

Descentralização do comércio na cidade de Juruti no Estado do Pará

Lindaure Gusmão Andrade¹
Brychtn Ribeiro de Vasconcelos²

Resumo

O município de Juruti localizado no Oeste do Estado do Pará na divisa com o Estado do Amazonas, com uma extensão territorial de 8.306 km², e uma população estimada em 52,755 habitantes (IBGE, 2014), nos últimos anos passou por profundas transformações no seu cenário econômico, social e espacial, advindos da chegada de um grande empreendimento minerador da empresa multinacional *Aluminium Company Of America* (ALCOA). Essas transformações implicaram no surgimento do processo espacial de descentralização, até então ausente em Juruti, mas especificamente o caso da descentralização do comércio, na forma de eixos comerciais. O presente trabalho, busca abordar o processo espacial de descentralização do comércio, a partir das transformações ocorridas em Juruti nos últimos anos, tendo como objetivo principal analisar as causas dessa descentralização, bem como, identificar os fatores que contribuíram para o seu surgimento, e reconhecer os fatores determinantes para a localização dos eixos de comércio. Em vista disso, a pesquisa se norteou na análise qualitativa, mas não se abdicou da quantitativa. A descentralização comercial em Juruti se apresentou num duplo sentido, ao mesmo tempo em que houve o crescimento do comércio para uma nova localização, houve também o surgimento de atividades e produtos comerciais até então ausentes em Juruti.

Palavras-Chave: Área Central; Descentralização; Eixos comerciais;

¹ Graduanda em Geografia. E-mail: lindaure.gusmao@hotmail.com

² Professor MSc. do colegiado de Geografia da Universidade do Estado do Amazonas - Centro de Estudos Superiores de Parintins. E-mail: Brychtn@gmail.com

Introdução

Compreender a cidade, o espaço urbano vivido, não pode estar dissociado das formas e funções que o organizam, que o modelam, para tanto, o presente trabalho tem como intuito compreender e analisar um dos processos espaciais comum nas cidades capitalistas, e recentemente presente na cidade de Juruti, que acaba por exprimir parte da realidade econômica, social e espacial. Tratar-se-á aqui do processo de descentralização, e mais especificamente se trabalhará o processo da descentralização do comércio.

A partir disso, o trabalho intitulado “Descentralização do comércio na cidade de Juruti no Estado do Pará”, foi desenvolvido visando a análise deste processo, bem como, os motivos que contribuíram para essa descentralização comercial, o reconhecimento da nova área de comércio e os fatores que determinaram sua localização, como também, as consequências dessa descentralização para a população em geral.

A cidade de Juruti foi acolhida como objeto de análise pelo fato de ela ser uma cidade que vivenciou recentemente a chegada de um grande projeto de mineração da empresa mineradora ALCOA, fato este, que gerou um grande aumento populacional e consequentemente o crescimento da área urbana.

As transformações advindas da instalação do empreendimento minerador, fizeram com que toda a relação social e espacial pré-estabelecida de Juruti fosse alterada, e a cidade ribeirinha, pacata, passou a vivenciar uma urbanização acelerada e acompanhada de variadas transformações em seu cenário.

A descentralização gerou uma nova centralidade, para eixos mais dinâmicos da cidade, instalando-se pela necessidade em atender às novas demandas presentes, ocasionadas a partir da expansão da cidade.

O trabalho procurou compreender o impacto do processo de descentralização do comércio. Para uma melhor análise utilizou o ponto de vista dos consumidores e dos comerciantes da área descentralizada, como também, dos comerciantes antigos da cidade, da área central, isso pois, eles são os agentes sociais, que foram diretamente

afetados pelo processo de descentralização do comércio, acerca disso, são os que melhor podem avalia-lo.

A pesquisa se norteou, em análises quanti-qualitativas, onde se realizou um levantamento bibliográfico coerente com o assunto abordado na pesquisa, sobre o processo de descentralização embasou-se principalmente na Obra de Roberto Lobato Corrêa. Realizou-se pesquisa de campo, houve a distribuição de formulários para consumidores nos eixos comerciais, a fim de reconhecer a visão dos mesmos a respeito da nova centralidade do comércio, foram feitas também entrevistas semiestruturadas com comerciantes da área central e dos eixos comerciais.

O presente artigo procurou elucidar não apenas um processo urbano, mas colocar em pauta a visão dos agentes sociais deste processo. Assim como, gerar informações para o público em geral, para atender os moradores e administradores de Juruti, sobre um processo espacial que foi resultado da nova organização socioespacial da cidade Juruti no Estado do Pará.

Processos espaciais: Centralização e Descentralização

A cidade é um lugar de diversos processos espaciais que originam funções onde as suas distribuições resulta na própria organização do espaço (LOPES et al., 2010) entre eles e suas respectivas formas tem-se a centralização e área central; descentralização e os núcleos secundários; coesão e as áreas especializadas; segregação e as áreas sociais; dinâmica espacial da segregação; inércia e as áreas cristalizadas (CORRÊA, 1989).

Os processos espaciais da cidade tem sua origem em uma determinada estrutura socioeconômica, sendo responsáveis em criar as formas espaciais que possuem específicas funções sociais e econômicas (QUEIROZ, 2013).

A partir de interesses capitalistas, sabe-se que, as cidades criam e recriam suas formas e funções de acordo com os processos emergentes socioeconômicos, como áreas de forte centralização convivendo com uma descentralização (FERES, 2010). A centralização como o “coração” das atividades comerciais e a descentralização como um processo espacial associado à desaglomeração de econômica da área central, ao crescimento espacial e populacional da cidade (LOPES et al., 2010).

Corrêa (1989) menciona que “historicamente o processo de descentralização é mais recente do que a centralização”. Assim sendo, antes de se falar sobre o processo de descentralização é importante reconhecer o processo que o precede, a centralização.

O núcleo central de função comercial e industrial, também denominado de centro tradicional, centro histórico e/ou somente centro da cidade, é resultado do processo de centralização (QUEIROZ, 2011).

Segundo Portela e Melo (2012), a centralização do comércio acontece pelo fato do atendimento das necessidades de consumo da população em um só local.

A área central é o local de excessiva centralização, assim, é onde se tem o constante aumento do valor da terra, impostos e aluguéis, há ausência de controle do espaço e ou perda de amenidades, assim como a dificuldade de obtenção de espaço para expansão (ALMEIDA et al., 2011).

A tradicional realidade da área central vai se transformando, e a respeito disso, novos centros comerciais surgem criados e espalhados pela aglomeração, onde se constata uma hierarquia da implantação do comércio em função das frequências e dos recursos dos clientes (CARLOS, 2008).

