo da borracha, passando pelo da castanha, sendo que no mesmo período do da castanha surge outro que é a extração do diamante, mais que o da castanha, sem nenhuma sombra de dúvida, segundo Jadão (1984), foi o de maior relevância para a economia da cidade e para o crescimento da mesma, sendo interrompido pela pecuária, haja vista que para expandir seu território, a pecuária necessita de solo desprovido de qualquer tipo de vegetação, para plantar o capim, isso vai ocasionar um grande problema para quem vivia da floresta. As arvores foram retiradas não só para plantar capim, como também para serrarias que estavam sendo implantadas para todos os lados na região a partir do final da década de 1950, isso porque Marabá aos poucos vai se integrando ao restante do Brasil (Ribeiro, 2010).

Isso vai afetar no comercio porque nesse momento a maior parte dos trabalhadores prestava serviços na extração da castanha, e com o avanço da agropecuária na região a partir do final da década de 1950 vai ocorrer uma derrubada de boa parte dos castanhais, para substituir por pastagem, e isso ocasionou um alto índice de desemprego, já que a maior parte das pessoas vivia em função da coleta da castanha, ou seja, o movimento girava em torno do extrativismo da castanha. A pecuária não absorveu tanta mão de obra como nos castanhais (Rodrigues, 2010).

A fama do barracão comercial de Marabá, que originou o núcleo urbano, cresceu e outras casas comerciais foram se estabelecendo como casa de aviamento que forneciam mantimentos para os caucheiros adentrarem nas matas para a extração do látex, a partir do local onde hoje se encontra o bairro Cabelo Seco, na extremidade do pontal junto à

confluência dos dois rios Tocantins e Itacaiúnas (Almeida, 2008, p. 36). Com a história de ganho fácil que percorria em algumas regiões, principalmente Goiás e Maranhão, segundo Almeida (2008), todos os dias chegavam uma leva de pessoas para o pontal para tentar a sorte com a extração da borracha.

Como podemos perceber Marabá desde sua fundação, era um ponto estratégico para rota comercial, por isso, comerciante que era Francisco Coelho percebeu que ali era um ponto estratégico para colocar seu comércio, pois a sua instalação estava na confluência dos dois rios, o Tocantins e o Itacaiúnas, haja vista que os seringais ficavam acima no rio Itacaiúnas, tendo toda a circulação de mercadorias e também de pessoas que passar em frente ao seu comércio, tanto na entrada, quanto na saída, comércio esse que fornecia mercadoria, como: paneiro, facão, machado, espingarda e alimentos, como farinha, sal, açúcar e café para boa parte dos seringueiros. O financiamento ou o aviamento, importante para a atividade extrativista, passou a ser feito também nesse local, tornando-o passagem obrigatória para os coletores e para os patrões que contratavam os mesmos para o difícil trabalho na mata (Almeida, 2008, p. 36).

Conforme aponta Ribeiro (2010, p. 28), desde o início, aparece a figura do comerciante. Numa região em que a terra não constitui bem escasso, não aparece a figura do latifundiário como “poderoso por excelência”. Nas regiões mais distantes, o bem escasso era o capital e os meios de comercialização. O comerciante tinha interferência em dois momentos, primeira, na venda dos produtos necessários para que os trabalhadores pudessem permanecer por longo período na mata para a extração, e depois, na compra do produto coletado por esses trabalhadores. Então nesse período, como afirma Ribeiro (2010), quem detinha o poder sobre os meios de produção e de circulação dos produtos aqui extraídos eram os comerciantes. De acordo com Ribeiro (2010), eram eles que ditavam o valor das suas mercadorias fornecidas para os seringueiros e que, da mesma forma eles que colocavam os valores a serem vendidos os produtos extraídos pelos os seringueiros.

Com a valorização da borracha no mercado internacional, Marabá, no sudeste do Pará, passou a ter visibilidade regional e nacional. É dentro de tais circunstâncias que o “Vale do Itacaiúnas”, nas proximidades da confluência entre os rios Tocantins e Itacaiúnas, em razão da descoberta de caucho (*hevea castilhoa*), passou a exercer papel importante no âmbito das estratégias da produção capitalista, principalmente a partir do começo do século XX e que segundo Rodrigues (2010, p. 67). É nesse período que várias cidades na região passam terem visibilidade.

Segundo Rodrigues (2010, p. 69), é possível inferir o caráter provisório do processo de povoamento que passou a se estabelecer em algumas áreas às margens do curso

médio e alto do rio Tocantins. Com a descoberta do caucho, a prática da agricultura foi cada dia entrando em decadência no burgo, haja vista que o seu valor no mercado nacional e internacional era superior a atividade praticada no burgo, e por falta de mão-de-obra na prática da agricultura, sendo que quase que toda a mão-de-obra estava voltada para a extração do látex.

Assim, os últimos anos do século XIX testemunharam o processo de decadência do “burgo do Itacaiúnas”, bem como o deslocamento do respectivo povoado para a confluência entre os rios Tocantins e Itacaiúnas, local onde se encontra hoje a cidade de Marabá (Rodrigues, 2010, p.70). A mudança de localização está relacionada ao declínio da atividade agrícola e a ascensão da atividade extrativa do caucho que impulsionou as práticas comerciais, que passaram a se desenvolver. É dentro desse contexto que foi inaugurado, no ano de 1898, por Francisco Coelho, o “barracão Marabá”, no sítio onde, posteriormente, se estabeleceria o povoado, a vila e a cidade de mesmo nome (Rodrigues, 2010, p. 70).

Por sua vez, Marabá, nos primeiros anos do século XX, constituía-se pequeno povoado com alguns barracões e casebres improvisados de aspecto precário e com reduzida população, na confluência entre os rios Tocantins e Itacaiúnas, cuja função estava relacionada ao extrativismo do caucho (*Hervea Castilhoa*) (Rodrigues, 2010, p. 70).

O ciclo da borracha conseguiu se sustentar até 1920, mas com a concorrência asiática, o mesmo não conseguiu manter-se, pois eles racionalizaram o plantio e com isso o Brasil não conseguiu competir. Mas, com o fim desse ciclo, outro produto já vinha ganhando destaque no mercado que era a Castanha do Pará. Dá mesma forma que acontecia na extração da borracha, ocorria na da castanha, e assim o processo de aviamento permaneceu.

De acordo com Ribeiro (2010), a pessoa que ia trabalhar na extração da castanha recebia um adiantamento de aviação necessário para sua sobrevivência na mata, como alimento, roupa, tabaco, terçado, querosene e um pouco de dinheiro. A forma de pagamento deles, após a extração para o aviador, era descontada em boa parte da produção por ele realizada, e a parte que sobrava eles tinham que vender também para o aviador. Só lembrando que quem estabelecia o valor era o aviador.

Segundo Ribeiro (2010, p. 34), “para fugir dessa cadeia de exploração os castanheiros procuravam manter-se durante a safra o mais auto-suficiente possível, de modo a evitar a contração de dívidas junto aos barracões do castanhal.” De acordo com Ribeiro (2010), a extração da castanha vai ser tão importante para a cidade de Marabá que ainda na extração da borracha era uma localidade com casas ainda feita de palha, e que com a extração da castanha a paisagem vai mudar completamente por razão dessa atividade.

Ribeiro (2010) vai dizer que as margens do Tocantins só vão ganhar destaque no sentido de maior importância a partir do momento que vão construindo casas comerciais e depósitos de castanhas. O que levou a isso foi o “porto” fluvial de Marabá que de lá escoava toda a produção da região.

Segundo Almeida (2008), Marabá vai ter na extração da castanha sua principal atividade, e vai ser a mesma a responsável pela evolução da cidade de Marabá. Os castanheiros começam a chegar à cidade no mês de dezembro e isso vai fazer com que o movimento na cidade se intensifica, alimentando assim, as pensões, casas de refeição e os cabarés, e eram nesses locais que os “gatos”, nome que eram chamados àquelas pessoas que trabalhavam na procura de empregados para seus patrões para trabalhar na extração da castanha, era nesses locais que os “gatos” observavam os visitantes Almeida (2008, p. 42).

Segundo Rodrigues (2010), o domínio dos meios de produção, que era composto pelos os meios de transporte e de comunicação, era em grande parte pertencente à oligarquia dos castanhais. Segundo ele a partir da década de 1950 em diante, o poder hegemônico passou a ser exercido por um grupo de comerciantes, fazendeiros e exportadores de castanha.

2.1 A integração nacional, a cidade e o comércio às margens da rodovia.

A partir de 1959, com a abertura da Belém-Brasília, ocasionando uma maior acessibilidade, Marabá começa a sofrer a influência do Sul do Brasil, porque o mesmo começa a vender seus produtos mais em conta, e isso diminui a dependência que Marabá tinha de Belém (Almeida, 2008, p. 53). Segundo Almeida (2008), isso ocasionou um impacto no comércio porque algumas pequenas indústrias que aqui existiam, como de sapatos, não conseguiram concorrer com as do Sul do país por causa do preço e terminaram falindo. Mas Marabá só vai deixar esse isolamento de fato a partir de 1969 com a abertura da PA-170, ligando Marabá a Belém-Brasília.

De acordo com Almeida (2008), com essa ligação que Marabá vai ter a partir da abertura das Rodovias, vai ocorrer uma valorização das terras, isso vai atrair cada vez mais investidores para região. A partir daí, o núcleo Marabá “Pioneira” começa a crescer principalmente por causa das invasões de terras, começando pela Fazenda Santa Rosa e posteriormente Fazenda Santa Rita.

Em 1974 foi feito um aterro ligando a Avenida Antônio Maia à Rodovia Transamazônica, fazendo com que essa avenida que corta a Marabá Pioneira passasse a ser um centro comercial de muita importância para cidade e também a Getúlio Vargas que

polarizava boa parte do comércio a partir do início da década 1970, (Almeida, 2008, p. 56). Segundo Almeida (2008), essa avenida por está bem localizada e ser o ponto mais alto da Marabá Pioneira, passa a viver a população de melhor poder aquisitivo da cidade, e por consequência, as melhores casas do núcleo se concentravam nela. Os órgãos institucionais se encontravam ou nela ou próximo. A sede da Prefeitura, por exemplo, se encontrava ao lado da Praça Duque de Caxias na Avenida 5 de Julho e era único espaço até aquele momento asfaltada.

