

RUAS DE COMÉRCIO: O MAPEAMENTO DAS RELAÇÕES COMERCIAIS DA AVENIDA CÔNEGO JOÃO LIMA EM ARAGUAÍNA – TOCANTINS*

SHOPPING STREETS: THE MAPPING OF TRADE RELATIONS AVENUE CANON JOÃO LIMA IN ARAGUAÍNA – TOCANTINS

Janderson Henrique Mota de Sousa 1
João de Deus Leite 2

Possui graduação em Administração pela Universidade Norte do Paraná (2016) e mestrado em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais pela Universidade Federal do Tocantins (2019). Atualmente é professor EBTT Substituto do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: simbólico, vulnerabilidades, posição discursivo-enunciativa, inscrições simbólicas e efeitos de sentido. É membro do Grupo de Estudos e Pesquisa em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais (GEPDire) da Universidade Federal do Tocantins.
E-mail: henrique.janderson@gmail.com

É graduado no Curso de Letras/Português, pela Universidade Estadual de Montes Claros (2007); é mestre (2010) e doutor (2015), pela Universidade Federal de Uberlândia. É Professor Adjunto na Universidade Federal do Tocantins. Foi membro do Conselho Municipal de Educação de Araguaína/Tocantins (2018-2019).
E-mail: joaodedeusleite@hotmail.com

Resumo: Este trabalho abordará a Avenida Cônego João Lima, situada na cidade de Araguaína – Tocantins, como uma rua de comércio. Propomos a analisar e a problematizar as dinâmicas regionais que movimentam, seccionam e espacializam as relações comerciais na avenida. Propomos, ainda, a apresentar o mapeamento das relações comerciais que, a grosso modo, são espaços físicos criados pelas dinâmicas regionais que movimentam as relações comerciais na referida avenida. As “espacializações” serão apresentadas em um mapa que destacará as seis áreas de comércio que são influenciadas por peculiaridades das dinâmicas regionais que movimentam o fluxo das relações de comércio. Os métodos empregados são a pesquisa bibliográfica e documental. Este trabalho se classifica ainda como uma pesquisa exploratória e descritiva. A natureza dos dados é qualitativa. Teóricamente-analiticamente, este trabalho está filiado às concepções de ruas de comércio e ao recorte temporal da modernidade líquida.

Palavras-chave: Araguaína. Tocantins. Ruas de Comércio. Avenida Cônego João Lima.

Abstract: This work will approach Avenida Cônego João Lima, located in the city of Araguaína - Tocantins, as a shopping street. We propose to analyze and to problematize the regional dynamics that move, section and spatialize commercial relations on the avenue. We also propose the mapping of trade relations, which are roughly the physical spaces created by the regional dynamics that drive trade relations in that avenue. The “spatializations” will be presented in a map that will highlight the six areas of commerce that are influenced by peculiarities of regional dynamics that move the flow of trade relations. The methods used are bibliographic and documentary research. This work is still classified as an exploratory and descriptive research. The nature of the data is qualitative. Theoretically-analytically, this work will join the conceptions of streets of commerce and the temporal cut of liquid modernity.

Keywords: Araguaína. Tocantins. Shopping Street. Avenida Cônego João Lima.

*Este trabalho é um recorte de nossa dissertação de mestrado, que foi defendida no mês dia 16 de abril de 2019.

Introdução

Neste trabalho, discorreremos sobre a condição da Avenida Cônego João Lima, situada na cidade de Araguaína – Tocantins, como uma rua de comércio. Para tanto, elaboramos algumas teorizações em torno do que denominamos de “dinâmicas regionais”. De nosso ponto de vista, essas dinâmicas seccionam e estabelecem as relações comerciais ao longo da avenida. Para fundamentar essa denominação, propomos uma discussão e fundamentação das “especializações das relações comerciais”.

Apresentamos, na seção “Avenida Cônego João Lima: as dinâmicas regionais produzindo as especializações das relações comerciais”, a discussão sobre essas especializações que, *a grosso modo*, são espaços físicos criados pelas dinâmicas regionais que movimentam as relações comerciais na referida avenida. Essas relações comerciais, por sua vez, convocam certas relações de trabalho que são peculiares a cada especialização. Aventamos a hipótese de que as dinâmicas regionais presentes na Cônego João Lima criam as “especializações das relações comerciais”.

Temos por objetivo analisar e problematizar as dinâmicas regionais que circunscrevem a avenida e, conseqüentemente, movimentam e especializam as relações comerciais durante o período diurno na maior avenida comercial do norte do Tocantins. Objetivamos, também, analisar como as dinâmicas regionais movimentam o fluxo das relações comerciais na avenida. Elaboramos um mapa que mostrará como as dinâmicas regionais especializam áreas de comércio que ofertam bens, produtos e serviços de uma mesma categoria.

Por causa de sua complexidade, o objeto de pesquisa deste artigo apresenta a necessidade de um estudo com base interdisciplinar. Dessa maneira, é possível afirmarmos a partir do objeto de pesquisa, que são as dinâmicas regionais produzindo as especializações das relações comerciais, que este trabalho se classifica em relação ao método como uma pesquisa bibliográfica e ao mesmo tempo com traços de uma pesquisa documental.

Gil (2010) destacou que a pesquisa bibliográfica tem por materialidade basilar os dados que já foram publicados, quer seja pela via impressa quer seja pela via não impressa. Severino (2007) salientou que esse tipo de pesquisa se realiza por meio de registros disponíveis, tais como: livros, artigos, teses, pesquisas publicadas em qualquer meio de acesso, etc.

Com relação aos objetivos, esta pesquisa pode ser classificada como exploratória e, também, como descritiva. A pesquisa exploratória tem por foco o levantamento de informações sobre um determinado objeto, buscando, assim, a delimitação de um campo de trabalho (SEVERINO, 2007). Esse tipo de pesquisa tem ainda como escopo propiciar maior familiaridade com o problema de pesquisa, dessa maneira, tornando-o mais explícito e possibilitando a constituição de hipóteses (GIL, 2010).

A pesquisa descritiva apresenta, detalhadamente, as descrições das características de uma determinada população (GIL, 2010). Dentre essas características, Gil (2010) e Severino (2007) destacam: a idade, o sexo, o nível de escolaridade, a saúde física, a saúde mental, dados socioeconômicos, dentre outros. Esse tipo de pesquisa tem por objetivo, para usarmos outros termos, o levantamento de informações sobre um determinado objeto.

E, por fim, este artigo pode ser classificado, ainda, em relação aos objetivos, como uma pesquisa documental. Segundo Gil (2010), esse tipo de pesquisa foca em diversos tipos de documentos que são elaborados com diversas finalidades. Incluem-se, neste tipo de pesquisa, os documentos jurídicos, pessoais, empresariais, de entidades governamentais e, também, as não governamentais.

A construção do “Mapa das Especializações das relações comerciais na Av. Cônego João Lima”, que se encontra na seção “Avenida Cônego João Lima: as dinâmicas regionais produzindo as especializações das relações comerciais”, deu-se a partir de quatro momentos. O primeiro momento envolveu a ida ao campo para fazer uma listagem manual de todas as lojas/empresas que estão na referida avenida. Essa listagem teve por finalidade classificar cada loja/empresa a partir dos produtos, dos bens e dos serviços que eram

ofertados.

O segundo momento consistiu na construção do mapa com o perímetro da referida avenida. Para tal procedimento, usamos o *Google Earth*¹ para registrar uma imagem com vista aérea da avenida. Após salvarmos a imagem que foi gerada, utilizamos o *ArcGIS*² para georreferenciar a imagem e, também, para inserirmos o norte e delimitarmos o perímetro da avenida.