Segundo Garcia (2012), no decorrer dos anos, nas cidades, modifica-se a concentração de atividades terciárias, redefinindo novas formas a cidade, atribuindo novas funções a novos espaços. Nessa realidade que segundo o mesmo autor. Surge o processo de descentralização e a formação de novas centralidades, aos quais estão os novos pontos comerciais, que se tornam importante para saber a estrutura e reestrutura da cidade através do setor terciário.

A descentralização econômica e o desenvolvimento de atividades e novas formas comerciais no interior dos centros urbanos surgem como reflexo da reprodução do capital empregada à demanda de consumo (FRANÇA e SOARES, 2007).

Dentro do processo de descentralização Corrêa (1989) coloca como núcleos secundários: o comércio e serviços e a indústria. Tratando-se da descentralização do comércio, na maioria das vezes, a atividade econômica visando seu desenvolvimento buscará aspectos favoráveis para a sua reprodução (FRANÇA e SOARES, 2007). É nessa realidade que surgem os subcentros e eixos comerciais, que segundo Garcia (2012) acaba criando novos espaços para a reprodução do capital e da sociedade.

A respeito dos eixos comerciais, objeto de análise deste estudo, eles começam a se formar a partir do deslocamento de atividades da área central para vias de grande circulação de veículos, como pontos comerciais (GARCIA, 2012).

Em relação às causas da descentralização, Silva e Cleps (2010, p. 03) afirmam que:

Para que ocorra o processo de descentralização de atividades comerciais é necessário que condições favoráveis à localização de tais atividades, fora da área central, sejam criadas, como, por exemplo, infraestrutura, acessibilidade, menor preço da terra, possibilidade de expansão dos estabelecimentos dentre outros.

Assim, o crescimento da cidade em termos espaciais e demográficos é também responsável pelo surgimento da descentralização, devido ao aumento da distância da área central as demais áreas residenciais (CORRÊA, 1989). Lopes et al. (2010), vem reforçar o que Corrêa menciona, afirmou que o crescimento das cidades, e o aumento da distância entre o centro da cidade, este também chamado de *Central Business District* (CDB), e a demanda por serviços, dificulta o atendimento das necessidades da população.

O fato é que, o crescimento do espaço urbano ocasiona vários problemas na área central da cidade, que resulta num processo de descentralização de atividades comerciais e de serviços, seguida pela realocação dessas atividades, o que faz surgir no espaço urbano às chamadas novas centralidades, ou seja, a criação de novas áreas centrais na cidade (SILVA e CLEPS, 2010). A respeito disso, Queiroz (2011, p.118) afirma que, “essas novas centralidades passaram a competir com o centro da cidade, o centro histórico”.

É importante destacar que, as influências das grandes superfícies comerciais no espaço urbano tendem a serem responsáveis por profundas modificações nesse espaço, como, por exemplo, mudanças relacionadas ao fluxo de veículos e pessoas entre outros (SILVA e CLEPS, 2010).

Nas suas formas e funcionalidades, o fazer e refazer da cidade, em ênfase, a descentralização, é resultado de ações dos agentes sociais que produzem e consomem o espaço através do tempo (FERES, 2010).

Do “Projeto Juruti” às transformações na cidade e o surgimento de processos espaciais

A chegada de projetos mineralógicos em um dado local ocasiona notórias transformações. Na região Amazônica, isto é bastante comum, por ser uma região rica em recursos naturais. Além disso, a exploração de minério na Amazônia está dentro da estratégia econômica mundializada, que tem como objetivos, o controle da oferta internacional por parte de países periféricos, a manutenção e expansão do domínio de mercados consumidores, e por último, o rebaixamento do custo de capital variável em decorrência da abundante mão-de-obra e consequentes salários mais baixos, assim como uma produtividade adequada (OLIVEIRA, 2001).

Quando se trata de recursos minerais não há como deixar de ressaltar que a mineração é um dos fortes agentes de ocupação, bem como de migração, na Amazônia, a partir disso, Santos (2002) menciona que, a mineração empresarial cria indiretamente polos de atração e facilidades para migração, ocasionados pela geração de empregos diretos e indiretos causados por essa atividade econômica. Uma realidade que não se difere no caso de Juruti e a instalação de um grande empreendimento minerador.

O município de Juruti localizado no Oeste do Estado do Pará na divisa com o Estado do Amazonas, com uma extensão territorial de 8.306 km², e uma população estimada em 52,755 habitantes (IBGE, 2014), nos últimos anos passou por profundas transformações no seu cenário econômico, social e espacial, advindos da chegada de um grande empreendimento minerador.

No ano de 2006, iniciou as suas atividades de construção, chegava no município a empresa Norte Americana multinacional ALCOA, com o projeto de mineração intitulado “Projeto Juruti”, que explora minério de bauxita³ de excelência. A partir de então, Juruti um município antes pacato, predominantemente rural, possuidor de um número de estabelecimentos comerciais e empregatícios muito baixos, iniciou um forte processo de urbanização. Dava-se início, a um novo cenário, tanto econômico, social, quanto territorial.

³ Bauxita: é uma mistura natural de óxidos de alumínio, de cor avermelhada, e a principal fonte de alumínio. A maior parte da extração mundial de bauxita é refinada e transformada em alumina, e subsequentemente a alumina produzida é empregada como matéria-prima na produção do alumínio.

No âmbito econômico, surgiu uma nova fonte de economia, que atraiu tanto os próprios trabalhadores jurutienses, quanto os de outros municípios e Estados do Brasil. A partir disso, houve uma onda de migrantes na cidade, todos em busca de empregos na ALCOA e demais empresas prestadoras de serviços a ela, o que gerou um fato nunca vivenciado no município, o aumento repentino de sua população.