De acordo com Almeida (2008), até a década de 1960 o número de automóveis em Marabá era quase zero, a forma que as pessoas usavam para se locomover era a pé mesmo, até porque os lugares não eram muito distantes uns dos outros. Nesse período, o bairro mais povoado era o Francisco Coelho que ficou conhecido como Bairro do “Cabelo Seco”. Marabá vai ter um crescimento populacional significativo entre 1950 e 1960, de 4.920 para 8.772 habitantes Almeida (2008, p. 61). Esse crescimento vai se dá pela a valorização da castanha no mercado internacional, e com isso vai atraí cada dia mais pessoas para cidade, além da facilidade de acesso a partir da abertura das Rodovias.

Segundo Rodrigues (2010), até ali por volta de 1940, a atração da população para Marabá estava atrelada à safra da castanha, era o “carro chefe” para o bom andamento e desenvolvimento da cidade. Mas isso mudou com a descoberta do diamante e do cristal de rocha no rio Tocantins, agora sendo o objeto mais cobiçado por aqueles que aqui chegavam à procura de enriquecimento fácil.

Segundo Jadão (1984), somente em 1938 foram descoberta os primeiros garimpos de diamantes no Pedral do Céu Azul – no canal do Capitariqura – no distrito de Jacundá no rio Tocantins, pelos senhores Deusdedith Pinheiro e Leovergílio Ferreira de Souza. Todos os dias chegavam pessoas para trabalhar no garimpo de diamante na área das corredeiras do Itabora. Segundo Almeida (2008), por mais que essa atividade tivesse importância para a cidade de Marabá, não foi com a mesma magnitude que teve a atividade da castanha. Uma das vantagens que tinha o garimpo de diamante era porque as mesmas pessoas que trabalhavam na extração da castanha também poderiam trabalhar no garimpo de diamante, porque o garimpo era explorado no período de estiagem das chuvas e nesse período a água do rio baixava e com as águas baixas os “pedrais” surgiam facilitando a garimpagem, e a extração da castanha era no período chuvoso começando pelo o mês de novembro.

Os primeiros garimpos de diamante constam do ano de 1938. Em 1939 os garimpos de Jacundá se tornaram bastante conhecidos, e quem se destaca é Marabá, pois devido a sua localização e por ser a cidade mais próxima que tinha aeroporto, tornou-se o centro absoluto de financiamento e comércio para os garimpeiros de diamante. A cada dia

que passava, a cidade se deparava com a chegada de mais e mais pessoas para trabalhar nos garimpos e isso movimentava o comércio (Jadão, 1984, p. 126). Com isso o movimento só aumentava cada dia que passava porque agora tinha pessoas para movimentar o comércio tanto no período chuvoso quanto no período de estiagem já que as atividades eram em períodos diferentes, fazendo com que o movimento no comércio ficasse mais intenso.

Até antes dos garimpos de diamante e da pecuária, a cidade de Marabá não era uma cidade que segurava as pessoas por muito tempo, devido às suas instabilidades econômicas, relacionadas às idas e vindas de ciclos econômicos. Mas, segundo Almeida (2008), com o garimpo e a pecuária, as pessoas que chegavam, já estavam fixando moradia aqui, pela própria importância que a cidade estava adquirindo de acordo com (Almeida, 2008, p. 62), “na própria área central, na Praça Duque de Caxias, instalaram-se os bancos, os escritórios das companhias aéreas, além dos serviços já existentes como a Delegacia, a Prefeitura e a loja maçônica”.

No período de 1929 a 1947 a cidade começou a sofrer algumas mudanças. Em sua fisionomia, com o aparecimento de ruas paralelas à Avenida Antônio Maia e com o aparecimento de largas avenidas. Segundo Ribeiro (2010, p. 37), nesse período Marabá já começava a perder um pouco daquelas características que tinha antes, que eram marcadas pelas casas de palhas, sendo substituídas por casas de alvenaria, surgindo uma nova paisagem na Marabá Pioneira, e com isso dando uma maior estabilidade de sua população, que antes não existiam.

Segundo Ribeiro (2010), até 1960 a cidade de Marabá se concentrava nas margens do Tocantins, tanto na margem direita como na esquerda, isso porque era ali que se concentravam os serviços e o comércio, e eram esses serviços que abasteciam a população e aqueles que trabalhavam na extração da castanha, “a atividade da exploração da castanha na região contribuiu diretamente para a consolidação desse primeiro núcleo urbano de Marabá” De acordo (Ribeiro, 2010, p. 41), Porque é nesse período que a cidade sai do isolamento com as demais regiões do Brasil a partir da abertura das rodovias.

Segundo Ribeiro (2010), Marabá aos poucos foi deixando de ser uma cidade extrativista, principalmente a partir dos anos 1960, com a abertura das rodovias ligando Marabá as outras regiões do Brasil e com isso dando espaços para outros agentes, como os promotores industriais principalmente, e os promotores imobiliários e os bancos. De acordo com Ribeiro (2010, p. 430) é a partir de então que o poder político das oligarquias de Marabá começa a declinar e isso vai estar relacionado à integração de Marabá ao restante do Brasil, isso vai fazer com que as terras que até o momento estavam sobre o domínio dos comerciantes, passassem a se concentrar nas mãos principalmente das empresas capitalistas

estatais, como a Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), empresa essa que é uma grande consumidora de espaço, e de algumas empresas privadas como o Banco Bamerindus.

Com relação ao exposto, podemos perceber que a cidade de Marabá surgiu do extrativismo do caucho, e consolidou-se com a castanha, sofreu influências ainda do ciclo do cristal de rocha e da exploração de diamante, que estimularam a migração e a fixação de famílias na cidade. Essas atividades foram importantes para o crescimento da Marabá Pioneira, pois a partir delas se formaram as primeiras casas comerciais no pontal, sendo a mais conhecida de todas elas a Casa comercial Marabá que Francisco Coelho ergueu ali.

A função que Marabá passou a exercer, como centro comercial estrategicamente situado, onde se localizava a infra-estrutura de transporte, conectado à rede urbana paraense, e neste sentido, a cidade de Belém, constituiu-se elemento que tendeu a fortalecer a centralidade desse vilarejo (Rodrigues, 2010, p. 77). Para os dias de hoje, a dinâmica econômico-espacial do comércio do núcleo Marabá “Pioneira” assume um papel importante no que se refere à organização dessa porção da cidade, sobretudo para as atividades que ali se mantêm e para o processo de valorização do espaço que ainda atua nessa área. Passaremos agora para explorar os elementos empíricos dessa dinâmica no próximo capítulo.

CAPÍTULO 3: A VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO E A DINÂMICA ECONÔMICO-ESPACIAL DO COMÉRCIO NO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA.

1. O processo da pesquisa de campo e da coleta de dados:

Nosso trabalho de campo ocorreu da seguinte forma: primeiro, elencamos algumas questões que nos deram suporte para entender a dinâmica econômico-espacial do comércio da Marabá Pioneira, questões essas direcionadas aos comerciantes na forma de questionários, sendo aplicados 50 (cinquenta) questionários, com 17 (dezesete) perguntas. Dos 449 (quatrocentos e quarenta e nove) estabelecimentos que estão regularizados para o funcionamento, ou seja, que tem alvará de funcionamento, fornecidos pela Secretaria Municipal de Gestão Fazendária (SEGFAZ), destacamos 10%, que deu 45 (quarenta e cinco) questionários para serem aplicados. No entanto, decidimos aplicar 50 (cinquenta), não em todo o núcleo da Marabá Pioneira, mas apenas no centro comercial deste núcleo.

Esse trabalho ocorreu num prazo de três dias, no mês de agosto de 2016, fazendo uso de algumas ferramentas como folha de chamex, caneta estereográfica, prancheta, máquina fotográfica e aparelho GPS. Dos 449 (quatrocentos e quarenta e nove) estabelecimentos que tem alvará de funcionamento no núcleo da Marabá Pioneira, apenas 37 (trinta e sete) são associados ao Sindicato do Comercio Varejista de Marabá (SINDICON). Dos 50 (cinquenta) questionários aplicados, percebemos que apenas 24 (vinte e quatro) estabelecimentos são associados à Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM), correspondendo 48% do total de estabelecimentos que foram aplicados os questionários.

Além dos 50 (cinquenta) questionários aplicados durante a pesquisa de campo, fizemos o levantamento de todos os estabelecimentos localizados na Avenida Antônio Maia, na Avenida Getúlio Vargas e na Rua Cinco de Abril considerando a importância que esse eixo tem na estrutura da Área Comercial e de Serviços do Núcleo Marabá “Pioneira” somando um total de 292 (duzentos e noventa e dois) estabelecimentos.

Nesse trabalho de campo realizamos uma entrevista com o Secretario Executivo da (ACIM) Sr. Flávio Corrêa referente ao comércio da Marabá Pioneira, indagamos sobre a quantidade de estabelecimentos associados à ACIM, quais os requisitos para se associar, a importância da localização na Marabá Pioneira para as suas atividades, os maiores estabelecimentos da Pioneira, se houve redução de funcionários no comércio e quais os

impactos da ALPA, do Shopping e da crise econômica recente no comércio da Marabá Pioneira.

2. As dimensões da valorização do/no espaço

A Área Comercial da Marabá Pioneira já é uma área historicamente consolidada, como já falamos anteriormente, quando consideramos os atuais usos desta parte da cidade, percebemos que existem atividades que se mantêm desde o ano 1967, como o Hildas Hotel, no ramo na prestação de serviços na atividade hoteleira.

TABELA 1: ANO DE INÍCIO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS NA MARABÁ “PIONEIRA”	
Nome do estabelecimento	Ano
Hildas Hotel	1967
Ótica Noelia Maia	1976
Armazém Paraíba	1978
Comercial Alpa	1980
Magazine Liliani	1982
Elos Calçados	1983
Chic'Presentes	1984
Chic'lazer	1984
Maraluz	1986
Leolar	1986
A Principal	1986
Som Três	1986
O Boticário	1988
Facce Nova Boutique	1995
Super Baratão	1996
Clifísio	1996
Eletromáquinas	1996
Lojas Nordeste	1996
Posto de Combustível Montana	2000
Celular & Cia	2000
Moda Show	2001
Móveis Catarinense	2001

Napas Carecone	2003
A Renovar	2003
Floricultura Bamboo	2003
City Lar	2005
Drogarias Big Bem	2006
Revemar	2006
Armazém Paraíba	2008
Romanel	2008
Cacau Show	2009
Farmácia	2009
Manga	2010
Dani Bijuterias	2010
Novo Tok	2010
Barraca do Anderlan	2011
Colchões Ortobom	2012
Lojas Americanas	2013
Ponto da Moda	2013
Sou Certificados	2013
Fill aFill	2014
Extra Farma	2014
Sorriso Feliz	2014
Lojas Maranata	2015
Morenta	2015
N,W Confecções	2016
Marola Mult Esport	2016
Moça Biju	2016
Plásticos Amazona	Não informaram
Óticas Luxus	Não informaram

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016.

