



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA  
CURSO DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA**

**IZABELLE TRAJANO DA SILVA**

**O ESPAÇO COMERCIAL DE JUAZEIRINHO-PB: a dinâmica dos  
comércios fixo e periódico de confecções em uma pequena cidade**

**CAMPINA GRANDE-PB  
2012**

**IZABELLE TRAJANO DA SILVA**

**O ESPAÇO COMERCIAL DE JUAZEIRINHO-PB: a dinâmica dos  
comércios fixo e periódico de confecções em uma pequena cidade**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Licenciada em Geografia.

**Orientador: Prof. Ms. Arthur Tavares Valverde**

**CAMPINA GRANDE-PB  
2012**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

S586e Silva, Isabelle Trajano da.  
O espaço comercial de Juazeirinho-PB [manuscrito]: a dinâmica dos comércios fixo e periódico de confecções em uma pequena cidade / Isabelle Trajano da Silva. – 2012.  
77 f. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia)  
– Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2012.  
“Orientação: Prof. Me. Arthur Tavares Valverde,  
Departamento de Geografia”.

1. Geografia Econômica. 2. Têxtil - Economia Urbana . 3.  
Feira Livre - Juazeirinho-PB. I. Título.

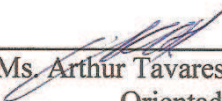
21. ed. CDD 910

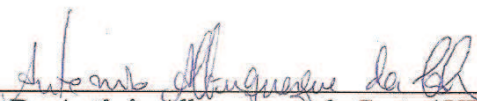
**IZABELLE TRAJANO DA SILVA**

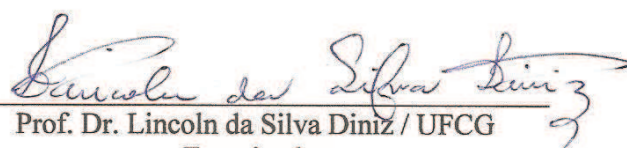
**O ESPAÇO COMERCIAL DE JUAZEIRINHO/PB: a dinâmica dos comércios fixo e  
periódico de confecções em uma pequena cidade**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Licenciada em Geografia.

Aprovada em 07/12/2012.

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Ms. Arthur Tavares Valverde / UEPB  
Orientador

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Antônio Albuquerque da Costa / UEPB  
Examinador

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz / UFCG  
Examinador

## DEDICATÓRIA

À Deus, por guiar diuturnamente os meus passos e manter acesa a chama da persistência e esperança. E aos meus pais, Maria e Inácio, que sempre valorizaram a educação, reconhecendo que o conhecimento é um bem intransferível e importantíssimo para a formação do ser humano.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, todo poderoso, que me concedeu oportunidade de vivenciar o meio acadêmico e construir relações afetivas que levarei para toda minha vida. Sendo a força que recorri quando me sentia cansada e desencorajada, a luz que ilumina minhas decisões, mesmo quando difíceis de tomá-las.

A minha mãe Maria Trajano e ao meu pai Inácio Ananias pela responsabilidade e comprometimento na criação de suas filhas. Por valorizarem e incentivarem a educação, não apenas através de palavras, mas deixando implícito, em seus atos cotidianos. Obrigada por todos os “nãos” recebidos em horário oportuno e pelas palavras de confiança quando a esperança era mínima.

As minhas irmãs Mayane e Milene, que nas inocentes brincadeiras de criança me ensinaram as primeiras garatujas, plantando a alegria da construção do conhecimento.

Ao meu namorado Josenildo, pela compreensão durante os inúmeros momentos que precisei ausentar-me e apoio constante às minhas decisões acadêmicas.

Ao meu cunhado e grande amigo Fábio, que se fez presente compartilhando as dificuldades existentes, esforçando-se para diminuí-las e alegrando-se com minhas conquistas diárias.

A minha tia Ozeni, que com a grandeza de seu coração acolhe todos os familiares que precisam de sua ajuda. Manteve aberta a porta de sua casa, durante estes quatro anos e meio, constituindo um apoio imprescindível para conclusão desta importante etapa da minha vida.