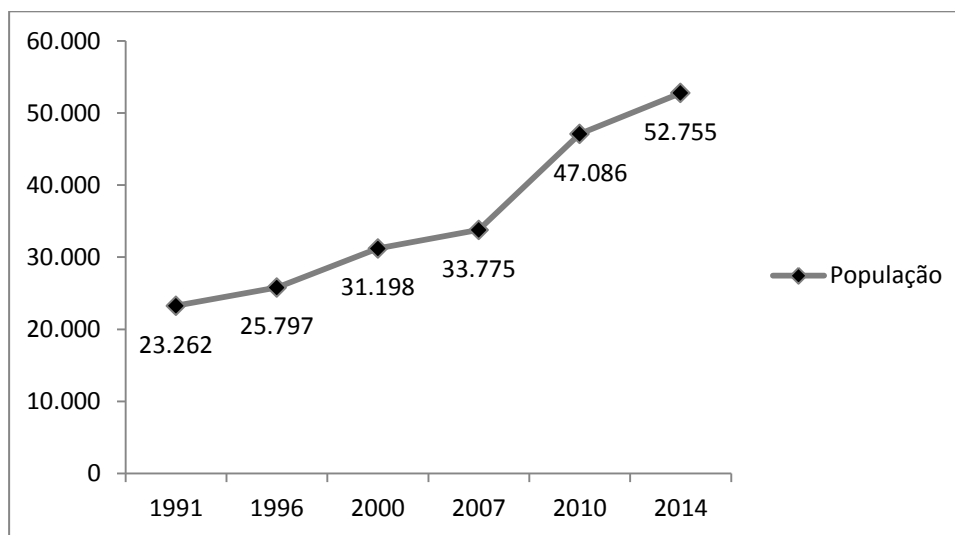


Gráfico 1: Crescimento populacional do município de Juruti de 1991 a 2014.

Fonte: IBGE, censos demográficos de 1991, 1996, 2000, 2007, 2010, 2014.

A figura 1 mostra que, o aumento populacional do município de Juruti acompanhava um ritmo lento, evidenciado no acréscimo da população do ano de 1991 a 2007, onde há um crescimento demográfico de 45,19% nesse intervalo de 16 anos, enquanto que, no ano de 2007 para 2010, há um aumento populacional de 39,41% da população apenas no curto intervalo de 3 anos, o que comprova o rápido crescimento populacional provocado pela chegada do projeto de mineração.

Enquanto, no ano de 2010 para 2014 há uma redução dessa taxa de crescimento e a população cresce 12,04% sobre a população do ano de 2010, porém mesmo com a redução do aumento populacional, ainda sim é um número bastante relevante considerado aos anos anteriores a de 2007.

O fato do significativo aumento populacional, como já mencionado, está ligado à instalação do empreendimento de mineração, da mesma maneira também, como a redução da taxa de crescimento está associada a ele. Do ano de 2007 a 2009 houve o grande número empregatício na construção do seu porto, das estradas, das ferrovias e do beneficiamento. Em dezembro de 2007, havia cinco mil trabalhadores nas obras da

ALCOA, e a estimativa da prefeitura era de que três mil seriam de outros municípios (CORNILS, 2008).

No final da instalação do empreendimento muitas empresas terceirizadas terminaram seu contrato, e junto com elas várias pessoas foram embora da cidade, assim como, a migração para Juruti em busca de emprego caiu subitamente, na verdade aquele “alvorço todo” em querer migrar atrás de emprego durou apenas o tempo necessário pra conclusão das obras e instalação completa da empresa para o seu funcionamento, que após, ficou com um número bastante reduzido de funcionários. A respeito disso, Santos (2002) afirma que, a mineração empresarial é caracterizada pelo intensivo uso de capital e tecnologias, porém com a baixa utilização de mão-de-obra.

As consequências dessa realidade ainda permanecem em Juruti, como é o caso da população migrante que continua a residir na cidade, os bairros Nova Vitória, Nova Jerusalém e Jardim Tiradentes, criados na margem da estrada Translago (PA 257), e a ampliação de outros bairros, resultantes dessa migração.

É importante ressaltar que os bairros criados recentemente são oriundos de ocupações irregulares originados por um contingente de migrantes desempregados, sem residência que alojaram-se por conta própria. Estes, juntamente com as áreas residenciais dos trabalhadores das empresas, deram origem ao processo espacial de segregação residencial, que segundo Corrêa (1989) consiste na formação de bairros homogêneos, segregados, uma expressão espacial das classes sociais presente.

A partir disso, teve-se um crescimento urbano, uma expansão, resultada na maioria por ocupações irregulares, mas que também influenciou diretamente na criação de uma nova centralidade comercial.

O grande movimento comercial da cidade, que antes se concentrava na área central, surge no cenário das proximidades dessas novas áreas habitacionais, que posteriormente tornaram-se bairros. Segundo Oliveira et al. (2014) os mais favorecidos pelo aumento populacional de Juruti, e conseqüentemente, pelo aumento da demanda variada e múltiplas de bens e serviços, são os próprios comércios e serviços.

É importante destacar que, além do crescimento comercial para outra área da cidade, houve também a expansão do comercio Central, que resultou na criação de dois eixos de comércio, sendo para a Travessa Lauro Sodré e Rua Marechal Rondon.

Novo cenário comercial na cidade de Juruti: O processo de Descentralização do comércio

O crescimento populacional e a consequente expansão da cidade de Juruti decorrentes da implantação da mineradora ALCOA, necessitou de uma nova centralidade comercial que atendesse a esse contingente populacional que só vinha aumentando em Juruti. A respeito disso Evangelista e Novais (2013) afirmam que o crescimento populacional das cidades ocasiona o crescimento do tecido urbano, uma vez que, esses novos habitantes passam a ocupar novas áreas, isso gera a necessidade de outras áreas comerciais, para atender a essa população.

Com isso, criou-se uma nova centralidade de comércio na cidade, uma atividade econômica que até então era unicamente concentrada na área central, mas como já mencionado, passa a fazer parte de locais mais distantes, na proximidade e no início da estrada de Juruti que liga a cidade ao interior do município, e por ter se tornado o eixo de maior circulação de pessoas, acabou atraindo comerciantes de Juruti e de outras cidades.

Este fato é confirmado na fala do comerciante Antônio Sabido, popularmente, conhecido como “Ceará”, que trabalha com a atividade varejista, ao responder sobre o motivo da instalação de seu comércio naquele eixo da cidade, afirmou otimista dizendo que “é porque na época a cidade cresceu para essa parte aqui e por ser na margem da PA o fluxo das empresas e de passagem para os banhos é grande, aí a gente colocamos o comércio pra cá, deu certo e outras pessoas também colocaram, o movimento que antes era mais pro começo da cidade veio pra cá”.

A partir do depoimento do comerciante, percebe-se que tanto o crescimento da cidade, quanto o fluxo de pessoas presente, em detrimento dos eixos serem as principais vias de entrada e saída terrestre da cidade, foram fatores que impulsionaram o surgimento de uma nova centralidade comercial na cidade de Juruti.

A partir disso, tem-se um comércio gerado pelo fluxo de passagem de pessoas e também pela necessidade de consumo em áreas distantes do Centro que acabou atraindo comerciantes da própria cidade e de outras, que viram ali uma nova oportunidade econômica. A respeito disso Corrêa (1989) menciona que, a descentralização aparece por vários fatores, um deles é o menor rigor locacional na cidade pelo fato do surgimento de atrações em áreas não-centrais.