Org.: SILVA, Woston Batista.

A permanência dessas atividades que contabiliza 48, que é a quantidade de estabelecimentos que indicou o ano de início das atividades nesse núcleo, e apenas dois dos 50 (cinquenta) não forneceu esses dados, identificados na Tabela 1, nesse espaço durante décadas é um indicador do quanto a Marabá Pioneira ainda exerce papel fundamental no

comércio, principalmente o comércio varejista na cidade de Marabá, que hoje corresponde, como podemos perceber, a 63,36% do comércio da Marabá Pioneira, como indica na Tabela 2.

TABELA 2: DISTRIBUIÇÃO E TIPOS DE USO NA ÁREA COMERCIAL DO NÚCLEO MARABÁ “PIONEIRA”			
Tipos de uso		N.º Abs.	(%)
Comércio	Varejista	185	63,36
	Atacadista	2	0,68
Institucional		9	3,08
Serviços		48	16,44
Subutilizado		31	10,62
Residencial		16	5,48
Outros		1	0,34
Total		292	100

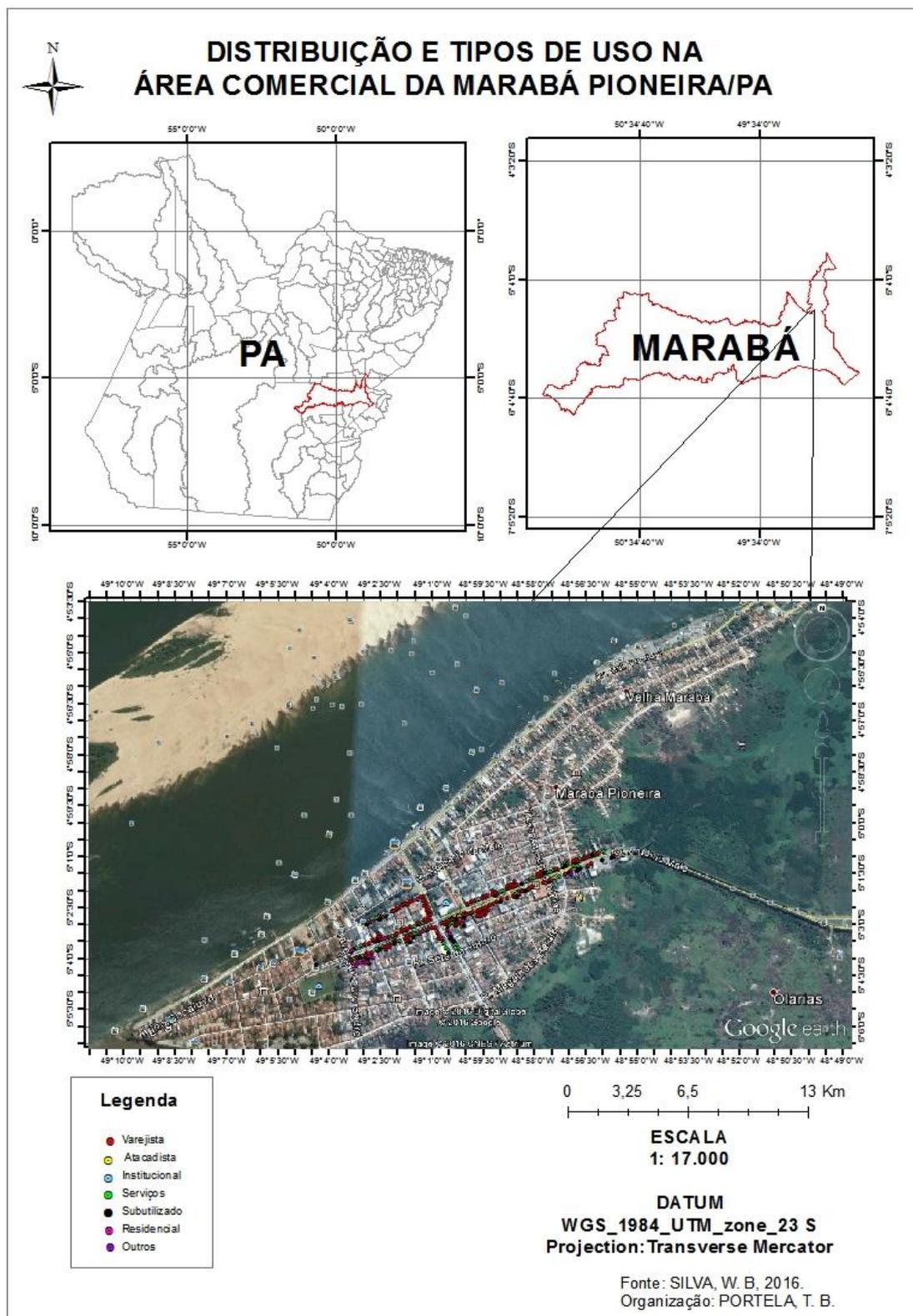
Fonte: Trabalho de campo/ agosto de 2016

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel.

A Tabela 2 nos mostra a distribuição e os tipos de usos presentes na área comercial do núcleo da Marabá Pioneira, com destaque para o comércio varejista e a prestação de serviços. No trabalho de campo, como já mencionamos aplicamos 50 (cinquenta) questionários, no entanto como trabalhamos o centro comercial da Marabá Pioneira contabilizamos todos os estabelecimentos além daqueles em que foram aplicados os questionários, por isso que o número de usos é superior ao número de questionários aplicados.

O segundo ramo de atividade na Marabá Pioneira que também se destaca, é a prestação de serviços, com 48 (quarenta e oito) estabelecimentos, correspondendo, a 16,44% do comércio desse núcleo do total contabilizado. Em terceiro lugar vêm os subutilizados, incluindo aí, os estabelecimentos fechados e aqueles que estão para aluguel. Em quarto lugar estão os institucionais, incluindo igrejas e repartições Públicas.

MAPA 1



O Mapa 1 nos mostra a distribuição e os tipos de usos na área comercial da Marabá Pioneira. Podemos perceber ainda o quanto a Avenida Antônio Maia é importante para esse Núcleo, pois a mesma concentra a maior parte do comércio e serviços.

FOTO 5: Centro comercial da Marabá Pioneira, na Avenida Antônio Maia.



Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de campo/agosto de 2016.

Essa área hoje concentra uma grande quantidade de serviços da mais moderna a mais simples, tanto no varejo quanto na prestação de serviços. Do lado esquerdo da foto podemos perceber a presença das Lojas Leolar, instalada na Pioneira desde 1986, revelando que esse espaço ainda é muito importante para esse tipo de atividade.

Nessa área da Marabá Pioneira, hoje podemos encontrar uma diversificação de atividades desde mais moderna até a mais simples. Aqui encontramos a loja de roupa com preços bastante acessíveis, como também aquelas como as boutiques que atende uma classe da sociedade com um poder aquisitivo mais elevado. Eletrodomésticos do mais simples ao mais moderno.

2.1 A diversidade de usos que constitui a valorização do espaço na Área Comercial do Núcleo Marabá Pioneira.

Hoje o núcleo da Marabá Pioneira é um espaço composto pelos mais variados tipos de usos como já demonstramos, e são esses usos que no decorrer de décadas foram sendo o motivo da valorização do espaço desse núcleo. É a manifestação e a concretização

ao longo de anos desses objetos no espaço que levou a Marabá Pioneira a chegar ao patamar que hoje ela se encontra.

Hoje esse espaço, segundo os comerciantes, é o principal núcleo comercial varejista de Marabá, porque ali é aonde se concentra as maiores lojas no ramo varejista como Armazém Paraíba, Lojas Leolar, Lojas Americanas, Liliane, City Lar e lojas como o Super Baratão, que só se encontra na Marabá Pioneira, sendo uma loja no ramo varejista, e várias outras lojas que não tem a mesma importância em tamanho, mas que são geradoras de uma quantidade significativa de empregos para a cidade de Marabá.

2.2. Os agentes produtores do espaço e os grandes empreendimentos do comércio varejista da Área Comercial do Núcleo Marabá “Pioneira”.

Após verificarmos a diversidade de usos que define a valorização do espaço na Área Comercial da Marabá Pioneira, levando em conta que para Moraes e Costa (1984) esse processo é definido em sua produção como um valor produzido, ou seja, aquela Área Comercial foi construída por diversos agentes produtores do espaço, através de força de trabalho ao longo de décadas. O processo de valorização do espaço na Área Comercial do núcleo Marabá “Pioneira” é produzido pelos diversos agentes que ali se encontram, como Promotores Imobiliários, como os bancos, Itaú, Banco do Brasil, Bradesco e a Caixa Econômica Federal. O outro agente é o Estado que atua na organização do espaço e na arrecadação de impostos, na fiscalização do comércio e dos serviços, e se faz presente em Instituições Públicas como Secretaria de Assistência Social da prefeitura (SEASP), e o Serviço de Atendimento ao Cidadão (SACI).

TABELA 3: AGENTES PRODUTORES DO ESPAÇO IDENTIFICADOS NA ÁREA COMERCIAL DA MARABÁ “PIONEIRA”		
Agentes	N.º Abs.	(%)
Promotores Imobiliários	4	8,00
Proprietários dos meios de produção, comércio e serviços	44	88,00
Estado	2	4,00
Total	50	100

Fonte: Trabalho de campo/ agosto de 2016

Org.:SILVA, Woston Batista, 2016.

A Tabela 3 representa os tipos de agentes produtores do espaço que foram encontrados na área comercial da Marabá Pioneira. Os agentes encontrados foram os Promotores Imobiliários e o Estado.

O Mapa 2 identifica as maiores lojas da Área Comercial da Marabá Pioneira, pois ao fazer o trabalho de campo, foi possível identificá-las como os maiores empreendimentos e maiores consumidoras de espaço. Todas essas lojas são do ramo varejista e isso nos mostra o quanto que esse núcleo é importante para esse tipo de atividade. Além das grandes lojas que são consumidoras de espaços, também existem aquelas pequenas lojas, que por mais que são menores em espaço físico, mas que a soma todas elas, são grandes consumidoras de espaços.