A terceira etapa de construção do mapa consistiu em tabularmos os dados e verificarmos as espacializações produzidas pelas dinâmicas regionais e a maneira como essas dinâmicas se comportam no comércio diurno da avenida. Nesta etapa, identificamos as seis “espacializações das relações comerciais³” que circunscrevem a Avenida Cônego João Lima. A quarta e última etapa da construção se deu com a volta ao campo para conferirmos se, realmente, as informações conferiam com as espacializações que foram reproduzidas em nosso mapa.

A análise de dados foi feita a partir da interpretação das espacializações que foram reproduzidas no mapa. A partir de cada recorte físico, averiguamos a concentração de lojas/empresas e, conseqüentemente, o tipo de bens, de produtos e de serviços que aquela espacialização das relações comerciais oferece.

Este trabalho está estruturado em cinco seções. A primeira seção apresenta os elementos introdutórios, como, por exemplo, a contextualização e a metodologia. A segunda seção apresenta uma discussão sobre as ruas de comércio e a relação que essas ruas tem com as dinâmicas regionais que lhes são peculiares. A terceira seção apresenta o que é a avenida deste estudo, desde os seus primórdios, como uma avenida pacata e com características rurais, até a sua ressignificação como rua de comércio atualmente. A quarta seção apresenta a parte analítica do nosso trabalho, desta maneira contemplando o mapa que foi construído e a problematização bem como a análise das espacializações das relações comerciais. A quinta e última seção destacará as considerações finais deste trabalho.

Ruas de comércio e as dinâmicas regionais

Falar em ruas de comércio e não abordar o conceito de rua é, praticamente, impossível. Ao olharmos para os diversos conceitos que alguns teóricos atribuem para “ruas”, percebemos a predominância de alguns elementos básicos, como, por exemplo: “lugar do encontro” (LEFEBVRE, 1999), “lugar de informação e de mercadorias” (BERTUZI; MACULAN, 2013), “espaço público, de comércio e de cidadania” (VARGAS, 2002), “espaços de sentidos” (ORLANDI, 2004) (CARLOS, 2001), “comunicação e conciliação de interesses diversos” (BORTHAGARAY, 2010), etc. Lefebvre (1999, p. 29), de uma forma mais filosófica, destaca o seguinte conceito de rua:

Não se trata simplesmente de um lugar de passagem e circulação [...]. É o lugar do encontro (topia) do encontro, sem o qual não existem outros encontros possíveis nos lugares determinados (cafés, teatros, salas diversas). Esses lugares privilegiados animam a rua e são favorecidos por sua animação, ou então não existem. Nela efetua-se o movimento, a mistura, sem os quais não há vida urbana, mas separação, segregação estipulada e imobilizada.

A partir do entendimento de Lefebvre (1999), podemos destacar algumas características básicas do conceito de rua. A primeira característica é, justamente, o rompimento

1 *Google Earth*[®] é um programa de computador desenvolvido e distribuído pela empresa estadunidense do Google. Tem por função a apresentação de modelitos tridimensionais do globo terrestre. Esses modelitos são construídos a partir de mosaicos de imagens de satélite que são obtidas de fontes diversas.

2 *ArcGIS*[®] é um sistema de informações geográficas para trabalhar com mapas e com informações geográficas.

3 Na seção de análise, veremos que essas 06 espacializações são recortes físicos que espacializam as relações comerciais durante o período diurno desta avenida. Cada espacialização demanda um fluxo específico de empresas que ofertam bens, produtos e serviços de uma mesma categoria ou de categorias similares.

com o senso comum de que a rua é apenas um lugar de passagem e de circulação. Para o teórico, considerá-la apenas desse modo reduziria a sua importância nas relações sociais, isto é, o local dos encontros e desencontros.

A segunda característica atribuída pelo teórico são as possibilidades do fluxo de vida e de comércio. Por meio dela, alguns lugares, alguns pontos de encontros, são determinantes para o fluxo da vida em sociedade. A exemplo, são: os cafés, os teatros e as salas diversas. Essas representações de lugares demarcam que a rua carrega em si sentidos que não se fecham e, também, que não se abrem da mesma forma para todas as pessoas. No entanto, independentemente da forma como esses sentidos se constituem, a rua apresenta um fluxo embrenhado de sentidos, de significações, que revelam as possíveis vivências de uma sociedade. A depender da concepção de rua que o indivíduo tiver, ele olhará e subjetivará a rua de uma maneira que lhe é peculiar.

A terceira característica é o movimento e a mistura que determinará a vida urbana. Especificamente nessa característica, Lefebvre (1999) começa a apresentar que, por ser um lugar de encontro, a rua deverá proporcionar o movimento e a mistura das pessoas, de suas culturas, de seus modos de vida, etc... Sem o movimento e sem a mistura, a rua tende a perder a sua essência básica que é servir como ponto de encontros. Ao perder o ponto de movimento e de mistura entre as pessoas, as culturas e as formas de viver, a rua perderá a sua função social.

Hipoteticamente pensando, com a perda de sua função social, é possível pensar-mos em: separação, segregação, não direito à mobilidade e não acesso à cidade. Essas possíveis consequências vão contra tudo àquilo que o referido teórico conceitua como rua. Ainda que de uma forma mais filosófica, o teórico apresenta as possíveis implicações sociais que essa perda traria a algumas pessoas da sociedade.

Para Carlos (2001, p. 56), a rua não pode e nem deve ser entendida apenas como um lugar com fluxo de pessoas, mas ela deve ser entendida como um lugar onde o “espetáculo urbano” acontece e que os “trajetos se recobrem de sentido” (CARLOS, 2001, p. 56). Assim como Lefebvre (1999), Carlos (2001) compreende que a rua traduz, em seu conceito, algo que excede os recortes físicos, a malha asfáltica, as calçadas, etc. Eles entendem que a rua produz sentidos e não sentidos. Ela produz sentidos complexos e diversificados. A depender da visão de mundo que carregamos, elas também produzem não sentidos por não significarmos as relações proporcionadas da mesma forma.

Borthagaray (2010) entende o conceito de rua como lugar: de deslocamentos, dos encontros, da realização do comércio, de habitações, da comunicação e da possibilidade de conciliações de interesses diversos. Para este autor, o conceito de rua, também, representa o fluxo de vida onde passamos uma parte considerável de nossas vidas.

A partir dessas compreensões, concebemos que as “ruas de comércio” apresentam outras possibilidades de se olhar para as questões do espaço na cidade. De forma próxima ao entendimento de “rua”, as “ruas de comércio” apresentam algumas particularidades. A primeira particularidade é que ela poderá ser especializada em um tipo único de produto, de bens e de serviços. Gomes, Costa e Costa (2018, p. 07) destacam que “as ruas de comércio especializado são aquelas em que há forte presença, clara predominância ou mesmo exclusividade de um segmento de comércio”. Os autores complementam a ideia, ao afirmarem que “nessas ruas é possível encontrar uma concentração de lojas que comercializam um mesmo tipo de mercadoria” (GOMES; COSTA; COSTA, 2018, p. 07).

Uma segunda particularidade é que elas podem apresentar uma diversificação de produtos, de bens e de serviços, atendendo a uma gama variada de consumidores. Poderá, ainda, ser dividida entre aquelas voltadas ao comércio de ambulantes ou ao comércio de lojas. Por fim, podem apresentar uma espécie de hibridização que congregará os vendedores ambulantes e os lojistas do atacado, varejo ou de ambas categorias.