Levando-se em consideração esses fatores, iniciou em Juruti o processo espacial da descentralização comercial, este que segundo Corrêa (1989) se apresenta na forma de núcleos secundares (áreas e eixos), neste caso de um núcleo secundar.

Apesar de se apresentar na forma de eixos comerciais, a nova centralidade comercial de Juruti, por vezes apresenta-se, no quesito de atividades comerciais, superior ao da área central, por contar com uma enorme variedade de tipos e marcas de produtos muitas vezes ausentes no próprio centro comercial. Com isso o comércio presente nesses eixos, apresentam características que o tornam diferentes do comércio da área central. Mais à frente será elencada essas diferenças.

Assim sendo, isso permite observar a descentralização comercial em Juruti como um duplo movimento do comércio, no sentido, de um lado, do próprio crescimento dele para uma nova localização e, de outro lado, do surgimento de atividades e produtos comerciais até então ausentes em Juruti, este último movimento graças ao novo público consumidor de variada exigência.

A respeito dos consumidores dos novos centros comerciais França e Soares (2007, p. 07) afirmam que, “Os consumidores variam de moradores do bairro a pessoas que o consome quando estão de passagem para outros lugares da cidade, ou ainda, viajantes”. No caso particular de Juruti esta realidade afirmada é relevante, mas acrescenta-se que essa escala se amplia aos consumidores de outros bairros.

Para tanto, a concretização de novos centros comerciais é fruto da atuação dos diferentes agentes sociais (pessoas e serviços) que são influenciadores diretos das localizações e realocações do comércio (FERES, 2010).

Tratando-se do crescimento do comércio, este, pode ser observado a partir dos números de unidade de empresariais em Juruti nos últimos anos.

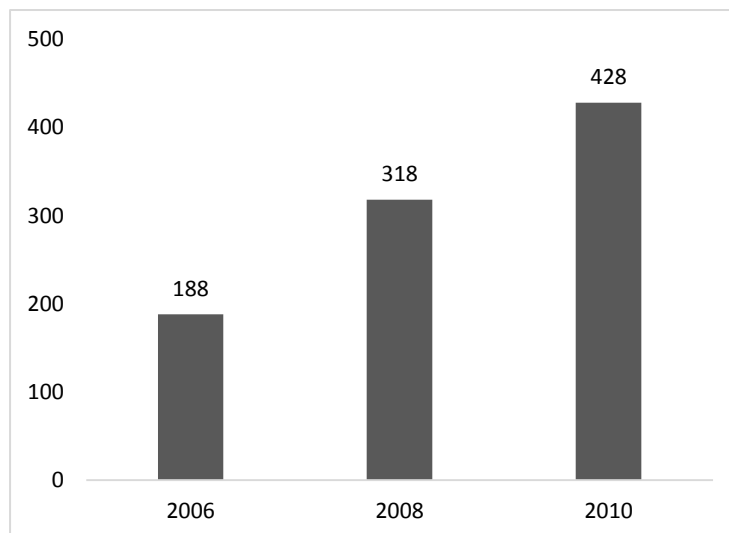


Gráfico 1: Número de unidades empresariais locais.

Fonte: IBGE, 2010.

Na figura acima, verifica-se que, o número de estabelecimentos empresariais em Juruti cresceu de 188 em 2006 para 428 em 2010, houve um crescimento de 227,66% de unidades empresariais, isso se reflete no cenário comercial que aumentou expressivamente a partir de 2006, decorrendo principalmente na descentralização.

É importante salientar que, o processo de descentralização comercial de Juruti inferiu diretamente na fisionomia da cidade, por gerar um fluxo de pessoas e mercadorias numa nova localização, que acabou ocasionando uma mudança no cenário dessa área de comércio. Parte da alteração espacial dessa área da cidade pode ser observada na imagem abaixo, onde a primeira apresenta a Travessa Viúva Marcos Belicha, atualmente e a imagem ao lado, a mesma Travessa no ano de 2008.



Figura 1: Trav. Marcos Belicha atualmente.

Fonte: Pesquisa de campo.



Figura 2: Trav. Marcos Belicha.

Fonte: <http://pt.db-city.com>

Foto: Andrade, L. G.

A descentralização também inferiu sobre os consumidores antigos, pois, se passou a vivenciar uma otimização do comércio, advindos da variedade de serviços e produtos, bem como nos próprios empresários comerciantes, que apostaram na investida de uma comercialização numa área que não fazia parte do núcleo central.

A exemplo dos investidores da descentralização do comércio em Juruti, se tem o comerciante Antônio Sabido, popularmente, conhecido como “Ceará”, que trabalha com a atividade varejista na nova área comercial. Quando lhe perguntado qual o motivo que o levou a instalar seu comércio em Juruti, ele respondeu que “na época, em 2006 era por causa das empresas da ALCOA e outras terceirizadas, que se implantaram na cidade e trouxe um grande movimento pra cá”. Em seguida, respondendo sobre o fato da escolha daquela área da cidade, o sr. Antônio respondeu otimista dizendo que “é porque na época a cidade cresceu para essa parte aqui e por ser na margem da PA o fluxo das empresas e de passagem para os banhos é grande, aí a gente colocamos o comércio pra cá, deu certo e outras pessoas também colocaram, o movimento que antes era mais pro começo da cidade veio pra cá”.

Nas palavras do comerciante Ceará, se verifica a descentralização do comércio na visão de um dos agentes formadores dessa área, uma visão que se torna unilateral quando se observa e analisa o presente processo espacial.

Caracterização da área de estudo e a comparação com a área central

A nova centralidade comercial da cidade de Juruti está localizada na intersecção do bairro Bom Pastor e o bairro Maracanã, com a Rua Governador Fernando Guilhon e a oeste da Rua Joaquim Gomes do Amaral até a extensão do início da PA 257.

Os eixos comerciais de Juruti destacam-se pela presença de supermercados, o que difere da área central, pois nela há a predominância de comércios de pequenos portes. Os supermercados tornaram-se a grande atração para estas ruas comerciais. Ortigoza (2010) caracteriza os supermercados como superfícies comerciais concentradoras do capital de forma territorial e financeira, e que, com isso possibilitam que os consumidores

encontrem num mesmo local um conjunto de mercadorias necessárias para seu consumo, sem que seja preciso ir a vários pontos comerciais.



Figura 3: Rua de comércio na área central.

Fonte: Pesquisa de campo realizado dia 23/09/14.

Foto: Andrade. L. G



Figura 4: Supermercado da nova área comercial.