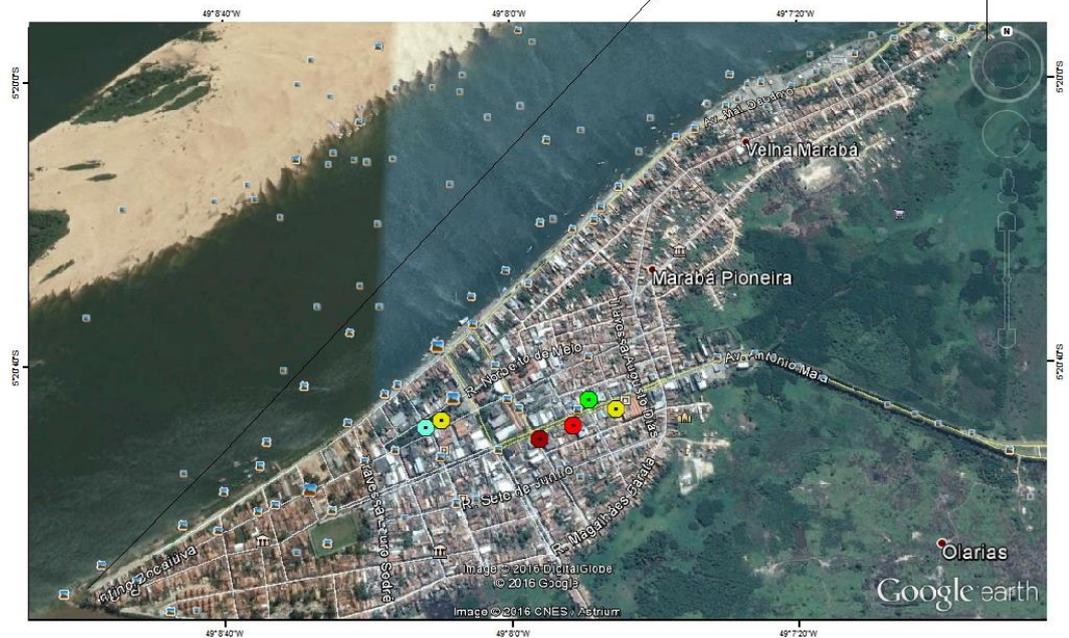
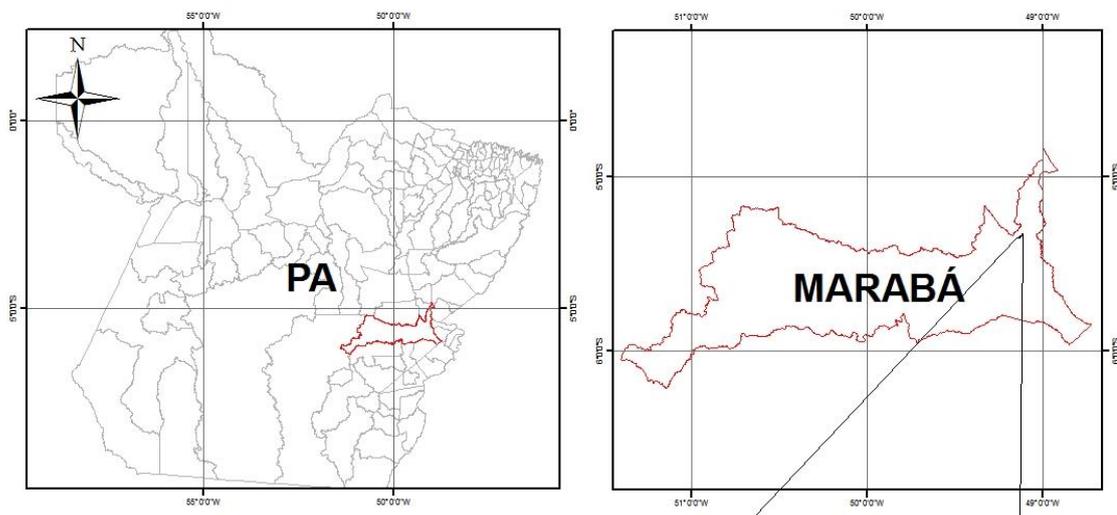
Para saber quais os maiores empreendimentos da Marabá Pioneira fizemos uma entrevista junto ao Sr. Flávio Corrêa, Secretário Executivo da Associação do Comércio e Indústria de Marabá (ACIM). Para o secretário,

Então hoje aqui temos em grau de tamanho, como você estava falando de estrutura física, o Armazém Paraíba, uma loja de varejo aqui na Praça Duque de Caxias e a da Antônio Maia, que é o Magazine Paraíba (informação verbal).²

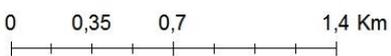
² CORRÊA, Flávio. **Entrevista concedida pelo Secretário Executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM)**. Marabá, 03 ago. 2016.

MAPA 3

AS LOJAS QUE MAIS EMPREGAM NA MARABÁ PIONEIRA/PA



- Legenda**
- Liliani
 - Super Baratão
 - Lojas Americanas
 - Armazém Paraíba
 - Maraluz



ESCALA
1:17.000

DATUM
WGS_1984_UTM_zone_23S
Projection: Transverse_Mercator

FONTE: SILVA, W. B., 2016.
Organização: PORTELA, T.B

O Mapa 3 representa as lojas que mais empregam hoje na Marabá Pioneira, e como podemos observar, coincidentemente, quatro delas são as maiores lojas desse núcleo. Esses agentes produtores do espaço participam da valorização do espaço da seguinte forma: por serem agentes com um capital bastante elevado, eles fazem com que seja empregada muita força de trabalho, e isso é bem visível nas suas grandes lojas, e, como afirma Moraes, Costa (1984), é o trabalho é a medida real do valor.

Segundo o Secretário Executivo da ACIM, Sr. Flávio Corrêa, quanto aos empreendimentos que possuem o maior número de empregados na Marabá Pioneira,

Mas se você analisar a Velha Marabá, o maior empregador aqui é o Armazém Paraíba e Magazine Paraíba, que são do mesmo proprietário. Mas se você analisar a quantidade de empresas que temos na Velha Marabá... Se você somar todas as pequenas empresas, o número de funcionários que essas têm em comparação com as grandes aqui na Velha Marabá, você vai ver que ela emprega muito mais que essas grandes. (informação verbal).³

Essas informações do Sr. Flávio Corrêa nos mostram o quanto que essas pequenas empresas têm um papel fundamental no que se refere ao comércio empregador de mão-de-obra, não menos importante que os grandes comércios desse núcleo.

³ CORRÊA, Flávio. **Entrevista concedida pelo Secretário Executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM)**. Marabá, 03 ago. 2016.

FOTO 6: Imagem do Armazém Paraíba na Avenida Antônio Maia

Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de campo/ agosto de 2016.

O Armazém Paraíba, além de ser o maior comércio em espaço físico, é também um dos maiores empregadores, com um total de empregados hoje nessa loja, de 50 (cinquenta) funcionários. O mesmo já está nesse núcleo desde 1978.

2.3 A importância da localização da Área Comercial para as atividades e empreendimentos econômicos da Marabá “Pioneira”.

Hoje a Marabá Pioneira ainda se mantém como um importante núcleo comercial para essa cidade, e para isso ela vai contar com vários fatores positivos segundo os comerciantes, como mostra a Tabela 4 (quatro).

TABELA 4: A IMPORTÂNCIA DA LOCALIZAÇÃO DO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA PARA SUAS ATIVIDADES DE COMÉRCIO E DE SERVIÇOS

Importância	N. Abs.	(%)
Acessibilidade (entrada do núcleo Marabá Pioneira, estacionamento, acesso aos demais núcleos da cidade, transporte público, correios)	7	7,23
Concentração e proximidade a atividades comerciais	36	37,11
Fluxo de atividades comerciais	15	15,46
Fluxo de pessoas	22	22,69
Proximidade às instituições financeiras	6	6,18
Proximidade à rodovia (Antônio Maia)	5	5,15

Proximidade ao rio (atividades náuticas)	1	1,03
Proximidade à orla (atividades turísticas)	1	1,03
Sociabilidades voltadas ao comércio	1	1,03
Imóvel próprio	1	1,03
Não informaram	2	2,06
Total	97	100

Fonte: Trabalho de campo, 2016.

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel.

A Tabela 4 nos mostra as razões que leve os comerciantes a escolher esse espaço para colocar seus estabelecimentos. Esses dados nos mostram que, mesmo diante de algumas deficiências como as que apresentam a Marabá Pioneira, e que as pessoas relataram na pesquisa de campo, como ruas estreitas, falta de estacionamentos e mais parceria entre o poder público e o privado; as pessoas preferem essa área por todos esses fatores referenciados na Tabela 4 como: melhor acessibilidade, o fluxo de pessoas é maior que nos outros núcleos, lá é aonde se concentra a maior quantidade de serviços, e isso faz com que o fluxo de pessoas aumente, as instituições financeiras estão próximas do comércio, a proximidade à Rodovia (Antônio Maia) e até mesmo o rio, para aquelas atividades que vendem motor de barco, como o comercial ALPA, e a Chic's Lazer que vende artigos de casa & pesca.

Na nossa pesquisa de campo, percebemos aquilo que Corrêa (2005) vai chamar de coesão, que ele define como aquele movimento que leva as atividades a se localizarem juntas. Isso ocorre na Avenida Antônio Maia, com o comércio varejista e os serviços. A tabela 5 mostra bem esse processo, quando os comerciantes disseram que as atividades são complementares entre si, mesmo naquele espaço tendo dos mais variados tipos de produtos.

Segundo Corrêa (2005), mesmo sendo de natureza distinta, estão localizadas juntas umas das outras, formando um conjunto coeso que pode induzir o consumidor a comprar outros bens que não fazia parte de seus propósitos. Foi isso que relatou ao ser entrevistada a gerente da loja Filla Fill, ao afirmar que as lojas de calçados eram muito importantes porque às vezes as pessoas compravam um calçado e iam à sua loja comprar um tecido que combinasse com o mesmo.

TABELA 5: A RELAÇÃO COM AS DEMAIS ATIVIDADES COMERCIAIS E DE SERVIÇOS PARA OS ESTABELECIMENTOS DA ÁREA COMERCIAL E DE SERVIÇOS DO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA		
Importância	N. Abs.	(%)
Proximidade a outros estabelecimentos do mesmo ramo	3	4,55
Proximidade às instituições financeiras	17	25,76
Proximidade às instituições públicas	1	1,51
Proximidade a outros estabelecimentos de ramos diferentes e complementares	22	33,33
Escritórios de contabilidade	1	1,51
Proximidade à feira	1	1,51
Acesso ao mercado consumidor	6	9,10
Não informaram	15	22,73
Total	66	100

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016.