Uma terceira peculiaridade é a apresentada por Bertuzzi e Maculan (2013, p. 04), ao afirmarem que “as ruas de comércio, por estarem em grande parte inseridas no centro da cidade, favorecem a sua hegemonia no que se refere à localização”. Os referidos autores destacam uma característica que é vista em um grande número de ruas de comércio:

essas ruas apresentam um grande fluxo de pessoas e de mercadorias.

Com relação às características das ruas de comércio, Bertuzzi e Maculan (2013) ponderam que, a partir da estruturação das cidades, com marco na transição do rural para o urbano, o comércio passou a desempenhar novas formas de subsistência na sociedade. Com o advento dos trabalhos manuais e com a comercialização desses trabalhos, os autores salientam que a população das cidades começou a crescer a ponto de saturá-las, obrigando, assim, uma massa de pessoas vindas do interior a abrigarem-se nas pequenas ruas.

Vargas (2002) destaca que as ruas de comércio buscam apresentar uma relação entre comércio, espaço público e cidadania. Segundo a autora, é oportuno e necessário que essas relações ocorram em um espaço não privativo e que, neste espaço, o “encontro” possa ser realizado. Ela destaca, ainda, que o comércio, bem como as ruas especializadas carregam em si as noções: de coletividade, do ser público, das relações de trocas em espaços públicos. Por fim, segundo a autora, existe uma necessidade de garantir meios, para que o “ato da troca” tenha o máximo possível de lisura entre as partes envolvidas. Existe, portanto, uma necessidade de ser um ato testemunhado, imprimindo, dessa maneira, um caráter de público às relações ali ocorridas.

De uma maneira mais didática, Bertuzzi e Maculan (2013, p. 06) elaboram um quadro em que descrevem as principais características das ruas comerciais. Os autores apresentam uma compilação de onze características a partir da obra de outros autores, criando, assim, um panorama geral do que a literatura apresenta sobre as ruas de comércio.

Percebemos que Bertuzzi e Maculan (2013) conseguiram estabelecer onze premissas para categorizarem o que a literatura científica apresenta sobre as ruas de comércio. Cada categoria particulariza elementos que evidenciam o que é e de que maneira se configuram essas ruas com enfoque no comércio. A primeira categoria é a “relação entre edifício e rua”. Resumidamente, esta categoria estabelece uma relação de proximidade entre espaço público, comércio e edifícios que propiciam, em sua conjuntura, aspectos de publicização do processo de trocas. Além de publicizar, esses edifícios devem propiciar elementos de lisura para o processo das trocas, como, por exemplo, a presença de pessoas que testemunhem aquela relação experienciada.

A segunda premissa apontada parte do pressuposto de que a maioria das ruas de comércio têm suas “inserções na parte central das cidades”. Os autores, citando Vargas (2002), defendem que essa inserção tende a favorecer as relações de poder e as relações de domínio, no que se referem às questões atinentes à localização. O fator “localização”, para as ruas de comércio, poderá determinar se elas serão especializadas em um tipo único de comércio ou se ela se fragmentará em zonas que estabelecerão quais produtos, bens ou serviços serão ofertados.

A terceira premissa é categorizada como a “atmosfera da loja”. Essa categorização destaca aspectos físicos/estruturais das lojas buscando, assim, colocar em evidência o aspecto visual. Essa atmosfera da loja tratará do *layout*⁴, da organização das mercadorias que estão no campo de visão do público-alvo. Tratará, ainda, das sensações que aquele estabelecimento poderá oferecer ao potencial cliente. Em outras palavras, diremos que essas sensações estabelecem relação direta com as necessidades de suprir as demandas dos clientes da melhor maneira, objetivando, desta forma, gerar um lucro cada vez maior para o estabelecimento, ao efetivar a compra, a venda ou o serviço prestado.

A quarta premissa apontada pelos autores é a possibilidade de “mix”, ou seja, de “compra comparada”. Essa possibilidade significa que as ruas comerciais conseguem estabelecer concorrência com outras lojas, com outros comércios, um ao lado do outro. Por outra via, diremos que essa premissa permite que o público-alvo tenha a capacidade de comparar preço, produto e promoção naquela praça. Esse público-alvo consegue ter essa capacidade pelo simples fato de as empresas estarem frente a frente, lado a lado ou proximamente umas das outras.

⁴ O layout é um esboço ou rascunho que mostra a estrutura física de algo ou de alguma coisa. Layout, também, é um sinônimo para «arranjo físico», ou seja, o modo como estão organizados os equipamentos, máquinas, dentre outras premissas, num espaço físico.

A quinta premissa destaca outro fator físico/estrutural das lojas/comércios: a forma coberta e a forma fechada dos estabelecimentos. Aqui, é possível inferir que essa categorização afeta aquelas ruas de comércio onde a predominância é de lojas e de comércios com estruturas fixas. Essa categorização não tratará de ruas de comércio que têm como foco principal os vendedores ambulantes. É perceptível, segundo os autores, que esse aspecto estrutural, coberto e fechado tem a função de transmitir maior segurança e maior conforto aos clientes.

A sexta premissa apresentada é a que trata da: variedade das fachadas apresentadas nas lojas/comércios. Para usarmos os termos dos autores, as ruas comerciais apresentam uma “heterogeneidade” em suas fachadas. Em termos gerais, essa heterogeneidade significa que, dentro da extensão das ruas comerciais, é possível uma diferenciação visual do tipo de produto, de bens e de serviços ofertados pelas lojas e comércios que compõem aquela rua. Outra característica que podemos destacar aqui é que essa categorização trata de ruas de comércio que não são especializadas em um tipo único de produtos. Essa categorização trata de ruas de comércios com uma ampla gama de produtos a seus clientes.

A sétima premissa tem relação direta com o “público-alvo”. Um fato interessante nessa categorização apresentada por Bertuzzi e Maculan (2013) é a possibilidade de inserção de todas as classes sociais nesse espaço público. Essa característica se aproxima do conceito de rua apresentado por Lefebvre (1999). Nessa premissa, os dois autores se aproximam de Lefebvre (1999), ao perceberem a necessidade do movimento, da mistura, da não separação e da não segregação nas ruas.

A oitava premissa é relacionada ao “desenho urbano”. Diferentemente das outras categorias, nessa, temos aspectos relacionados às condições físico/estruturais da rua em si. Essa premissa destaca aspectos como largura da via, o tipo de pavimentação, a vegetação, a importância da mobilidade e as regionalidades que são peculiares a cada rua comercial. Os autores não entraram em especificidades técnicas nessa premissa, mas descreveram elementos que, geralmente, apresentam-se nas ruas de comércio.

A nona premissa apresentada põe em evidência a “comunicação visual” das lojas e dos comércios ao longo dessas ruas. Essa categorização destaca aspectos que tendem a negativar esse espaço. Essa tentativa de negativar esse espaço parte da premissa da poluição visual gerada pelos inúmeros anúncios e fachadas. Essa poluição visual pode gerar uma desordem no espaço público e tornar esses centros comerciais extremamente desagradáveis para a população.

A décima premissa tratará, basicamente, da “arborização” que circunscreve essas ruas. Os autores destacam, a partir da visão de Mascaró (2010), que a existência de árvores possibilitará sombra para veículos, população e, também, para a proteção da insolação indesejada nos edifícios comerciais/habitacionais. De uma maneira geral, a presença das árvores ajudará em melhores experiências nas potenciais relações de trocas nas ruas comerciais, conferindo, assim, um aspecto mais sustentável e natural ao cinza das cidades.