As turmas 2008.2 manhã e noite, as quais tive o privilégio de conviver com pessoas especiais e que não citarei nomes para evitar esquecer alguém.

Aos estudantes do CEDUC e do curso de Serviço Social de Juazeirinho, que no meio das conversas diárias amenizavam o cansaço do percurso. Em especial a Edilene, parceira certa de carona no período diurno e que gentilmente redigiu o *resumen*.

Aos motoristas, funcionários da Prefeitura Municipal, por conduzirem os estudantes com bastante responsabilidade e a todos os viajantes da BR-230 que, por ventura, cederam carona nas incontáveis vezes que precisei.

Aos feirantes e lojistas que voluntariamente contribuíram com a realização desta pesquisa, sem as quais não haveria conseguido.

A todos os professores que contribuíram com a minha escolaridade, desde o ensino fundamental à graduação, em especial a Arthur Tavares Valverde, profissional comprometido com a instituição, que me auxiliou na construção deste trabalho e disponibilizou o seu vasto acervo bibliográfico, sendo um estímulo constante à todos os graduandos para alçar novos voos.

Agradeço, ainda, aos professores Antônio Albuquerque da Costa e Lincoln da Silva Diniz, docentes e pesquisadores do comércio de Campina Grande. Suas contribuições à ciência geográfica, foram a inspiração para realização dessa pesquisa. E com boa vontade e disposição, aceitaram participar da banca examinadora.

Enfim, a todos que contribuíram com a minha formação, seja como aluna ou enquanto pessoa. Aos que confiaram em mim, me incentivaram e depositaram sentimentos verdadeiros no meu caminhar, meus sinceros, agradecimentos.

“O comércio faz parte da razão de ser cidade. Viabiliza a sua existência, explica a sua organização e justifica muito do movimento e animação que nesta acontece.”

(SALGUEIRO; CACHINHO, p. 10, 2009).



## RESUMO

SILVA, Izabelle Trajano da. **O Espaço Comercial de Juazeirinho-PB: a Dinâmica dos Comércios Fixo e Periódico de Confecções em uma Pequena Cidade.** 2012. Monografia (Graduação). Curso de Licenciatura Plena em Geografia. CEDUC/UEPB. Campina Grande-PB, 2012.

O presente trabalho objetivou analisar a dinâmica comercial de Juazeirinho, pequena cidade do Seridó paraibano. Devido a complexidade de estudar as infinitas formas que o comércio apresenta, foram escolhidos dois tipos principais, sendo um fixo e outro periódico. O primeiro é a feira livre, atividade informal que originou o município e apresenta-se atualmente uma vez por semana, portanto, torna-se integrante do espaço urbano e inerente ao cotidiano dos juazeirinhenses. Já o segundo tipo são os estabelecimentos formais, que caracterizam o comércio fixo. Estes por sua vez, apresentaram um crescimento nos últimos cinco anos e são responsáveis por oferecer modernas maneiras de pagamentos e propagandas. Através do segmento de confecções, foi possível perceber as consequências das modernizações globais inseridas no lugar, fato comprovado pela pluralidade de estabelecimentos, que são: boutiques, malharias e lojas filiadas as redes de comércios. Além disso, foi constatado que a feira em alguns momentos, tenta se aproximar das lojas, principalmente ao espalhar manequins nos logradouros da cidade. Ela se beneficia parcialmente dos desejos disseminados pelo comércio formal, pois disponibiliza a preço mais baixo e com qualidade menor, produtos propagados, sobretudo, nos desfiles de apresentação das novas coleções. Para tanto, foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: observações empíricas, registro fotográfico e aplicação de 25 questionários semiestruturados, sendo 20 aos feirantes e 5 aos lojistas. Dentro desse contexto, a teoria dos dois circuitos da economia urbana foi imprescindível para mostrar a interdependência existente entre estas formas comerciais distintas, visando garantir o consumo exacerbado da população mais abastada e o mínimo das modernizações para a grande parcela dos menos favorecidos. Desse modo, a pequena cidade, que tinha o seu espaço comercial, marcado principalmente pelo modesto comércio, bem como a tradicional feira livre, se molda aos interesses capitalistas, através da manutenção do espaço comercial diminuto e da difusão paulatina de novas maneiras de consumo, assim como, modernos modos de vida.