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel.

A Tabela 5 está representando, a diversidade de lojas que estão na Marabá Pioneira e a importância que cada uma tem para as outras, sendo do mesmo ramo ou não, ou complementares entre si, e das 66 (sessenta e seis) respostas que obtivemos, podemos perceber o quanto que essas atividades são importantes umas para as outras.

FOTO 7: Centro comercial da Marabá Pioneira, TV Santa Teresinha.



Fonte: SILVA, Woston Batista. Trabalho de campo/ agosto de 2016.

Imagens da TV Santa Teresinha com a Avenida Antônio Maia, em um dos pontos mais movimentado da Marabá Pioneira, no Semáforo.

A Foto 6 nos mostra que mesmo algumas lojas sendo de natureza distinta, são complementares entre si. Podemos perceber a presença de pelos menos três lojas diferentes “coladas” umas nas outras: a “Som Três” loja de instrumentos musicais; “Born Rio” que é uma boutique; e “A Outra”, uma loja popular, vende roupas e calçados.

3. A Área Comercial do núcleo Marabá Pioneira frente à crise, à especulação sobre a Alpa e à entrada de novos serviços em Marabá.

A Tabela 6 vai mostrar as lojas que além de ter na Marabá Pioneira, também possuem estabelecimentos em outros núcleos da cidade.

TABELA 6: AS LOJAS QUE POSSUEM ESTABELECIMENTOS NOS OUTROS NÚCLEOS			
Empreendimentos	MARABÁ PIONEIRA	CIDADE NOVA	NOVA MARABÁ
	N.º Abs.	N.º Abs.	N.º Abs.
Floricultura Bamboo	1	1	-
Extrafarma	1	1	2
Cacau Show	1	-	1
O Boticário	1	2	2
Morenta	1	1	1
Posto de Combustível	1	2	3
Lojas Americanas	1	-	1
Maraluz	1	1	1
Armazém Paraíba 1	1	2	2
Fill a Fill	1	1	-
Elos Calçados	1	1	-
Revemar Moto Center	1	1	1
Dani Bijuterias	1	1	-
City Lar	1	1	1
Novo Tok	1	1	1
Colchões Ortobom	1	1	-
Shic's Presentes	1	2	2
Drogaria Big Bem	1	1	3
Ótica Noelia Maia	1	1	-

Leolar	1	2	4
Magazine Liliani	1	-	1
Farmácia Artesanal	1	-	1
A Renovar	1	1	-
Total	23	24	27

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel

Dos 50 (cinquenta) estabelecimentos que aplicamos questionários no núcleo Marabá Pioneira, constatamos que 23 (vinte e três) lojas possuem estabelecimentos em outros núcleos, o que nos leva a uma importante constatação da relevância que esse núcleo tem para alguns agentes produtores do espaço, principalmente os proprietários dos meios de produção, comércio e serviços, os promotores imobiliários, e o Estado. Percebemos ainda que tem algumas lojas que só se encontram nesse núcleo, como as lojas, Super Baratão, Maranata. A loja Maranata, a sua primeira instalação na cidade de Marabá, se deu na Nova Marabá, na Folha 31 em 2011, e em 2016 fechou sua loja nesse núcleo, abrindo outra na Marabá Pioneira. Isso mostra que a Marabá Pioneira ainda é de muita importância para o comércio, não só isso, como também revela que na mesma não houve enfraquecimento, já que tem lojas fechando em outro núcleo e indo para ela.

TABELA 7: DISTRIBUIÇÃO DA LOCALIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS MERCADOS CONSUMIDORES DA PIONEIRA		
Mercado consumidor	N.º Abs.	(%)
Marabá Pioneira	2	4,00
Cidade de Marabá	43	86,00
Cidade de Marabá e municípios	5	10,00
Total	50	100

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel.

Esses dados da Tabela 7 nos revelam o poder de atração que a Marabá Pioneira exerce sobre a cidade de Marabá e municípios, e como esse núcleo atrai consumidores de todos os núcleos da cidade. Isso nos leva a uma conclusão que mesmo diante de novos empreendimentos na cidade, como o Shopping Center Pátio Marabá esse núcleo ainda consegue ser atrativo para a cidade de Marabá.

TABELA 8: REDUÇÃO DO NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS NOS ÚLTIMOS 3 ANOS NA ÁREA COMERCIAL DO NÚCLEO MARABÁ PIONEIRA CONSIDERANDO OS PRINCIPAIS USOS DO SOLO

Tipos de uso		N.º de funcionários empregados		N.º de funcionários demitidos		N.º de funcionários em atividade	
		N.º Abs.	(%)	N.º Abs.	(%)	N.º Abs.	(%)
Comércio	Varejista	397	94,52	166	41,81	231	58,19
	Atacadista	-		-	-	-	-
Serviços		23	5,48	17	73,91	6	26,09
Total		420		183		237	100

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel

Houve no comércio da Marabá Pioneira uma redução significativa, principalmente na prestação de serviços, e em menor escala no comércio varejista como a tabela 8 nos mostra bem. Segundo o Sr. Flávio Corrêa, Secretário Executivo da ACIM, houve não só redução de funcionários, como também redução de lojas, por que algumas tiveram que fechar as portas. Ele vai dizer que,

Se você observar a Antônio Maia do seu início ao fim, você vai ver que hoje você encontra, no mínimo, de dez a quinze lojas – não vou dizer lojas – galpões, imóveis para alugar em plena Antônio Maia. Antigamente não existia isso. (informação Verbal).⁴

Isso foi constatado na nossa pesquisa de campo que além da redução de funcionários houve também um fechamento significativo de galpões nesse trecho da Avenida Antônio Maia. Ao entrevistar o Sr. Flávio Corrêa, o mesmo foi indagado sobre os possíveis impactos na Área Comercial, caso a Alpa fosse concretizada no município. Sua observação foi a seguinte:

Dizer que não afetou é um jeito de falar, mas afetou, mas não foi diretamente o comércio da Velha Marabá, mas foi em algo maior. Porque a ALPA foi aquilo que falei para você, ela criou uma bolha até por nós colocada, porque nós sempre colocávamos em outras esferas a possibilidade da ALPA, porque se não tivesse como parar, logicamente outras empresas de fora viriam até nós e já estaríamos preparados, porque os serviços ocorridos iriam para essas empresas de fora e ficaríamos a ver navios, então aqueles que investiram realmente se prepararam para o mercado, mas foi de um movimento que não aconteceu naquela escala, até houve uma retração por conta do que aconteceu no mundo. O que aconteceu na Velha Marabá, o que impactou de fato com ela, foi o próprio objeto de negócio. Em que

⁴ CORRÊA, Flávio. **Entrevista concedida pelo Secretário Executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM)**. Marabá, 03 ago. 2016.

sentido a gente fala? Fora uns dois ou três bancos aqui, que é o Bradesco, Itaú, a Caixa Econômica e Banco do Brasil, se tirar isso daqui, o que sobra na Velha Marabá? Para poder atrair as pessoas para cá? Só o comércio varejista. E uma cidade em um núcleo que está se tornando – vou dizer para você – meio que turístico por conta da Orla e por conta dessa Antônio Maia; fora isso, não há mais nada que atraia para essa região, além dos moradores que, além da ALPA e por causa da grande idade, um grande número dos novos moradores não tem essa questão arraigada de que não sai da Velha. O comércio da Velha Marabá precisa ser reestruturado, do contrário, vai ter um colapso a médio e longo prazo. Precisa ter uma revisão da Velha Marabá, precisa fazer daqui um núcleo turístico, precisa revitalizar e restaurar alguns prédios antigos e restaurar a cultura e o turismo. O ponto, o foco, precisa ser trabalhar com esse diferencial. (informação Verbal).⁵

Os impactos da Alpa como deixam bem claro a entrevista, foi o próprio discurso colocado pela Associação, que os comerciantes tinham que se preparar para que outras empresas não chegassem e tomassem seus lugares, essas empresas que estão aqui já tivessem preparadas. Segundo o Sr. Flávio Corrêa, para que o comércio volta a melhorar é necessário apostar principalmente no turismo, e o comércio desse núcleo precisa ser reestruturado. Segundo ele o que mantém a Marabá Pioneira hoje o comércio varejista e os bancos, fora isso não resta nada.

Com relação os impactos do Shopping no comércio da Marabá Pioneira, as respostas não foram muito diferentes com relação às da Alpa, como: diminuíram as vendas e reduziu o fluxo de veículos; reduziu o fluxo de pessoas. No entanto teve pessoa que diz que o Shopping fez com que atraísse mais pessoas para a cidade, contribuindo para o movimento do comércio da Pioneira. O que percebemos é que alguns dos entrevistados relataram que os impactos do Shopping no comércio só foram no início, depois voltou ao normal o movimento do comércio nesse núcleo.

⁵ CORRÊA, Flávio. **Entrevista concedida pelo Secretário Executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM)**. Marabá, 03 ago. 2016.

TABELA 9: IMPACTOS DO SHOPPING PÁTIO MARABÁ NO COMÉRCIO DA MARABÁ PIONEIRA		
Impactos	N.º Abs.	(%)
Diminuíram as vendas, o fluxo reduziu	15	26,79
Reduziu o fluxo de pessoas	7	12,50
Diminuiu as vendas no início	6	10,71
Aumentou o fluxo, as vendas aumentaram	1	1,79
Espaço climatizado	1	1,79
Não houve impacto	26	46,43
Total	56	100

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel.

A Tabela 9 representa os impactos do Shopping Pátio Marabá no comércio da Marabá Pioneira. Foram aplicados 50 (cinquenta) questionários, mas teve pessoas que levantaram mais de uma resposta, por isso o total de 56 (cinquenta e seis) respostas. Com relação aos impactos que o comércio da Marabá Pioneira vem sofrendo nos últimos anos, mais precisamente nos últimos três anos, a pesquisa de campo nos revelou que não houve enfraquecimento do comércio nesse núcleo, e que a causa principal desses impactos, não é nem o discurso da Alpa, e nem a implantação do Shopping Pátio Marabá, os próprios dados revelam isso.

Esses dados reforçam que, de fato, as idéias de que as vendas reduziram na Marabá Pioneira nos últimos 3 anos está relacionada ao Shopping Pátio Marabá, não é verdadeira, haja vista que isso está relacionada à crise econômica que estamos atravessando no momento, e é isso que a tabela 10 vai mostrar a seguir.