A décima primeira e última categorização aborda o visual “*Merchandising*”⁵ e o “*Vitrinismo*”⁶. Nessa categorização, os autores, embasados em Morgan (2011), destacam aspectos ligados, diretamente, às questões de vendas e das premissas que podem influenciar o potencial cliente a comprar. Dentre essas premissas, eles destacam a motivação, a atração e o envolvimento que essas técnicas do *Marketing* propiciam.

Ao analisarmos as características citadas, podemos ter uma compreensão sobre o que são as ruas de comércio. Além dessas que são apresentadas pelos autores supracitados, gostaríamos de destacar uma que não foi abordada naquele rol: as dinâmicas regionais e as forças que lhes são peculiares, como, por exemplo, as demandas locais. A seguir, apresentaremos o que são essas dinâmicas e as forças que lhes são peculiares.

5 *Merchandising* é uma ferramenta de *Marketing*. Essa ferramenta consiste em um conjunto de técnicas responsáveis pela informação, pela apresentação e pelo evidenciamento de produtos no ponto de vendas ou em canais de propaganda e de publicidade, tais como: *tevé*.

6 *Vitrinismo* é uma ferramenta ligada ao *merchandising*. O *Vitrinismo* diz respeito às técnicas utilizadas na montagem de vitrines. Tem por finalidade essencial a obtenção dos melhores resultados possíveis na exibição de produtos, de bens e de serviços.

O Documento de Área (2016) que avalia os cursos de mestrados e de doutorados da área de Planejamento Urbano e Regional/Demografia (PLURD), disponibilizado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), estabelece um entendimento geral de que as dinâmicas regionais e as demandas locais refletem as estruturas de uma área, de uma localidade. Quando pensamos em dinâmicas regionais, tomando como ponto de referência o referido documento, percebemos que as dinâmicas regionais caminham em direção a discussões que amplificam os debates que envolvem a economia, a segurança pública, as políticas sociais, as configurações acerca do trabalho, as correlações entre vivências e sociedade, etc.

Cossil e Geraldo (2015) entendem que as dinâmicas regionais têm por característica influenciar, de forma significativa, as escolhas que pautam as políticas públicas, os mecanismos de segurança e de defesa que são utilizados em território nacional. Essa influência advinda das dinâmicas, segundo os referidos autores, proporciona ao Brasil respaldos para responderem às ameaças externas a partir do cenário regional que vivenciamos.

Cadoná (2017) entende que as dinâmicas regionais têm uma relação com o desenvolvimento a partir da ótica do trabalho e da organização dos mercados de trabalho. Para Cadoná (2017), não se trata de apenas compreender as forças que as dinâmicas regionais têm, mas de que forma elas podem condicionar as configurações de trabalho nos mercados urbanos mediante a definição de padrões de inserção como o emprego e como o desemprego.

Ao olharmos para as compreensões acerca das dinâmicas regionais, podemos perceber que elas se abrem em um enorme leque e podem atacar diferentes campos da vida em sociedade. Neste trabalho, entendemos as dinâmicas regionais como o trânsito de forças, visíveis ou não, que movimentam as relações comerciais na referida avenida. A movimentação realizada por essas forças pode ser vista a partir da concentração de empresas em uma determinada área. Essa concentração de empresas não é uma concentração qualquer, mas, sim, uma concentração que presta serviços, que vende produtos ou ainda bens de uma mesma categoria ou comercialmente similares. Conceituaremos, na seção “Avenida Cônego João Lima: as dinâmicas regionais produzindo as espacializações das relações comerciais”, essa concentração de empresas como “espacialização das relações comerciais”.

Avenida Cônego João Lima: um breve histórico e sua condição como rua de comércio

Ao olharmos para a Avenida Cônego João Lima, na cidade de Araguaína, deparamo-nos com aquilo que, teoricamente, chamamos de ruas de comércio. Essa avenida apresenta requisitos básicos para ser enquadrada como uma rua de comércio. Desses requisitos que ela atende, podemos citar: o “lugar do encontro” (LEFEBVRE, 1999); “lugar de informação e mercadorias” (BERTUZZI; MACULAN, 2013); “espaço público da cidade aonde ocorrem as trocas” (VARGAS, 2002); etc.

Para pensarmos a condição dessa avenida, como rua de comércio, precisamos primeiro fazer uma breve contextualização histórica. Silva (2018) apresenta a Avenida Cônego João Lima como “lugar de memória”. O autor, baseando-se em Nora (1993), destaca que esses “lugares de memória” recebem uma tríplice acepção: 1 – lugar material em que a memória social se ancora podendo ser apreendida pelos sentidos; 2 – lugar funcional por ter ou por adquirir função de alicerçar sentidos; 3 – lugar simbólico em que a memória coletiva se expressa e se revela. O autor destaca, ainda, que antes a avenida se chamava “Rua Grande” e pertencia ao município de Filadélfia – Tocantins.

A denominação “Cônego João Lima”, presente no nome da avenida, deriva-se de uma importante figura político-religiosa do norte tocantinense, o Cônego João Lima⁷ da

⁷ Nascido em Boa Vista do Tocantins em 03 de setembro de 1869. O padre João Lima é filho de José Francisco de Araújo e Nazária Lisboa de Sousa Lima. Segundo Riscaroli (2016), faltando um dia para completar 50 anos de sacerdócio, o padre morreu em 1947, aos 78 anos, por complicações da queda que sofreu de uma mula. O autor destaca que essa queda fraturou alguns ossos do corpo do Cônego.

paróquia de Boa Vista do Tocantins – GO⁸, hoje conhecida como Tocantinópolis – TO⁹. Silva (2018, p. 36) destaca que o principal motivo que levou a mudança do “nome de ‘Rua Grande’ para Avenida Cônego João Lima, no ano de 1956, não foi ao acaso. Mas pela grande influência do Padre João Lima, cônego da diocese de Boa Vista (hoje Tocantinópolis)”.

Nascimento (2007) descreve que a história da avenida tem ligação direta com a pessoa do Padre João Lima. Ele destaca que ele foi um importante líder religioso, e, também, um líder político. A autora descreve que o Padre João Lima chegou a ser eleito Deputado Estadual por Goyaz¹⁰. Assim como Riscaroli (2016) e Silva (2018), a autora atribui a nomeação da avenida ao Padre João da Boa Vista¹¹. “Em homenagem ao padre que possuía o título de cônego, a rua recebeu o nome de Avenida Cônego João Lima” (NASCIMENTO, 2007, p. 18).

Riscaroli (2016, p. 02) destaca que o “Padre João foi deputado estadual em Goyaz; administrador [sic] a mesa de rendas entre 1920 a 1930 e prefeito municipal no ano de 1945”. O autor revela ainda que o Padre João, atualmente conhecido como Cônego João Lima, é uma figura importante e controversa na história do norte goiano. Na mesma pessoa, segundo o autor, concentra-se a figura do líder religioso e do líder político. “Religião e política estavam entre os temas de sua preferência e, se para exercer ambas fosse preciso se armar com grupo de jagunços para defender seu território e seu rebanho da perdição, ele com certeza faria isso” (RISCAROLI, 2016, p. 01).

Silva (2018) salienta que a avenida em sua primeira fase tinha a predominância de elementos que retratam o rural, distanciando-se, assim, da fase atual da avenida que tem por predominância elementos que dão ênfase ao urbano como as faixadas de prédios, a malha viária, as lojas/comércios em toda a extensão da avenida. Acerca dessas fases, Nascimento (2007) pesquisou sobre as transformações históricas da avenida e chegou à mesma conclusão que Silva (2018): a avenida, com o passar dos anos, passou por transformações históricas que acompanharam o modo de vida que os cidadãos de Araguaína passaram a adotar.