**Palavras-chave:** Feira livre; dinâmica comercial; pequena cidade; comércio de confecções.

## RESUMEN

SILVA, Izabelle Trajano da. **El Espacio Comercial de Juazeirinho-PB:** la Dinámica de los Comercios Fijo y Periódico de Confecciones en una Pequeña Ciudad. 2012. Monografía (Graduación). Curso de Licenciatura Plena en Geografía. CEDUC/UEPB. Campina Grande, 2012.

El presente trabajo objetivó analizar la dinámica comercial de Juazeirinho, pequeña ciudad del Seridó paraibano. Debido a la complejidad de estudiar las infinitas formas que el comercio presentar-se, fueron escogidos dos tipos principales, siendo un fijo y otro periódico. El primero es la feria libre, actividad informal que originó el municipio e inherente al cotidiano de los juazeirinhenses. Ya el segundo tipo son los establecimientos formales, que caracterizan el comercio fijo. Estos por su vez, presentaron un crecimiento en los últimos cinco años y son responsables por ofrecer modernas maneras de pagos y publicidades. A través del segmento de confecciones fue posible percibir las consecuencias de las modernizaciones globales inseridas en el sitio, hecho comprobado por la pluralidad de establecimientos, que son varias tiendas filiadas a la red del comercio. Además de esto, fue constatado que la feria en algunos momentos, busca acercarse a las tiendas, principalmente por poner maniqués en las calles de la ciudad. Ella se beneficia parcialmente de los deseos diseminados por el comercio formal, pues la disponibilidad del precio más bajo y con calidad menor, productos propagados, sobre todo en los desfiles de presentación de las nuevas colecciones. Sin embargo, fueron utilizados los siguientes procedimientos metodológicos: observaciones empíricas, registros fotográficos y aplicación de 25 cuestionarios semi estructurados, siendo 20 a los feriantes y 5 a las tienditas. Por medio del contexto, fue aplicada la teoría de los dos circuitos de la economía urbana que es imprescindible para presentar la independencia existente entre estas formas comerciales distintas, visando garantizar el consumo exagerado de la población más adinerada y el mínimo de las modernizaciones para la gran parcela de los menos favorecidos. De este modo, la pequeña ciudad, que tenía su espacio comercial, marcado principalmente por el modesto comercio, bien como la tradicional feria libre, molde-se a los intereses capitalistas, a través de la manutención del espacio comercial diminuto y de la difusión paulatina de nuevas maneras de consumos, así como, modernos modos de vida.

**Palabras-clave:** Feria libre; dinámica comercial; pequeña ciudad; Comercio de confecciones.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Malha ferroviária paraibana no início do século XX .....	17
<b>Figura 2</b>	Localização de Juazeirinho-PB .....	24
<b>Figura 3</b>	Território de Juazeirinho .....	25
<b>Figura 4</b>	Banco de confecções com manequins expondo mercadorias .....	42
<b>Figura 5</b>	Rua Irene da Silva Hermínio no dia da feira .....	59
<b>Figura 6</b>	Loja estilo boutique e a feira livre frente a frente .....	60
<b>Figura 7</b>	As vitrines e os bancos disputam a atenção dos clientes .....	60
<b>Figura 8</b>	Feira livre no centro da cidade .....	62
<b>Figura 9</b>	Interior de uma malharia .....	65
<b>Figura 10</b>	A convivência da feira livre com as redes de comércio .....	66