TABELA 10: IMPACTOS DA CRISE ECONÔMICA NO COMÉRCIO DA MARABÁ PIONEIRA		
Impactos	N.º Abs.	(%)
Diminuíram as vendas, o fluxo reduziu	35	60,34
Reduziu o fluxo de pessoas	10	17,24
Redução de funcionários	4	6,90
Não soube responder	1	1,72
Não houve impacto	8	13,79
Total	58	100

Fonte: Trabalho de campo/ agosto 2016

Org.: SILVA, Woston Batista; SILVA, Marcos Alexandre Pimentel.

A Tabela 10 reforça o que falamos anteriormente, pois percebemos que das 58 (cinquenta e oito) respostas que obtivemos um número bem mais elevado que os impactos da Alpa ou do Shopping Center Marabá, o número de respostas dos impactos foram bem superior das demais, afirmando que a crise tem impactado o comércio na Marabá Pioneira. Como podemos observar, das 58 respostas que obtivemos relacionadas aos impactos da crise econômica, apenas 8 foram dizendo que não houve impacto da mesma. Todos esses dados levantados nos revelam uma coisa, que o comércio da Marabá Pioneira, ainda é muito forte, forte o suficiente para que algumas pessoas mantenham mais de uma loja nesse núcleo, como o Armazém Paraíba, N,W Confecções, e a loja Chic's presente, Chic's Lazer e Leolar que são lojas do mesmo grupo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de valorização da Área comercial Marabá Pioneira se deu a partir de vários ciclos econômicos, como já mencionamos, transformando como a paisagem comercial em cada momento da expansão desse núcleo, desde a sua fundação até hoje.

A partir dessa abordagem, percebemos que o comércio nessa região vem se mantendo forte, mesmo diante da crise econômica. Segundo a pesquisa de campo, o comércio ainda permanece forte, capaz de atrair pessoas dos demais núcleos da cidade e municípios vizinhos.

Hoje, para que essa Área Comercial possa se manter atrativa, o comércio varejista e as agências bancárias, como o Banco do Brasil, Banco Itaú, Bradesco e a Caixa Econômica Federal, são de muita importância, é o que mantém a maior parte do movimento desse núcleo como mostrou a entrevista com o Sr. Flávio Corrêa.

O presente trabalho mostra que a dinâmica econômico-espacial do comércio é de suma importância para a área do núcleo Marabá Pioneira, não só para esse núcleo, mas para toda a cidade até mesmo porque é um núcleo que nasceu do comércio e é aquilo que mais atrai as pessoas para esse espaço. A dinâmica desse espaço se dá por causa dos vários tipos de serviços que podemos encontrar no mesmo lugar como evidenciou o estudo realizado, fruto de ações dos vários agentes identificados na Área Comercial da Marabá Pioneira.

São por todos esses fatores que, mesmo diante do Shopping Pátio Marabá, empreendimento recente na cidade de Marabá essa área mantém sua importância.

Mesmo com o fracasso do discurso da vinda da Alpa para essa cidade, e a crise econômica, a qual estamos passando, pelo que elucidou o trabalho, a dinâmica econômico-espacial do comércio na área Marabá Pioneira ainda permanece forte na cidade de Marabá.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, José Jonas. **A cidade de Marabá sob o impacto dos projetos governamentais**. 2008. Dissertação (Mestrado) – Apresentado ao Programa de Pós-Graduação em História Econômica do Departamento de História da FFLCH da USP. São Paulo, 2008.
- CARLOS, Ana Fani A. **A cidade**. 2ª ed. São Paulo: Editora Contexto. 1995 (Coleção Repensando a Geografia).
- CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. 4ª Ed. São Paulo: Editora Ática, 2005.
- CORREIA, Flavio. Entrevista. **Associação Comercial e Industrial de Marabá**. Agosto. 2016.
- CARLOS, Ana Fani A. **Novos caminhos da Geografia**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Contexto. 2010 (Coleção Caminhos da Geografia).
- PINTAUDE, Silvana M. **A Cidade e as formas do Comércio**. In: CARLOS, Ana Fani A. **Novos caminhos da Geografia**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Contexto. 2010 (Coleção Caminhos da Geografia).
- JADÃO, Paulo Bosco Rodrigues. **Marabá**. 1984.
- MORAIS, Antônio Carlos Robert; COSTA, Wanderley. **Geografia crítica: a valorização do espaço**. 2ª ed. São Paulo: Ed. Hucitec. 1987.
- RIBEIRO, Rovaine. **As Cidades Médias e a Reestruturação da Rede Urbana Amazônica: a experiência de Marabá no Sudeste Paraense**. 2010. XX f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2010.
- RODRIGUES, Jovenildo Cardoso. **Marabá: Centralidade Urbana de uma Cidade Média Paraense**. 2010. Dissertação (Mestrado) – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.
- SOUSA, Marcelo Lopes. **ABC do Desenvolvimento Urbano**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora, Bertrand Brasil, 2007. 192p.
- VELHO, Otávio Guilherme. Marabá da castanha e do diamante. In:_____. **Frente de Expansão e Estrutura Agrária: Estudo do Processo de Penetração Numa Área da Transamazônica** [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2009, p. 52-66.

ANEXOS

ROTEIRO DE ENTREVISTAS (ACIM)

1. Quais os requisitos para se associar?
2. Quais são os maiores estabelecimentos comerciais existentes na Marabá Pioneira hoje?
(tamanho, pessoal empregado, volume de capital, transações comerciais)
3. Houve redução de funcionários nos últimos 03 (três) anos no comércio da Marabá Pioneira? De quantos? Por quê?
4. Houve impacto da questão da ALPA nas suas atividades comerciais? Quais?
5. Houve impacto da construção do Shopping Pátio Marabá em suas atividades comerciais?
Quais?
6. Houve impacto da crise econômica recente em suas atividades comerciais? Quais?
7. Na sua opinião o que precisa ser feito para desenvolver mais o comércio na Marabá Pioneira?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ
CAMPUS DE MARABÁ
FACULDADE DE GEOGRAFIA

QUESTIONÁRIO SÓCIO-ECONÔMICO DIRECIONADO AOS COMERCIANTES
(MARABÁ PIONEIRA)

Informações gerais sobre o Estabelecimento	
Nome do Estabelecimento:	
Ano em que iniciou as atividades na Pioneira:	
Ramo de atividade:	

I – Comércio e localização:

1. Quantos estabelecimentos sua empresa possui, nesse ramo?

2. Onde se localizam?

3. O imóvel onde funciona seu estabelecimento é próprio ou alugado?

Alugado () Próprio ()

4. Qual o valor do aluguel?

() entre 1 e 2 salários mínimos.

() entre 2 e 3 salários mínimos.

() entre 3 e 4 salários mínimos

() entre 4 e 5 salários mínimos

() entre 5 e 6 salários mínimos

5. De onde vêm seus principais consumidores?

6. Qual a importância da localização na Marabá Pioneira para o desenvolvimento das suas atividades?

7. Tem outras atividades econômicas na Marabá Pioneira que são importantes para o desenvolvimento de seu empreendimento? Quais? Qual a importância?

8. Seu estabelecimento é associado à ACIM? Sim () Não ().

9. Quais os benefícios de ser associado?

II – Comércio e mercado de trabalho:

1. Quantos funcionários são empregados em seu estabelecimento?

2. Onde eles moram?

3. Houve redução de funcionários nos últimos 3 (três) anos? De quantos?

4. Qual o valor do salário pago aos funcionários do estabelecimento?

() entre 1 e 2 salários mínimos.

() entre 2 e 3 salários mínimos.

() entre 3 e 4 salários mínimos.

Obs.:

III – Comércio e transformações sócio-espaciais:

1. Houve impacto da questão da ALPA nas suas atividades comerciais? Quais?

2. Houve impacto da construção do Shopping Pátio Marabá em suas atividades comerciais? Quais?

3. Houve impacto da crise econômica recente em suas atividades comerciais? Quais?

4. Em sua opinião, o que precisa ser feito para desenvolver mais o comércio na Marabá Pioneira?



PEREFEITURA MUNICIPAL DE MARABÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GESTÃO FAZENDÁRIA
DEPARTAMENTO DE CADASTRO MOBILIÁRIO



TERMO DE INFORMAÇÃO

Em atendimento a solicitação de disponibilização do quantitativo de estabelecimentos do Núcleo Velha Marabá regularmente inscritos no Cadastro de Contribuintes Mobiliários – CCM (Alvará de Funcionamento) da Secretaria Municipal de Gestão Fazendária – SEGFAZ, realizada pelo aluno WOSTON BATISTA DA SILVA vinculado ao curso de Licenciatura/Bacharelado em Geografia da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA Campus Marabá, **INFORMAMOS** o que segue:

LOCALIDADE	Nº DE ESTABELECIMENTOS
Núcleo Velha Marabá	449

INFORMAMOS ainda, que devido ao fato de alguns estabelecimentos abrirem e fecharem diariamente, sem que a informação seja imediatamente apurada pela SEGFAZ, esse número poderá variar minimamente para mais ou para menos.

Marabá/Pa, 03 de agosto de 2016.

Atenciosamente,

Irenovan Rodrigues P. Filho
Departamento de Cadastro Mobiliário
Diretor Fazendário
Pórt. Nº. 3.622/2013 – GP

Secretaria de Gestão Fazendária do Município de Marabá
Endereço: FL-26 Q-07 LT-04-E - Edifício Ernesto Frota CEP 68509-060, Marabá, Pará Fone: (94) 3324-5224
E-mail: segfaz@maraba.pa.gov.br

SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MARABÁ

PRAÇA DUQUE DE CAXIAS, 1123 CENTRO.