Ângelo Bruno¹² (2008, p. 233) apresenta o relato do Padre Quinto Tonini¹³ acerca de como Araguaína era “uma cidadezinha exclusivamente agrícola, nascida às margens do rio Lontra [...]. A capela de palha não comportava sequer um décimo dos fieis”. No relato transcrito, podemos fazer uma aproximação com a situação real do que era a avenida antes das transformações históricas que ocorreram. Por meio do relato, percebemos que não somente a cidade, mas, também, a avenida mantinha características que as diferem da atual conjuntura social e estrutural de ambas. A seguir, apresentamos uma fotografia que retrata a primeira fase da avenida:

8 Araguaína lança documentário sobre Cônego João Lima. Conexão Tocantins. Disponível em: <<https://conexaoto.com.br/2013/12/13/araguaina-lanca-documentario-sobre-conego-joao-lima>>. Acesso em 18 de dezembro de 2018.

9 Histórico da cidade de Tocantinópolis – Tocantins. IBGE. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/tocantins/tocantinopolis.pdf>>. Acesso em 18 de dezembro de 2018.

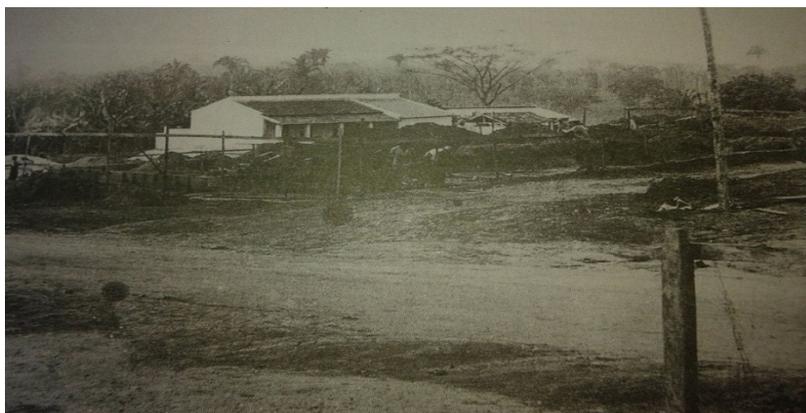
10 Grafia arcaica que designa a Capitania de Goyaz, atualmente conhecida como Estado de Goiás.

11 O Cônego era conhecido como Padre João da Boa Vista. Boa Vista do Tocantins era o nome do distrito que antecedeu a emancipação da cidade de Tocantinópolis – TO, no ano de 1943.

12 Membro da Academia de Letras de Araguaína e Norte Tocantinense. Ocupa a cadeira n° 03. Professor, poeta, cronista. Ângelo Bruno é natural de Fossano – Itália.

13 Fundador do Hospital e Maternidade Dom Orione, na cidade de Araguaína.

Figura 1: Abertura da Avenida Cônego João Lima na década de 60.



Fonte: Centro de Documentação Histórica da UFT (CDH-UFT).

Silva (2018), ao analisar esta mesma fotografia, descreve que ela foi tirada em cor preta e branca, com sentido vertical e um foco que objetiva a centralização, permitindo ver detalhes da avenida na década de 1960. Ele apresenta, ainda, a possibilidade de vermos alguns trabalhadores ao fundo. Em um tom mais profundo, o autor destaca que a paisagem revela atributos como: ruas de chão, a falta de energia elétrica conduzida por fios. Segundo o autor, é provável que a imagem tenha sido feita por um “amador” durante a parte clara do dia, pois não havia eletricidade na região.

Acerca deste mesmo período, Nascimento (2007, p. 11) informa que:

Havia pouquíssimas casas em meio a um cerrado relativamente denso. Na área que hoje é o centro da cidade, as características apresentadas eram extremamente rurais, com currais para cercar o gado. Aos poucos, as migrações foram acontecendo, moldando as primeiras ruas da estrutura urbana.

Ao realizarmos uma busca na Legislação que configura e que circunstância a avenida, encontramos, no acervo digitalizado e disponibilizado virtualmente¹⁴ pela Câmara Municipal de Araguaína, dois Autógrafos de Lei e três Leis. Essas legislações destacam alguns aspectos importantes nas mudanças ocorridas na Cônego João Lima. A seguir, destacaremos um quadro com essas legislações.

Quadro 02 – Legislação pertinente à Avenida Cônego João Lima

	Tipo	Nr.	Data	Descrição
01	Autografo de Lei	284	23/12/1974	Altera o nome de via pública e dá outras providências.
02	Autografo de Lei	517	16/03/1981	Autorização de desapropriação de terreno para abertura de rua.

¹⁴ A legislação citada no “quadro 02” se encontra disponível em sítio eletrônico disponibilizado e mantido pela Câmara Municipal de Araguaína – TO. Disponível em formato digital: <http://araguaina.to.leg.br/legislacao/leis-municipais/>. Acesso em 20 de dezembro de 2018. Em anexo nesta dissertação, disponibilizamos as legislações citadas na tabela.

03	Lei	1.285	11/08/1993	Estabelece horário para trânsito de caminhões de carga e descarga e outros nas ruas Cônego João Lima e 1º de Janeiro e proíbe em definitivo o trânsito de caminhões nestas ruas afora os horários estabelecidos.
04	Lei	1.290	10/09/1993	Autoriza a duplicação da Av. Cônego João Lima, Vila Piauí e dá outras providências.
05	Lei	1.328	08/11/1993	Muda nome de rua

Fonte: Organização dos autores.

Ao longo dos anos, a avenida passou por mudanças físico-estruturais. Com a expansão do seu tamanho físico, ela passou a incorporar em sua extensão outras ruas. Essas ruas incorporadas tiveram seus nomes alterados para o nome da referida avenida. A exemplo dessas alterações de nome, o Autografo de Lei nº 284/74 decreta que a avenida se estenderá até as imediações da Rodovia Belém-Brasília. Esse autografo determinou, ainda, que a Rua Araguaia ficaria extinta.

Com o crescimento do tráfego de veículos, de pessoas e de mercadorias, a avenida necessitou de algumas transformações que permitissem uma melhor harmonização entre os usuários que utilizassem a sua estrutura. A exemplo dessas alterações necessárias, o Autografo de Lei nº 517/81 autoriza a desapropriação de terreno para abertura de rua. Nesse autografo, percebemos a necessidade de uma via paralela para possíveis descongestionamentos da Cônego João Lima.

Para citarmos outro exemplo possível para essas alterações necessárias, recorremos à existência de duas leis municipais: a Lei nº 1.285/93 e a Lei 1.290/93. A Lei nº 1.285/93 proíbe o tráfego de caminhões de carga e de descarga fora dos horários especificados: das 05:00 às 09:00 e das 19:00 às 23:00. Essa proibição tinha a objetividade de desafogar o trânsito em horários de picos. De maneira similar a esta lei, a Lei nº 1.290/93 autoriza o Chefe do Poder Executivo, na época o Prefeito Joaquim de Lima Quinta¹⁵, a iniciar o processo de levantamentos e de viabilização, se necessário até proceder com desapropriações, para a abertura da segunda pista da Avenida Cônego João Lima.

Outra grande transformação que impactou a extensão da avenida é vista na Lei nº 1.328/93. A referida lei incorporou a Rua Félix Maciel de Sousa, situada nas imediações do Bairro Entroncamento, e alterou seu nome para Avenida Cônego João Lima. Essa lei ainda revogou quaisquer disposições em contrário e passou a vigorar na data de sua publicação.