Fonte: Pesquisa de campo realizado dia 23/09/14.

Foto: Andrade. L. G

O fato da facilidade e variedade de acesso a bens de consumo presente nos supermercados elevou o fluxo de consumidores nesses eixos. Outra característica deles são os comércios de materiais de construção, e auto peças, pois também estão em destaque nessas ruas comerciais, existindo a maior presença do que na área central, onde há carência desse tipo de atividade comercial.

Tratando-se do comércio de confecções, os eixos comerciais não possuem um destaque neste setor, frente à área central, haja visto que, comparando-a com ela, se tem uma quantidade de lojas bem inferior, pelo fato de a área central vir se especializando no ramo de venda de confecções, com isso observa-se uma concentração de lojas de confecções bem maior no núcleo comercial do centro do que nos eixos de comércio.

No que tange ao setor do comércio de carnes (bovinos e suínos), peixes e hortifrúti, o Mercado Municipal de Juruti (Localizado na área central) e o seu entorno, por muitos anos foi o principal ponto comercial de compra e venda desses produtos, mas nos últimos anos vem sendo afetado pelo surgimento da nova centralidade comercial, pois se antes o Mercado era preferência na hora da compra desses produtos, atualmente, ele divide espaço com os supermercados, açougues, mercadinhos de peixes, e frutarias, além da Feira do Produtor Rural, localizados nessas novas ruas comerciais.

A partir dessas características, os eixos comerciais da cidade de Juruti por muitas vezes se destacam frente à área central, o que gera uma maior atração dos consumidores para essa nova centralidade comercial.

Resultados e Discussão

A aplicação dos formulários foi realizada em dois dias, o primeiro, no dia 03 de outubro de 2014 (sexta-feira), pela parte da manhã e à tarde, onde foram aplicados 20 formulários, e o segundo, dia 07 de outubro de 2014 (terça-feira) no período da manhã, com a aplicação de mais 11 formulários, totalizando 31 formulários aplicados. Essa pesquisa foi realizada entre consumidores que estavam a fazer compras na nova área comercial da cidade de Juruti, abordados aleatoriamente. Participaram dela, 16 pessoas do sexo feminino e 15 pessoas do sexo masculino.

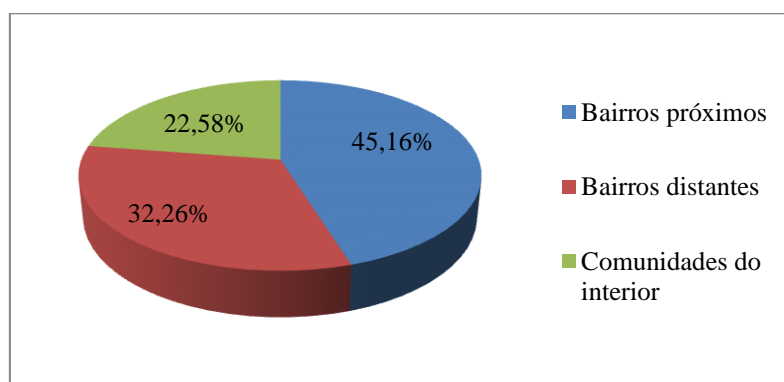


Gráfico 3: Residência dos consumidores com relação à área comercial.

No gráfico acima, observa-se que, dos consumidores que responderam aos formulários, 45,16% são moradores de bairros próximos aos eixos comerciais, enquanto que, 32,26% são moradores de bairros distantes. O interessante é que, 22,58% afirmaram serem moradores de comunidades do interior do município, e isto, apesar de aparecer em menor porcentagem, ainda assim representa um número bastante relevante com relação à presença desses consumidores nessas ruas de comércio. Esta realidade se faz devido a sua localização, que se torna mais próximo de quem vem para a cidade por meio de transporte terrestre, o que é o caso de grande parte dos moradores das comunidades do município de Juruti.

Torna-se importante mencionar que, dos moradores próximos aos eixos comerciais 40% são residentes nos bairros Nova Jerusalém e Nova Vitória, bairros estes, que surgiram a partir da ocupação irregular da terra, como já citados, e, estão localizados a margem do início da estrada. Esses bairros além de ampliarem a área urbana de Juruti, também, induziu o movimento do fluxo de pessoas nesse espaço, antes visto apenas como limite de saída da cidade rumo a áreas interioranas do município. A partir disso, pode-se apontar a criação desses novos bairros como um dos motivos para a presente localização da nova centralidade comercial em Juruti.

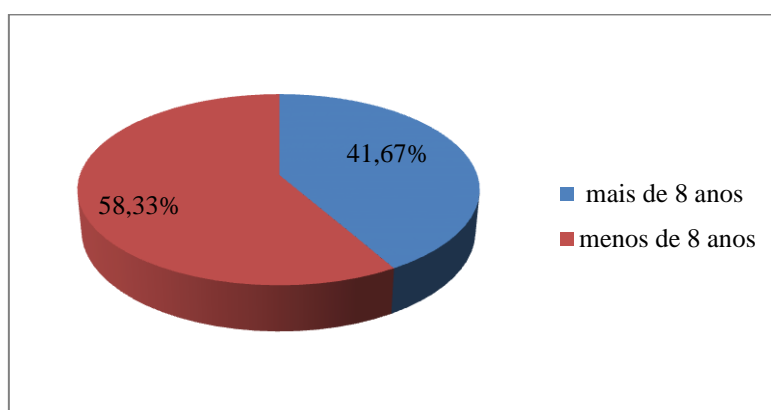


Gráfico 4: Tempo de moradia na cidade.

Verifica-se no gráfico 4 que, dos consumidores que residem na cidade de Juruti, ou seja, dos 24 entrevistados, a maioria, 58,33% moram há pouco tempo nela, não excedendo a duração de 8 anos, enquanto que, a minoria, 41,67% afirmaram serem moradores há mais de 8 anos. Este fato evidencia que, a nova centralidade comercial atende principalmente a demanda do aumento populacional que Juruti vivenciou nos últimos anos.

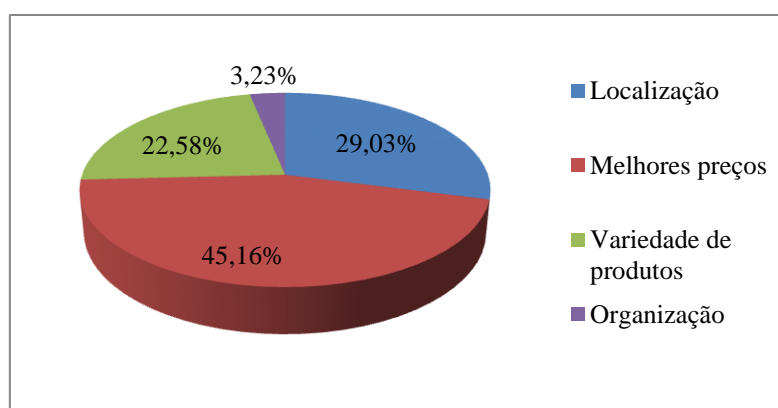


Gráfico 5: Motivo pelo qual os consumidores realizam suas compras na nova área comercial.