MARABÁ PA CEP: 68500-450

Pessoa Jurídica- Relatório Linha com Endereço Completo

Matrícula	Nome	Endereço	UF
15	JO VASCONCELOS & CIA LTDA	AV. ANTÔNIO MAIA, 1449	PA
321	R.N. SILVA CARVALHO-ME	PRAÇA DUQUE DE CAXIAS, 1.074	PA
1164	BORGES INFORMÁTICA LTDA	AV. ANTÔNIO MAIA, 866	PA
1604	FARMACIA DROGA SUL LTDA ME	AV. ANTONIO MAIA, 1194	PA
1062	E R MILAGRE CONFECÇÕES ME	AV. GETULIO VARGAS, 248	PA
414	M. AMELIA ANDRADE-ME	AV. ANTONIO MAIA, 1095	PA
1195	ERLI RIBEIRO DA SILVA- ME	AV. ANTONIA MAIA, 1208-B	PA
1161	LEOROCHA MOVEIS E ELETRODOMESTICOS LTDA	AV. ANTONIO MAIA, 1228	PA
1812	M. A. TRAGINO DA SILVA ME	AV. ANTONIO MAIA, 1374-C	PA
1173	SUP. IMP. & SXP ALVORADA	AV. ANTONIO MAIA, 1399	PA
1051	A.P.B FREITAS-ME	AV. ANTONIO MAIA, 1433	PA
11723	JACIRA MARLENE SIMOES GURGEL-ME	AV. ANTONIA MAIA, 1534	PA
1178	A RENOVAR UTILIADES P/O LAR LTDA	AV. ANTONIA MAIA, 925	PA
1376	M.J. DE SOUZA & COSTA LTDA EPP	AV. ANTONIO MAIA Nº 1374-C	PA
218	M.A.J. LEAO & CIA. LTDA- ME	AV. GETULIO VARGAS, 358	PA
807	BANDEIRA COMÉRCIO LTDA-ME	AV. MARECHAL DEODORO, 1304	PA
813	PIMA TECIDOS LTDA	AV. ANTONIO MAIA, 1111	PA
804	WUDSON SILVA & VELOSO	AV. ANTONIO MAIA, 1279	PA

	LTDA-ME		
805	WUDSON SILVA & VELOSO LTDA-ME	AV. ANTONIO MAIA, 1284-C	PA
817	T.M. VELOSO SILVA	AV. ANTONIO MAIA, 1047	PA
316	F.A. CAETANO ROSA-ME	AV. ANTONIO MAIA, 1414	PA
259	MERCELANY LUCIANO OLIVEIRA-ME	AV. ANTONIO MAIA, 1362-A	PA
1064	ABREU CENTRO LOTERICO LTDA	AV. ANTONIO MAIA, 1098	PA
11215	FABRICIO N. MURILO-ME	AV, ANTONIO MAIA, 1236	PA
907	MARCOPHARMA COMERCIO LTDA-EPP	AV. ANTONIO MAIA, 1415-LOJA	PA
1530	M E J ANTONIO LOBO-EPP	AV, ANTONIO MAIA, 1472	PA
672	A.DE C. SILVA JUNIOR-ME	PRAÇA DUQUE DE CAXIAS, 1110	PA
361	MILITAO SOLINO PESSOA- ME	RUA 7 DE JUNHO,1139	PA
1080	J. DE R.L.PARRIÃO-EPP	RUA 05 DE ABRIL, 1335	PA
1181	CENTRO COMERCIAL ALVORADA LTDA	TRAV. DO HOSPITAL, 459	PA
806	J.F SILVA COMERCIAL MARABA LTDA-ME	AVENIDA ANTONIO MAIA, 1054	PA
1160	LEOLAR-MOV.E ELETRODOMESTICOS.	AVENIDA ANTONIO MAIA, 1201	PA
12931	PEBAS COM D UTILID. DOM E CONFE LTDA-EPP	AVENIDA ANTONIO MAIA	PA
12981	CATARINENSE DECOR MOVEIS LTDA-EPP	AVENIDA ANTONIO MAIA, 1800	PA

Fonte: Sindicato do Comércio Varejista de Marabá (SINDICOM).

Org: SILVA, Woston Batista, 2016.

Entrevista com Flávio Corrêa, transcrita. Secretário Executivo da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM):

Quais os requisitos para se associar?

[...] um comprovante de endereço da empresa e do sócio, mais documentos pessoais. São os itens básicos necessários para se cadastrar uma entidade. Mas o fator importante é ser empresa, ter um CNPJ, e esse CNPJ ser da cidade de Marabá.

No caso aqui, no núcleo da Marabá Pioneira, quais são aqueles estabelecimentos que são mais importantes, em seu ponto de vista, em relação a tamanho, não só em tamanho de espaço físico, mas a importância de empregar mais pessoas. Digamos, aquele comércio que vende mais, aquele comércio que atrai mais gente, você sabe me dar algumas dessas informações?

Vamos lá, essa pergunta é um tanto capciosa. Por que eu digo isso? Porque todos os empreendimentos, todas as empresas são importantes, independente do seu tamanho ou não. Claro que aquela que é maior se posiciona melhor no mercado, mas não quer dizer que ela é a melhor na geração de emprego e renda, porque ela pode ser grande, mas empregar pouco por conta da tecnologia, ou pagar um salário aquém daquilo que está colocado no mercado. Claro, isso aí está condicionado ao Sindicato do Comércio, há um padrão. Mas se você analisar a quantidade de empresas que temos na Velha Marabá... se você somar todas as pequenas empresas, o número de funcionários que essas têm em comparação com as grandes aqui na Velha Marabá, você vai ver que ela emprega muito mais que essa grande. Então, essa questão de você colocar 'ah, ela é maior, mais importante', não. Depende muito do ponto de vista. Se você colocar isso como chamariz de clientes para Marabá, até concordo, mas dizer que ela é mais ou menos importante, não é. Aí não concordo muito. Mas se você analisar a Velha Marabá, o maior empregador aqui é o Armazém Paraíba e Magazine Paraíba, que são do mesmo proprietário. Já teve mais forte aqui a Leolar, mas ela está fechando, mudou de dono. Está sendo feita uma transição da Leolar para Leolar Maxxim, uma empresa do sul do país que adquiriu o comércio de varejo Leolar. Então hoje aqui temos em um grau de tamanho, como você estava falando de estrutura física, o Armazém Paraíba, uma loja de varejo aqui na Praça Duque de Caxias e a da Antônio Maia, que é o Magazine Paraíba. Esses dois são os maiores, mas por consequência se você tiver comparando com os outros pequenos comércios em questão de tamanho de estrutura e não de faturamento, porque isso são coisas totalmente diferentes, tamanho da estrutura física não quer dizer o quanto ela vai faturar. É porque os seguimentos são diferentes e uns são melhores do que outros. Você tem outra que é a Chics Presentes, na verdade não é uma loja só, você tem o Grupo Chics Presentes, são três lojas na Velha Marabá. Você tem a Chics Presentes em um lado da rua, no outro e próximo você tem o Chics Lazer, que é do mesmo conglomerado. Você tem A Principal Bebê e Mamãe, com várias lojas pequenas, que comportam esse segmento de vestuário infantil. Você tem lojas aqui ao lado do Armazém Paraíba como O Baratão... então são várias lojas, não menos

importantes que o Armazém Paraíba, muito pelo contrário, o volume de negócios delas proporcionalmente se equivalem. Claro, o Armazém Paraíba tem uma estrutura maior e melhor, nesse momento em que insiste no seu crediário. Elas têm crediário próprio, então isso modifica um pouco o processo. Mas basicamente a maior é o Armazém Paraíba hoje, aqui na Velha Marabá.

Por exemplo, sabemos que estamos passando nesse momento por uma crise e tem também a questão da implantação de alguns projetos – no caso, o próprio shopping que veio para cá em 2013 -, e aquela questão da ALPA. Nos últimos três anos para cá, por exemplo, houve uma redução de funcionários, no caso. Sabe me dá essas informações aqui no núcleo da Marabá Pioneira?

Olha, não só redução de funcionários, como também redução de lojas. Se você observar a Antônio Maia do seu início ao fim, você vai ver que hoje você encontra, no mínimo, de dez a quinze lojas – não vou dizer lojas – galpões, imóveis para alugar em plena Antônio Maia. Antigamente não existia isso. Lojas que você ver que, de cada... vamos colocar em uma análise... de cada sete lojas paralelas a Antônio Maia, uma está para alugar. Você nunca tinha visto isso. Então não é só a redução de funcionários, mas também de lojas. A crise pegou o mundo como um todo, e aquele que não se preparou adequadamente na sua gestão para acompanhar o mercado, não entenderam as condicionantes [**palavra incompreensível**] que estavam acontecendo, essas quebraram, fatalmente foram à derrocagem. Porque culpar a crise por sua falência é muito fácil, mas na verdade você só quebra se não tiver gestão do seu negócio. Se fosse por conta disso, várias outras lojas teriam quebrado por aí... então a crise impactou muito, e nos últimos três anos houve uma redução de muitos colaboradores, isso aí não tenha dúvidas.

Mas essas lojas que estão fechando, está demorando para abrir outras ou fica por muito tempo fechada? Porque às vezes a loja fecha hoje, mas amanhã já chega outra e passa a funcionar então o comércio terminar funcionando. Demora muito para abrir outras lojas onde essas estão fechando?

Isso é complexo, porque na verdade, é oportunidade de negócios. Para abrir uma loja nesse local, há vários fatores. Não é só chegar... a maioria das lojas aí na frente são pontos de alugueis, não são lojas próprias. O custo de aluguel é de maior importância no custo dos negócios. Digo de maior importância porque o valor é alto. Então se você coloca 'ah, acabei de fechar e já abro outra', não é tao simples assim. Se você observar, a maioria das lojas aí que estão com ponto para alugar, elas não estão encontrando novos locatários. Não é porque não tem oportunidade de negócios, é exatamente a crise e um custo de aluguel hoje. Se você analisar aí o meio, muitas pessoas tem vontade de montar um negócio, mas o alugue é muito caro. Mesmo com essa crise, a redução que houve, ainda é um custo muito alto com pouca possibilidade de retorno. O prazo de retorno do investimento que é colocado no local. Então isso tá tendo um tempo maior de locação por conta dos muitos valores que estão sendo colocados hoje e o tempo de retorno que tá tendo. Abrir um negócio é fácil, mantê-lo é outra história. Uns precisam ser avaliados e eu volto a frisar para você, mas a gestão do negócio hoje é um ponto de

que um negócio não venha a dar certo. Na verdade, não de hoje, só que quando você está em um tempo de vacas gordas, a sua má gestão pode ser mascarada porque o nível de dinheiro compensa, mas agora a coisa tá competitiva demais e o custo tá baixo você tem que fazer a gestão de custo, aí é onde o empreendedor aparece de fato. A pessoa que soube trabalhar nos momentos altos, nos picos de alta e de baixa é que faz a diferença. Você pensa que a pessoa fechou uma loja e abre uma outra. Espera aí, tem que ver como está essa situação... antigamente era só abrir que você vendia, hoje para você vender é mais difícil, a competitividade aumentou estrondosamente justamente pela questão do shopping, que dividiu o mercado.