Nascimento (2007) destaca que é, no perímetro urbano da cidade de Araguaína, mais precisamente nas dependências da já mencionada avenida, que o setor terciário, a saber, o comércio, comanda o ritmo da economia local. A autora pondera que ocorreram transformações sociais entre 1970 a 2007 nesta avenida. Ela particulariza essas transformações pela via da predominância do comércio e dos serviços. Essa predominância tem por implicações um esvaziamento dos habitantes locais. Em um primeiro momento, conforme a autora explica, a avenida era predominantemente residencial, com alguns aspectos da zona rural. No entanto, a avenida mudou e passou a apresentar aspectos estruturantes que a caracterizasse como uma rua voltada mais ao comércio do que à residência da população nativa.

Com essas mudanças citadas por Silva (2018) e Nascimento (2007) na avenida, podemos estabelecer uma comparação com aquilo que Lefebvre (1999) e Bauman (1999) destacam, ao entenderem que a forma como vivemos e como nos relacionamos com o comércio afeta diretamente a função social da rua. Essa função social afetada não consegue mais propiciar o encontro do encontro. Essa perda propicia apenas um lugar circulação de

15 Foi o oitavo Prefeito da cidade de Araguaína – Tocantins.

mercadorias e de pessoas. Em outras palavras essa perda é a base da sociedade do consumo afetada pela globalização. Lefebvre (1999, p. 30) destaca:

Lugar do encontro? Talvez, mas quais encontros? Superficiais. Na rua caminha-se lado a lado, não se encontra. É o “se” que prevalece. A rua não permite a constituição de um grupo, de um sujeito, mas se povoa de um amontado de seres em busca de quê?

Lefebvre (1999) revela, nesse trecho, a possibilidade de conexões com questões contemporâneas. O autor destaca que a “rua” começa a perder a sua função social de propiciar o encontro (topia), o encontro do encontro, e passa a apresentar características daquilo que Bauman (1999) denominaria de “sociedade do consumo¹⁶”. Lefebvre (1999) e Bauman (1999) nos permitem uma compreensão de que as relações sociais estão priorizando a efemeridade do momento e que o mais importante é a chegada e não a caminhada.

Não distante daquilo preconizado por Lefebvre (1999) e por Bauman (1999), percebemos que, nos relatos de Silva (2018) e Nascimento (2007), a condição como rua de comércio passou a preponderar na referida avenida. Em sua primeira fase, conforme destacou Nascimento (2007), a avenida tinha características mais rústicas, com um estilo de vida mais próximo do rural. Atualmente, a condição de comércio é inerente às relações que se encerram na avenida.

Quando pensamos na condição de comércio e as implicações próprias que essa condição carrega, entendemos que a Avenida Cônego João Lima apresenta algumas peculiaridades. Essas peculiaridades podem ser vistas a partir das dinâmicas regionais que movimentam e que seccionam as relações de comércio e, conseqüentemente, as relações de trabalho. Por outra via, diremos que a avenida comporta dinâmicas regionais que demandam certas relações do comércio. Por sua vez, essas relações demandadas do comércio convocarão relações de trabalho inerentes a cada dinâmica regional.

As dinâmicas regionais, ao convocarem essas relações comerciais e essas relações de trabalho, conseguem seccionar e movimentar o fluxo de vida que se encerra na avenida. Em outras palavras, essa força condicionada pela dinâmica regional espacializa recortes físico-estruturais que movimentaram o comércio, e este, por sua vez, movimentará as relações de trabalho na avenida. Na próxima seção, detalhamos essa espacialização advinda pela força das dinâmicas regionais como: espacialização das relações comerciais.

Avenida Cônego João Lima: as dinâmicas regionais produzindo as espacializações das relações comerciais

Esta seção tem por finalidade apresentar a análise e problematizar as dinâmicas regionais que movimentam e que espacializam as “relações comerciais” durante o período diurno na maior avenida comercial do norte do Tocantins. Apresentamos como as dinâmicas regionais movimentam o fluxo das relações comerciais na avenida. Para tanto, por meio do mapa, mostramos como as dinâmicas regionais espacializam as áreas de comércio que ofertam bens, produtos e serviços de uma mesma categoria.

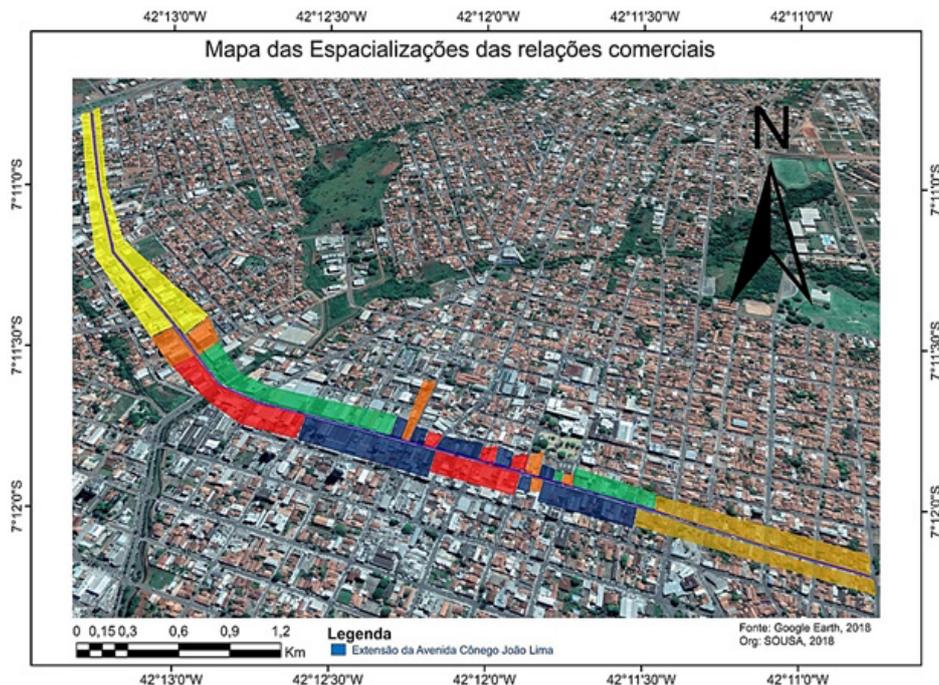
Fazendo uma apresentação do que seriam essas espacializações das relações comerciais, percebemos que, na avenida Cônego João Lima, existe uma concentração de empresas que ofertam bens, que vendem produtos ou que prestam serviços que estão em uma categoria similar. Dito de outra forma, ao nos referirmos a essa concentração,

¹⁶ Bauman (1999) destaca que a “sociedade do consumo” é baseada na efemeridade do momento. Esta sociedade prioriza mais o “ter” do que o “ser”. As pessoas nesta sociedade vivem um estilo de vida acelerado e baseado no consumo exacerbado.

remetemos a recortes de espaços físicos, na referida avenida, que concentram o comércio de produtos, de serviços e de bens de mesma categoria ou de categoria similar. Essas especializações das relações comerciais podem ser classificadas em seis especializações distintas.

A seguir, apresentaremos um mapa com as especializações em questão. Eis o mapa:

Figura 01: Mapa das Especializações das relações comerciais na Av. Cônego João Lima.



Fonte: Elaboração própria.

A “especialização 01”, destacada no mapa pela cor amarelo claro, concentra uma gama de empresas especializadas em ferramentas, em ferragens, em pastagens, em insuomos e em implementos agrícolas, em serviços para veículos automotores de pequeno e de grande porte, postos de combustíveis, serviços especializados em tintas, em churrascharias e em restaurantes, em serviços bancários, em serviços estatais e, por fim, algumas farmácias. É nítido que essa especialização tem um público-alvo específico: fazendeiros, produtores rurais e seus similares.