No gráfico 5, identifica-se que, a maioria dos entrevistados, 45,16% afirmaram como principal motivo para realizarem suas compras nas novas ruas comerciais da cidade de Juruti, o fato de nelas haver os melhores preços, e 29,03% mencionaram a localização como motivo principal, por ser mais próximo dos bairros distantes da área comercial do centro, enquanto que, 22,58% do consumidores alegaram o motivo principal a variedade de produtos e apenas 3,23% a organização comercial dessa área como motivo para realizar compras nela.

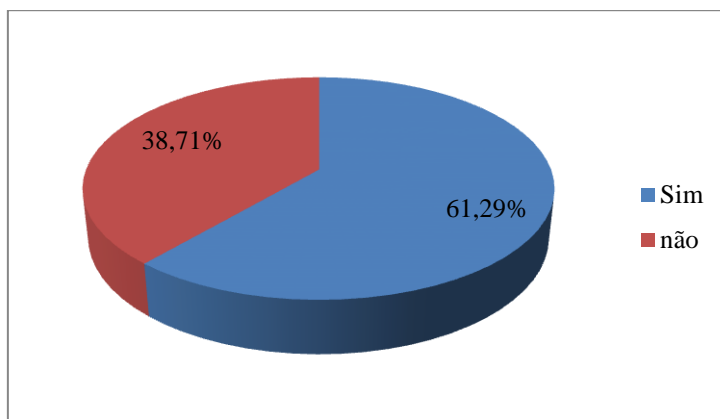


Gráfico 6: Sempre utilizou dessa área comercial?

No gráfico 6, observa-se que 61,29% sempre utilizou desses eixos comerciais, e 38,71% não os utilizavam. Das pessoas que afirmaram sempre terem utilizado dessa nova centralidade da cidade, pode-se explicar isso retomando-se aos dados da figura 2 onde mostra que, 58,33% São moradores recentes na cidade, o que explica a maioria afirmar sempre ter utilizado dessas ruas de comércio. Já os 38,71% dos consumidores que responderam não terem utilizado sempre, justificaram isso pelo fato de antes a área não existir.

Tabela 1: Importância da área comercial

Importância	Quantidade	%
Pouco importante	1	3,23
Importante	14	45,16
Muito importante	16	51,61
Total	31	100

A tabela 1 mostra que, 51,61% dos consumidores consideram os eixos comerciais muito importantes, já 45,16% consideram-nos importante, enquanto que, apenas 3,23% os consideraram pouco importantes. Mais de 30% consideram muito

importante, pelo fato de atender a população que mora mais distante da área comercial do centro da cidade, ou seja, estes eixos de comércio se tornaram uma ótima opção para os bairros criados nos últimos anos, bem como, para aqueles que se ampliaram para além das proximidades central da cidade.

Já, os 25% dos que afirmaram a grande importância das novas ruas comerciais, declararam isto justamente pela proximidade com os consumidores que vem do interior do município, estes que veem para a cidade realizar suas compras, principalmente, em ônibus.

Torna-se importante ressaltar que, na nova centralidade do comércio, por ser uma das principais portas de entrada para a cidade, onde circulam diariamente transportes coletivos, criou-se um espaço apropriado para o estacionamento desses ônibus, o que facilita a organização de chegada e saída dos mesmos na cidade, e ainda os torna o principal corredor de circulação desses transportes, restringindo a circulação deles a essas ruas e não mais para as da área central.



Figura8: Parada de ônibus.

Fonte: Trabalho de campo realizado dia 23/09/14.

Foto: Andrade. L. G.



Figura 9: Parada de ônibus.

Fonte: Trabalho de campo realizado dia 23/09/14.

Foto: Andrade. L. G.

A destinação de uma área específica ao estacionamento dos ônibus influenciou de maneira positiva na organização da área comercial, pois evitou o atrapalho no trânsito, pelo fato de não ser preciso estacionar na rua os ônibus, mas, isto é uma realidade que nunca existiu e nem existe na área comercial do centro.

Dos entrevistados que afirmaram ser muito importante a nova centralidade comercial, 18,75% deles, alegaram isso pela variedade de produtos presente nela,

enquanto 12,50% declararam ser muito importante por otimizar as compras e os outros 12,50% afirmaram ser muito importante por possui melhores preços.

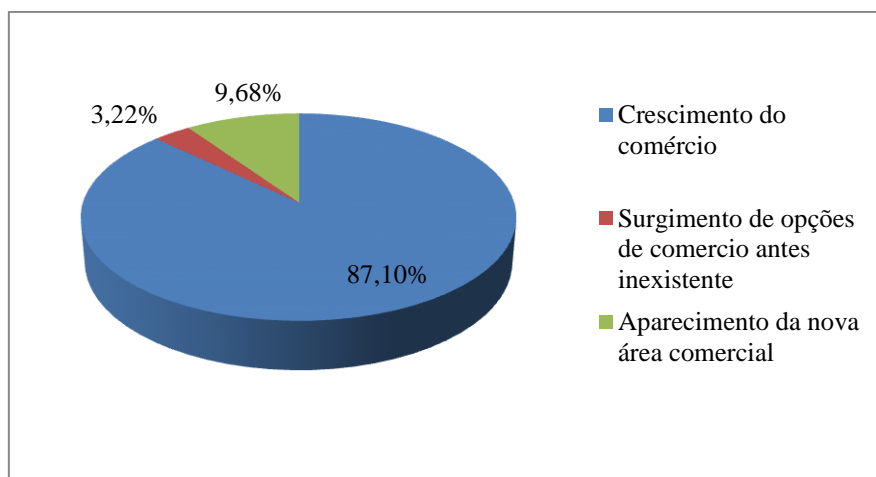


Gráfico 7: Alterações no cenário do comércio percebidas nos últimos anos.

No gráfico 7 observa-se que, das alterações no cenário comercial da cidade de Juruti, percebidas pelos consumidores nos últimos anos, foi afirmado por 87% o crescimento do comércio, e 9,68% afirmaram mais especificamente o aparecimento das novas ruas de comércio, enquanto 3,22% alegaram terem percebido o surgimento de opções comerciais antes inexistentes, ou seja, anteriormente, havia a ausência de mercadorias que hoje se fazem presente.