Isso não significa que ele vai abrir e se manter, não é?

Não quer dizer isso. Nada garante. Isso é trabalho com gestão interna. É um conjunto. Aí a máxima de hipóteses ela deve ser trabalhada, tem que ver ‘sou um fornecedor, sou um cliente’, tem que analisar todo seu processo interno. E também o meio externo para saber se o negócio vai dar certo ou não.

Vou fazer essa pergunta aqui sobre as outras... a questão da ALPA, ela foi anunciada e por não ter vindo, ela gerou um impacto no comércio?

Necessariamente, essa é uma pergunta, se você pensar no que é o comércio da Marabá Pioneira, o lance varejista, não é? É algo para o ‘povão’, é focada direto no povo. Dizer que não afetou é um jeito de falar, mas afetou, mas não foi diretamente o comércio da Velha Marabá, mas foi em algo maior. Porque a ALPA foi aquilo que falei para você, ela criou uma bolha até por nós colocadas, porque nós sempre colocávamos em outras esferas a possibilidade da ALPA, porque se não tivesse como parar, logicamente outras empresas de fora viriam até nós e já estaríamos preparados, porque os serviços ocorridos iriam para essas empresas de fora e ficaríamos a ver navios, então aqueles que investiram realmente se prepararam para o mercado, mas foi de um movimento que não aconteceu naquela escala, até houve uma retração por conta do que aconteceu no mundo. O que aconteceu na Velha Marabá, o que impactou de fato com ela, foi o próprio objeto de negócio. Em que sentido a gente fala? Fora uns dois ou três bancos aqui, que é o Bradesco, Itaú, a Caixa Econômica e Banco do Brasil, se tirar isso daqui, o que sobra na Velha Marabá? Para poder atrair as pessoas para cá? Só o comércio varejista. E uma cidade em um núcleo que está se tornando – vou dizer para você – meio que turístico por conta da Orla e por conta dessa Antônio Maia; fora isso, não há mais nada que atraia para essa região, além dos moradores que, além da ALPA e por causa da grande idade, um grande número dos novos moradores não tem essa questão arraigada de que não sai da Velha. O comércio da Velha Marabá precisa ser reestruturado, do contrário, vai ter um colapso a médio e longo prazo. Se não for reestruturado, tudo vai sair porque, se você perceber, a cidade toda tá vendo o que tá acontecendo vai além de Marabá e até São Domingos; a cidade está crescendo no sentido de Itupiranga e nos dois sentidos diferentes, isso sem contar com o que está sendo feito em São Felix e Morada Nova. Os residenciais que estão sendo colocados de lá para cá estão fazendo com que a cidade se expanda de maneira diferenciada, há

pontos diferentes – não diferenciados -, há locais como a Velha Marabá que não tem um diferencial, você entende? Nós estamos aqui na associação porque a Velha Marabá tem coisas históricas, esse prédio é histórico, mas se você vê, não tem mais nada. Se colocar uma análise bem tranquila, de utilidade pública, de governança, aqui na Velha Marabá tudo está fora, hoje só o Hospital Materno está aqui, o resto está tudo fora. Precisa ter uma revisão da Velha Marabá, precisa fazer daqui um núcleo turístico, precisa revitalizar e restaurar alguns prédios antigos e restaurar a cultura e o turismo. O ponto, o foco, precisa ser trabalhar com esse diferencial.

Então o caso aqui, Flávio Corrêa, aquilo que você disse, os bancos ainda são uma fatia muito importante. Até porque, no que você disse, as pessoas vêm para o banco e terminar movimentando o comércio, as pessoas de fora vem...

É, também não é de fora, não é? São dos outros núcleos. Como esses são os primeiros bancos, muitas contas são aqui, então o pessoal vem pra cá para fazer esse movimento, fazer um giro na Velha Marabá. Mas só vem aqui para comprar roupa, quem quer comprar aquelas miudezas de R\$1,99. O comércio pesado mesmo já está saindo daqui. Aqui se você analisar de ponta a ponta, o maior foco da Velha Marabá hoje – a avenida Antônio Maia, principalmente – é venda de roupa. Pode olhar, a maior parte é roupa, tecido. É um ou outro item que se diferencia, entendeu? Mas você pode perceber que a maioria que está aqui já está em outro local também, já tem duas lojas ou filiais. Então, você vê que a diversificação está saindo daqui.

No caso, não sei se você tem essa informação, a maior parte dos comerciantes são daqui ou são de fora – de fora que eu digo, dos outros núcleos de Marabá?

Você diz...

Se os donos dos comércios moram aqui ou são de outros núcleos da cidade?

Você diz, se o dono do negócio mora na Velha Marabá?

Exatamente.

Quem é da Velha Marabá, os primeiros comércios como a Chics Presentes, esses mais antigos estão aqui sim. Mas a maior parte não, já está fora. Tanto que a soma da guia é fixada aqui na Velha Marabá. Se você conhece o pessoal da Chics Presente vive pra cá, a d'O Baratão ainda é aqui, alguns deles já não moram mais aqui, alguns moram até na Cidade Nova. A Magazine não se fala... Eu posso te dizer que trinta por cento ainda mora. Até porque a Velha Marabá, por aquela situação histórica de alagamento acaba provocando isso. Se você deixar, num instante tudo alaga rápido e no entorno da cidade tudo é alagado, então a maioria já saiu. Só fica mesmo aquela pessoa que não tem condições de comprar outra casa e sair do local.

No caso do shopping, que ele arranhou muito emprego pra cidade, ele teve algum impacto ou influência no enfraquecimento do comércio na cidade?

Claro! O que aconteceu? Aonde era o grande ponto comercial principalmente nessa parte de vestuário, era somente aqui ou Cidade Nova, não tinha opção. Agora com o Pátio Marabá, apesar do valor ser maior, lá reúne alguns dos fatores críticos e positivos que façam com que a maior parte das pessoas vá para lá – mesmo que não compre – mas vão para lá. Que é um conforto, área de alimentação, lazer, cinema, bater papo, o conforto em ambiente – porque lá tudo é climatizado – então isso acaba atraindo o pessoal para lá e não vindo para cá. Fora as escolas que atraem essa galera, só vem para cá quem realmente tem o que fazer aqui, o restante fica para lá. O shopping abre de segunda a segunda, mesmo que diga que aos domingos as lojas não abrem, mesmo assim estão lá e algumas vão abrir. Foca o movimento para lá, leva o pessoal para ficar naquela região. Então impactou assim e os próprios varejistas da Velha Marabá colocaram loja no shopping.

A maior parte?

A maior?

Sim, a maior parte colocou loja lá?

Não. Só os mais ricos. Só que isso não foi focado diretamente no próprio negócio, foram outros.

Agora, com relação à crise que estamos enfrentando há algum tempo, tem impactado muito no comércio aqui, em relação ao próprio movimento?

Sim, claro. O movimento como um todo. Em todo o país ele tem esse impacto. Aqui demorou para chegar, mas quando chegou, foi com força. A arrecadação da própria prefeitura diminuiu muito por conta disso, todos os cenários que estão acontecendo aí estão acontecendo por causa disso, a arrecadação desses anos. Isso aí é colocado por causa da contribuição que cai, se você analisar o faturamento do comércio hoje, ele caiu em média quarenta por cento. Há um impacto. Quem é hoje a maior empresa de Marabá? Há muito tempo, mas ainda hoje ela se mantém? A Prefeitura! Ela tem aí seus mais de sete mil funcionários. Se eles não recebem, não conseguem fazer o mercado funcionar, porque quem faz gerar o lucro é o serviço público. Tanto o municipal, estadual e federal. E há uma ligação intrínseca aí, se o mercado não fatura logo a questão da contribuição não acontece e aí por conta de n fatores de gestão pública – que não vou entrar no mérito do que acontece lá ou não – atrasa-se os pagamentos e consequentemente, esse dinheiro não volta a circular no mercado. Isso impacta diretamente. Estou falando de um nicho, da gestão pública. Se você falar, por exemplo, da crise como um todo, todo o mercado retraiu. Uns com maior força e outros com menos força. Tem uns que nem sentiram essa retração, serviços diferenciados. Mas o comércio local da Velha Marabá ainda tem sofrido.

Diante de toda essa situação que está acontecendo, em seu ponto de vista, o que você acha que deveria ser feito para melhorar a situação da Marabá Pioneira?

Essa é uma pergunta complexa. Primeiro porque cada empresa é uma cabeça, é um dono, então não tem como eu falar ‘oh, tem que fazer isso’ e obrigar todos a fazer. O primeiro fator que precisa ser colocado é tirar o desânimo de cada empreendedor, de cada empresário. Porque a primeira coisa que bate é o ‘não, não posso fazer nada, não tenho condições, tenho que ficar quieto’. Então isso acaba fazendo a retração acontecer. Então mudar a cabeça do empresário de que realmente precisa fazer com que o fluxo volte a funcionar. Não estou dizendo fazer mais despesas, mas achar meios de atividades, campanhas, que possam fazer com que o mercado volte a funcionar, a ter um fluxo financeiro. Mesmo porque o seguinte, a maior parte das empresas estão com muito crédito a receber... a inadimplência está muito grande. Então basicamente quando você olha o cadastro de um cliente que quer comprar parcelado, você não ver se ele vai negativar. Isso acaba impactando diretamente na vida. Se você não vende pra quem está com nome sujo, você não vai vender para o cara, mas se você não vender também a mercadoria fica empacada. Ai fica, vender ou não vender? O que que esse cara tá querendo com eles? Então esse processo precisa ser trabalhado. Mudar a cabeça de um empresário, tirar esse pessimismo e mostrar para ele que ele precisa mostrar algo diferenciado. Algum tipo de campanha, atividade, não sei, isso precisa ser bem pensado... isso precisa ser trabalhado por meio de dar o crédito para que você possa ter possibilidade de resgatar algumas pendências antigas e dar possibilidade financeira de crédito para que ele possa comprar de você. Então precisa fazer alguns trabalhos aí focais. O principal é, reduzir a inadimplência do mercado, dar meios e condições para que as pessoas possam ter condições de pagar o seu débito e como consequência, acabar fazendo uma nova compra. Porque hoje comprar à vista não tá para qualquer um, não é fácil. E, mesmo que você tenha para comprar à vista, não é a mesma quantidade que o faturamento parcelado. Isso é o que precisa ser feito: revitalizar o pensamento do empresário e achar meios e formas de se fazer essa baixa na inadimplência de crédito no mercado, para que possa prosperar uma nova oportunidade de venda positiva.