Ao olharmos para o posicionamento das empresas que compõem a especialização 01, é perceptível o direcionamento de bens, de produtos e de serviços que elas prestam e a que tipo de consumidor querem atingir. Outro fator que não poderíamos deixar de mencionar é justamente a localização da “especialização 01”, que é próxima da BR-153, estendendo-se até as proximidades da avenida Santos Dumont.

Com relação à avenida Santos Dumont, referenciamos, também, que ela finaliza seu percurso na BR-153. A partir dos posicionamentos que podemos notar nessas avenidas, essa especialização seria uma espécie de comércio ao público rural que vem à cidade comprar bens, produtos ou serviços voltados ao trabalho no campo. E, nessa vinda à Araguaína, esse perfil de clientes não iria tão longe da BR-153, que é uma das principais vias de acesso à cidade em questão, e conseguiriam realizar, de forma rápida e prática, o que necessitavam em uma rota única com início e fim na BR-153.

A concentração de empresas, na “especialização 02”, destacada no mapa pela cor

vermelha, fornece bens, produtos ou serviços diferentes da primeira espacialização. A “espacialização 02” concentra uma gama de empresas voltadas às questões relativas à saúde. A exemplo dessas empresas, podemos encontrar: farmácias, empresas especializadas em manipulação de medicamentos, hospital e clínicas de saúde bucal. Por ter uma outra dinâmica, a “espacialização 02” busca outro perfil de cliente. O perfil dessa espacialização tem correlação com clientes que precisam dos serviços ligados à área da saúde, desta maneira, busca encontrar profissionais que atuem em especificidades da saúde humana.

A “espacialização 03”, destacada no mapa pela cor verde, funciona por meio de outras dinâmicas; desta maneira, diferindo-a das primeiras espacializações. A terceira espacialização tem por dinâmica regional a venda de bens, de produtos ou de serviços correlacionados com o conforto para o lar. É comum, na dinâmica da “espacialização 03”, encontrarmos: eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletrônicos, móveis para compor a mobília de casa, etc. Nesta espacialização, é comum que as empresas que a compõe ofereçam aos clientes formas alternativas de pagamento, como, por exemplo: cartão de crédito, carnê e crediário próprio.

A “espacialização 04”, destacada no mapa pela cor azul, é a espacialização que derivou estudos em nossa dissertação que teve por objeto de estudo as vivências laborais de vendedores de confecções. A quarta espacialização das relações comerciais, destacada no mapa pela cor azul, tem por dinâmica de funcionamento a venda de bens e de produtos que são similares, a saber: confecções, calçados, cama, mesa e banho. Temos, nessa quarta espacialização, algumas peculiaridades que a difere das demais espacializações. Para fazermos menção a essas peculiaridades, podemos citar: não é requisito no momento da contratação que os candidatos à vaga de vendedor tenham graus elevados de escolarização ou de especialização. Olhando para a dinâmica de cada espacialização, temos um perfil de vendedor, alguns com um grau de especialização maior, como é o caso dos vendedores que trabalham com insumos, com implementos agrícolas e com a venda de produtos voltados à área da saúde, como é o caso dos farmacêuticos.

As historicidades que se cruzam nas vivências laborais dos vendedores em Araguaína podem se diferir a partir de cada espacialização das relações comerciais nas dependências da Avenida Cônego João Lima. Cada zona tem uma dinâmica. Para nos valermos de outro termo, a referida avenida tem um *modus operandi* para cada espacialização. As relações laborais de cada espacialização contêm peculiaridades.

Ao olharmos para cada “espacialização das relações comerciais”, podemos perceber como as dinâmicas regionais se comportam e como essas dinâmicas regionais movimentam e influenciam as relações de trabalho, na avenida Cônego João Lima. Os vendedores, de todas as categorias e espacializações, experienciam e vivenciam as suas laboralidades nessa avenida. Por meio do mapa 01, podemos observar, graficamente, que cada espacialização comporta um funcionamento específico. E, por comportarem funcionamentos distintos, cada espacialização encerrará vivências laborais específicas para cada tipo de vendedor.

As espacializações das relações comerciais, a partir da movimentação das dinâmicas regionais correspondentes, convocará, dos vendedores, em cada espacialização, “usos de si¹⁷” distintos. Cada espacialização encerrará historicidades distintas por visarem à venda de produtos, de bens e à oferta de serviços que são contraditórios entre si. Quando nos referimos à contradição dos serviços em cada zona, queremos estabelecer que cada zona tem uma peculiaridade comercial, e que essa peculiaridade comercial convocará de seus vendedores “usos de si” distintos. Essa convocação dos “usos de si” distintos é justamente a necessidade que se marca pela contingência do momento, demandando que eles, os

17 Usos de si apresenta a compreensão de que não laboramos a partir de automações, mas, sim, a partir de usos que fazemos do nosso corpo, das nossas habilidades, dos nossos conhecimentos, das ferramentas que estão ao nosso dispor e tudo aquilo que ainda se fizer necessário. Os Usos de si é um conceito advindo da Ergologia e, por este motivo, aposta na subjetividade do trabalhador. A Ergologia é uma abordagem que analisa e problematiza as relações laborais a partir do olhar daquele que entrega sua força de trabalho. Esta abordagem se concretiza a partir do binômio trabalho-linguagem.

vendedores, usem seu corpo, usem suas habilidades, usem as ferramentas e usem os métodos que forem necessários para a efetivação da atividade.

A “especialização 05”, destacada no mapa pela cor laranja, concentra uma gama de organizações voltadas ao setor financeiro. A exemplo das organizações que podemos encontrar nessa especialização, podemos citar: bancos, correspondentes bancários, corretoras de seguros e financeiras. Nessa especialização, temos uma dinâmica totalmente diferente das quatro primeiras dinâmicas que movimentam as especializações das relações comerciais na avenida Cônego João Lima.

Na especialização em questão, percebemos a oferta de produtos e de serviços que mantêm uma relação direta com as instituições financeiras. Nessa concentração de instituições financeiras, correspondentes bancários, corretoras de seguros e financeiras, podemos citar que algumas das maiores instituições financeiras do Brasil encontram-se frente a frente. Podemos citar as seguintes instituições: Banco do Brasil, Bradesco, Bradesco Prime, HSBC¹⁸ (agora pertencente ao grupo de empresas do Bradesco), Itaú e Banco da Amazônia.

A “especialização 06”, destacada no mapa pela cor amarelo escuro, também apresenta características de funcionar por meio de outra dinâmica regional que a difere das cinco primeiras especializações. Por ser uma especialização mais próxima de bairros que ficam nas imediações do setor central de Araguaína, ela concentra uma gama de empresas e de organizações que tendem a prestar serviços, a promover venda ou troca de bens, e, também, a venda de produtos que são comuns às questões do dia a dia de um lar. Podemos citarmos alguns exemplos desses serviços, desses bens ou desses produtos da “especialização 06: remédios, restaurantes convencionais, restaurante popular da cidade, barbearias, terminal central de ônibus com circulação municipal, terminais de vendas para passagens estaduais e interestaduais de empresas de turismo, lanchonetes, artigos religiosos, bebidas alcoólicas, serviços de reparos de eletrônicos em geral, prestadores de serviços de tevê paga e clínicas odontológicas.