É importante declarar que, por esse último fato mencionado, até o ano de 2006, ainda era preciso se deslocar de Juruti para cidades maiores, principalmente, Santarém na busca por mercadorias ausentes na cidade, mas atualmente isso não é mais necessário devido à variedade de mercadoria e comércios surgidos nos últimos anos.

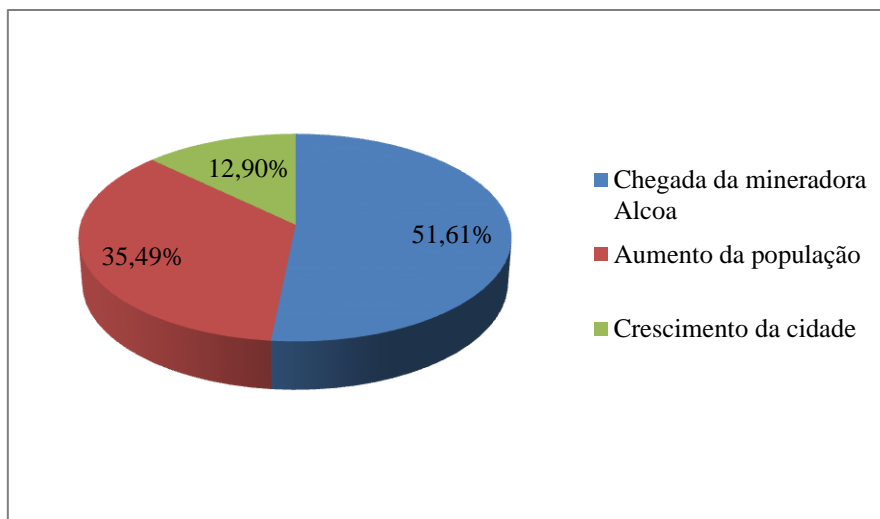


Gráfico 8: Os motivos responsáveis pelas alterações no comércio.

O gráfico 8 evidencia que, quando perguntado aos entrevistados os motivos responsáveis pelas alterações no cenário comercial de Juruti, mais da metade, 51,61% afirmaram como motivo principal a chegada da mineradora ALCOA, já 35,49% menciona o aumento da população, enquanto 12,90% alegaram como motivo pelas alterações no comércio da cidade de Juruti o crescimento da própria cidade.

Nas respostas dos entrevistados, observa-se que, dos três motivos mencionados, um é o complemento do outro, a chegada da mineradora ALCOA, que atraiu milhares de pessoas para a cidade de Juruti em busca de empregos, um fato evidenciando pelo repentino aumento da população segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, já citados, isso que gerou consequentemente a necessidade de uma nova centralidade comercial e uma maior variedade de comércios para o atendimento do número de consumidores que passou a se fazer maior após a presença da mineradora e as demais empresas vindas juntamente com ela.

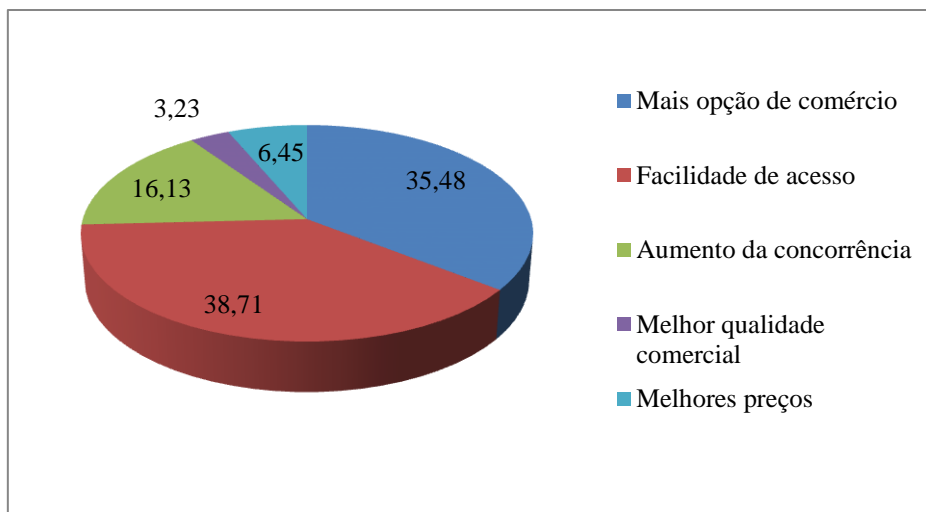


Gráfico 9: Motivos que favoreceram os consumidores com a nova área de comércio.

No gráfico 9 verifica-se que, dos motivos pelo qual a nova centralidade comercial favorece os consumidores, foi mencionado por 38,71% dos entrevistados, a facilidade de acesso, bem como já citado, que está relacionado ao fato da proximidade com bairros distantes do centro do comercial e com os consumidores que vem para cidade através da estrada. Já, os 35,48% alegaram como favorecimento aos consumidores a maior opção de comércio que a centralidade propicia, enquanto 16,13% mencionaram o aumento da concorrência, e 6,45% a presença de melhores preços, é importante enfatizar que, este último motivo está interligado ao da concorrência, pelo fato da mesma ocasionar a diminuição dos preços. Do restante, 3,23% dos entrevistados afirmaram como motivo que os favorece, a melhor qualidade de comércio que os eixos propiciam aos consumidores.

Conclusão

Verifica-se que, o processo de descentralização comercial em Juruti, é resultado de fatos e processos ligados uns aos outros. Primeiramente tem-se o fato da chegada do grande empreendimento de mineração da empresa ALCOA, que transformou o município de Juruti, este, que até o ano de 2005 era predominantemente pacato, e se apresentava num ritmo de crescimento bastante lento, sem pressa para o desenvolvimento, mas passou a ter um crescimento populacional acelerado e suficiente para causar impactos sobre o espaço urbano e a vida dos moradores da cidade, tanto dos antigos, quanto dos novos moradores, os migrantes.

Paralelo ao crescimento populacional se desenvolveu o crescimento urbano, um crescimento que se realizou da pior maneira, pois no caso dos novos bairros, foi originado da ocupação irregular de áreas particulares. Mas ao mesmo tempo em que, o processo de ocupação irregular ocasionou o aparecimento de áreas residências de aspecto desorganizado, carente de infraestruturas e saneamento básicos, também ocasionou um maior fluxo de pessoas para essa área que se apresenta nas margens do início da estrada de Juruti, a estrada denominada Translago.