Considerações finais

No decorrer deste trabalho, propomo-nos a analisar e a problematizar as dinâmicas regionais que circunscrevem a Avenida Cônego João Lima, como “rua de comércio”. Essa avenida tem dinâmicas regionais que em suas peculiaridades conseguem movimentar, seccionar e espacializar as relações comerciais e, também, as relações de trabalho. Por fim, foi construído um mapa que descreve todas as especializações das relações comerciais.

Podemos conceber, ainda, que essas dinâmicas regionais proporcionam durante o turno do dia um funcionamento próprio e que este funcionamento se diferirá do funcionamento noturno da avenida. Neste artigo, não apresentamos um panorama que comparasse o fluxo das dinâmicas regionais diurnas com as dinâmicas regionais noturnas. Durante o período noturno, essa avenida ganha uma outra dinâmica.

É perceptível que as dinâmicas que movimentam essa avenida formam seis especializações distintas. Denominamos essas seis como “especializações das relações comerciais”. Cada especialização comporta uma gama de empresas/lojas que ofertam bens, produtos e serviços de uma mesma categoria ou de categorias similares. Cada especialização, a partir de sua dinâmica peculiar, convoca relações comerciais e, também, relações de trabalho. E, por realizar estas convocações, cada especialização encerrará vivências laborais que serão afetadas pelas especificidades de cada dinâmica.

Não deixamos de notar que a referida avenida apresenta diversas características das “ruas de comércio”. Como exemplo, citaremos: a diversificação de produtos, de bens e de serviços; atendimento de uma gama variada de consumidores; vendedores ambu-

¹⁸ Atualmente a agência bancária do HSBC está funcionando como uma agência do BRADESCO. Em um espaço curtíssimo, temos duas agências do mesmo banco. Basicamente, as agências estão separadas por uma loja de confecções e uma de calçados.

lantes, lojistas, atacadistas e prestadores de serviços; a noção de corredor de compras, vendas, espaço público e inserção hegemônica no centro da cidade; atmosfera de lojas; possibilidade de compra comparada (*mix*); dentre outras.

Referências

Araguaína lança documentário sobre Cônego João Lima. **Conexão Tocantins**. Disponível em: <<http://www.encurtador.com.br/bqwG6>>. Acesso em 18 de dezembro de 2018.

ARAGUAÍNA. Lei 284, de 23 de dezembro de 1974. Altera nome de via pública, e dá outras providências. **Câmara Municipal de Araguaína**. Disponível em: <<http://araguaina.to.leg.br/legislacao/leis-municipais/>>. Acesso em 15 de janeiro de 2019.

ARAGUAÍNA. Lei 517, de 16 de março de 1981. Autoriza desapropriação de terreno para abertura de rua. **Câmara Municipal de Araguaína**. Disponível em: <<http://araguaina.to.leg.br/legislacao/leis-municipais/>>. Acesso em 15 de janeiro de 2019.

ARAGUAÍNA. Lei 1.285, de 11 de agosto de 1993. Estabelece horário para trânsito de caminhões de carga e descarga, e outros nas ruas Cônego João Lima e 1º de janeiro e proíbe em definitivo o trânsito de caminhões nestas ruas afora os horários estabelecidos. **Câmara Municipal de Araguaína**. Disponível em: <<http://araguaina.to.leg.br/legislacao/leis-municipais/>>. Acesso em 15 de janeiro de 2019.

ARAGUAÍNA. Lei 1.290, de 10 de setembro de 1993. Autoriza a duplicação da av. Cônego João Lima, Vila Piauí e dá outras providências. **Câmara Municipal de Araguaína**. Disponível em: <<http://araguaina.to.leg.br/legislacao/leis-municipais/>>. Acesso em 15 de janeiro de 2019.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BERTUZZI, Felipe Bühler. MACULAN, Laércio Stolfo. **Ruas comerciais: suas origens e características**. Anais da VII Mostra de Iniciação Científica e extensão comunitária e VI Mostra de Pesquisa e Pós-Graduação IMED. Porto Alegre: 2013. Disponível em: <<http://www.encurtador.com.br/dgBRY>>. Acesso em 26 de outubro de 2018.

BORTHAGARAY, A. **Conquistar a rua!** Compartilhar sem dividir. São Paulo: Romano Guerra, 2010.

BRASIL. **Documento de área Planejamento Urbano e Regional e Demografia** (2016). Disponível em: <<http://www.encurtador.com.br/givwC>>. Acesso em 15 de julho de 2018.

BRUNO, Ângelo. **Araguaína Orionita**. Revista São Luís Orione (impresa), v. 01, n. 2, jan./dez. – Araguaína: Fundação Educacional Dom Orione, 2008.

CADONÁ, Marco Henrique. **Dinâmicas Regionais de Desenvolvimento, Trabalho e Organização dos Mercados Urbanos de Trabalho: uma Análise a Partir de Cidades Médias do Rio Grande do Sul**. Redes - Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 3, setembro-dezembro, 2017. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6354690.pdf>>. Acesso em 15 de julho de 2018.

CARLOS, Ana Fani AlessHenriquei. **Espaço-tempo na metrópole: a fragmentação da vida cotidiana**. São Paulo: Contexto, 2001.

COSSUL, Naiane Inez; GERALDO, Michelly Sandy. Dinâmicas regionais e defesa nacional: influências na percepção de segurança e defesa do Estado brasileiro. **Anais do 1º Seminário Internacional de Ciência Política**: Estado e democracia em mudança no século XXI. Porto Alegre: 2015. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/sicp/anais/defesa/>> . Acesso em: 15 de julho de 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.
GOMES, R. DE C. DA C.; COSTA, S. M. DA; COSTA, J. A. C. Atividade comercial na Zona Norte de Natal: análise das ruas de comércio tradicional. *RUA*, v. 21, n. 2, p. 265 - 284, 11, nov. 2015. Disponível em: <<http://www.encurtador.com.br/pACJ6>>. Acesso em 02 de janeiro de 2019.

Histórico da cidade de Tocantinópolis – Tocantins. IBGE. Disponível em: <<http://www.encurtador.com.br/celAC>>. Acesso em 18 de dezembro de 2018.

LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

MASCARÓ, Lucia. **Vegetação Urbana**. 3ª edição. Porto Alegre: + 4 Editora, 2010.

NASCIMENTO, Marinalva Ferreira do. **Transformações históricas da Avenida Cônego João Lima na cidade de Araguaína (1970-2007)**. Trabalho de Conclusão de Curso (História) – Universidade Federal do Tocantins, Araguaína, 2007.

NORA, Pierre. **Entre memória e história**: a problemática dos lugares. Projeto História. São Paulo: PUC-SP. N° 10, p. 12. 1993.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Cidades dos Sentidos**. – Campinas: Pontes, 2004.

RISCAROLI, Eliseu. Religião, Poder e Território. In II Simpósio Internacional da ABHR e XV Simpósio Nacional da ABRH. **Anais do Simpósio Internacional da ABHR e XV Simpósio Nacional da ABRH**. Florianópolis: UFSC, 2016. Disponível em: <<http://www.encurtador.com.br/dnvvW>>. Acesso em 18 de dezembro de 2018.

SILVA, Lusinaldo Almimo Da. **Avenida Cônego João Lima**: a produção estética e sensível da principal via de Araguaína através de fotografias (1960-2017). Trabalho de Conclusão de Curso (História) – Universidade Federal do Tocantins, Araguaína, 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. – 23. ed. rev. e atual. – São Paulo: Cortez, 2007.

VARGAS, Heliana Comin. Comércio, Espaço Público e Cidadania. **Anais do I Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade**. Indaia-tuba: 2002. Disponível em: <<https://www.encurtador.com.br/lruK4>>. Acesso em: 27 de outubro de 2018.