A partir disso, tem-se também o fato, das principais vias de entrada e saída da cidade, terem se tornado mais dinâmicas, com um fluxo maior de pessoas, tanto por parte dos moradores dos novos bairros, como dos moradores do interior do município em detrimento da melhoria das entradas, dos veículos de trabalhadores das empresas, e das pessoas que saíam da cidade em buscar dos balneários de Juruti, esse aumento no fluxo de pessoas e veículos, acabou atraindo comerciantes a se instalar naquelas ruas da cidade, impulsionando o surgimento de uma nova centralidade comercial na cidade de Juruti.

A presença de diferentes pessoas na cidade, diferentes gostos, costumes e diferentes classes sociais exigiu um aumento do comércio, assim como, uma melhora nos quesitos produtos e atendimento. A partir disso, os comerciantes presentes foram se adequando a essa nova demanda, e outros foram atraídos a se instalar em Juruti. Com isso, ocorreu o crescimento do comércio, sua expansão para outra área, e a elevação da competitividade. Logo, o processo de descentralização comercial se fez presente na cidade.

O aumento comercial, bem como, a descentralização do comércio foi um ganho para os consumidores, pois a competitividade contribuiu para a diminuição de preços e houve uma melhora muito grande no setor comercial, porém isso não favoreceu apenas os novos consumidores da cidade, mas principalmente os antigos, que viram pela primeira vez em Juruti uma vasta variedade de produtos e qualidades.

Em síntese, nota-se que, o processo de descentralização comercial em Juruti, não foi algo que aconteceu isoladamente, mas sim, resultado de uma dinâmica mais ampla que abrangeu o momento econômico da cidade e a população em geral, sendo responsável por criar uma nova centralidade comercial capaz de atender o fluxo ea demanda existente, além de se apresentar tão importante quanto o centro comercial.

Referencias

ALMEIDA, D. C. S.; PENA, F. S.; FREITAS, O. A. Subcentros Espontâneos: O Caso do Bairro Luizote de Freitas em Uberlândia-MG. **Revista Eletrônica de Geografia**, v.3, n.8, p. 87-104, dez. 2011.

CARLOS, A. F. A. **A (Re)produção do Espaço Urbano**. ed. 1. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CARVALHO, A. S. Gênese e estruturação de um eixo comercial especializado em viçosa (MG). **Revista Geográfica de América Central**, Número Especial EGAL, 2011- Costa Rica II Semestre 2011 p. 1-16.

CORNILS, P. Riqueza e miséria em Juruti. **Revista Brasileiros**, 2008. Disponível em <<https://www.revistabrasileiros.com.br/2008/09/riqueza-e-miseria-em-juruti/#.VGtkx3bbaho>> Acesso em 30 de março de 2013.

CORRÊA, R. L. **O Espaço Urbano**. São Paulo: Editora Ática, 1989

EVANGELISTA, C. W.; NOVAIS, G. T. **Descentralização do Centro e a Formação dos sub centros em áreas periféricas de Uberlândia Minas Gerais (BRASIL)**. Encontro de Geógrafos da América Latina, Perú, 2013.

FERES, V. S. R. G. Processos espaciais: Discutindo a descentralização. **Anais do III Encontro de Geografia, VI Semana de Ciências Humana “A Geografia e suas vertentes: Reflexões”**, Campos dos Goytacazes – RJ, Novembro de 2010. ISSN 21793263

FILLOS, L. M.; BEDNARCHUK, J. Z.; ZEN, P. D.; NADAL, K.; BURAKI, D. **Uma discussão sobre os aspectos metodológicos das investigações em modelagem Matemática do XI EPREM**. IX ANPED Sul, Seminário de Pesquisa em Educação na Região Sul, Caxias do Sul – RS, 2012.

FRANÇA, I. S. de; SOARES, B. R. **A cidade média e suas centralidades: o exemplo de Montes Claros no norte de Minas Gerais**. 2007, 11 f. Síntese revisada da dissertação de mestrado em Geografia da Universidade Federal de Uberlândia/UFU, MG, 2007. Disponível em: <<http://pt.db-city.com/Brasil--Par%C3%A1--Juruti>> Acesso em 28 de Setembro de 2014.

GARCIA, T. V. **Dinâmicas urbanas recentes: o setor terciário, descentralização e a formação de novos pontos de comércio em Anápolis (GO)**. 125 fls. Dissertação de

mestrado apresentado a Universidade de Brasília, Departamento de Geografia, Programa de Pós-graduação em Geografia, Brasília, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <www.ibge.gov.br> Acesso em: 20 de junho de 2014

LOPES, L. S. de O.; SILVA, R. F. da; ARAÚJO, J. L. L. Processos espaciais urbanos em Teresina (PI): Descentralização comercial no bairro Piçarra. **Anais do XVI Encontro Nacional dos Geógrafos “Crise, práxis e autonomia: espaços de resistências e de esperanças, Espaços de diálogos e práticas”**, Porto Alegre, Julho de 2010.

OLIVEIRA, B. C.; PENA, H. W. A.; BARROSO, K. C. Análise da dinâmica da estrutura produtiva do município de Juruti – Amazônia – Brasil. **Revista acadêmica de economia**, 2014, ISSN 1696-8352.

OLIVEIRA, J. A. O Estado e a produção do espaço na Amazônia. In: **Cidades na selva**. Manaus: Valer, 2001. 147 – 179.

ORTIGOZA, S. A. G. **Paisagens do consumo**. São Paulo: Editora UNESP, Cultura Acadêmica, 2010.

PORTELA, J. W. V.; MELO, J. A. B. Análise dos processos espaciais de centralização e descentralização do comércio de Campina Grande, PB. **Revista de geografia (UFPE)** V. 29, Nº. 3, 2012, p.167 a 183.

QUEIROZ, T. A. N. O processo de descentralização e as novas centralidades em Natal – RN. **OBSERVATORIUM: Revista Eletrônica de Geografia**, v.3, n.8, p. 105-125, Dezembro de 2011.

SANTOS, B. A. Recursos Minerais da Amazônia. **Estudos Avançados** 16 (45), 2002

SILVA, R. R.; CLEPS, G. D. G. A geografia do comércio e os processos de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de shopping centers. **Anais do XVI Encontro Nacional dos Geógrafos “Crise, práxis e autonomia: espaços de resistências e de esperanças, Espaços de diálogos e práticas”**, Porto Alegre, Julho de 2010.

SOUZA, M. V. M. **Cidades Médias e novas centralidades: análise dos subcentros e eixos comerciais em Uberlândia (MG)**. 2009. 235f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009.