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b>	Municípios que residem os feirantes de confecções .....	43
<b>Gráfico 2</b>	Quantidade de municípios visitados pelos feirantes do decorrer da semana .....	49
<b>Gráfico 3</b>	Faixa etária dos feirantes de confecções .....	53
<b>Gráfico 4</b>	Faixa etária dos responsáveis dos estabelecimentos de confecções .....	53
<b>Gráfico 5</b>	Período que o grupo 1 frequenta a feira .....	56
<b>Gráfico 6</b>	Período de instalação dos estabelecimentos .....	57

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b>	População recenseada em Juazeirinho .....	26
<b>Quadro 2</b>	Origem das mercadorias vendidas pelo público alvo da pesquisa .....	46
<b>Quadro 3</b>	Demais feiras visitadas pelo grupo 1 .....	50
<b>Quadro 4</b>	Algumas feiras visitadas pelos respondentes do grupo 1 .....	51

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b>	Número de funcionários dos comerciantes alvos da pesquisa .....	54
<b>Tabela 2</b>	Grau de instrução dos feirantes de confecções .....	55

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE JUAZEIRINHO-PB</b> .....	16
1.1 Aspectos históricos e construção do espaço urbano .....	16
1.2 Caracterização geográfica de Juazeirinho .....	23
<b>2 AS PEQUENAS CIDADES E O SEU ESPAÇO COMERCIAL</b> .....	28
2.1 As pequenas cidades em foco: principais critérios de definições .....	28
2.1.2 A centralidade das pequenas cidades .....	30
2.2 O espaço urbano e as pequenas cidades .....	32
2.3 As modernizações e o espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana .....	33
2.4 O comércio e as transformações espaciais .....	36
<b>3 O ESPAÇO COMERCIAL DE JUAZEIRINHO: A DINÂMICA DOS COMÉRCIOS FIXO E PERIÓDICO DE CONFECÇÕES</b> .....	39
3.1 A pesquisa de campo .....	39
3.2 A feira livre e o espaço comercial de Juazeirinho.....	40
3.3 Perfil dos comerciantes de confecções em Juazeirinho.....	52
<b>4 A CONVIVÊNCIA DOS COMÉRCIOS FIXO E PERIÓDICO EM JUAZEIRINHO</b> .....	59
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	70
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	72
<b>APÊNDICES</b> .....	

## INTRODUÇÃO

Estudar as relações comerciais que modificam o espaço tem sido predominantemente, preocupação dos grandes centros urbanos e posteriormente das cidades médias. Desse modo, as pequenas cidades, muitas vezes, são relegadas de tal análise, ficando uma considerável ausência no conhecimento desta realidade, caracterizada pela baixa quantidade de população residente e exercício de poucas funções. Atualmente todos os municípios têm uma considerável importância, mesmo que este não seja um grande símbolo da urbanização, pois, neste caso, será responsável por consumir produtos, bens ou serviços de outra cidade, fazendo a integração da rede urbana.

Essa integração, principalmente econômica, ocorreu devido à modernização dos meios de transporte e comunicação que possibilitou, em menor tempo, acesso rápido a outros locais. Com isso, uma pessoa pode morar em um município, estudar em um segundo e trabalhar em um terceiro. Tais fluxos acontecem a partir do que é oferecido por cada cidade, neste caso, Juazeirinho-PB possui um espaço comercial utilizado por dois tipos de comerciantes distintos: os lojistas e os feirantes. Os primeiros possuem estabelecimentos fixos e horário marcado para abrir e fechar as portas, enquanto os segundos montam e desmontam seus bancos onde chegam, sem a mesma rigidez de horário e local.

Essa pequena cidade, nos últimos dez anos, vem passando por uma ampliação do comércio local, que se dá não apenas pelo aumento do número de estabelecimentos formais, mas refere-se à parceria que algumas lojas encontram-se realizando com redes de comércio. O espaço comercial que era marcado pela presença da feira livre passa a conviver com novas formas, onde as modernizações perpassam o empreendimento por completo, isto é, desde a compra das mercadorias até as propagandas vinculadas. Em um supermercado a diversificação dos produtos foi tamanha, que resultou na adição da seção magazine, colocando a disposição dos clientes, os recentes modelos de roupas e acessórios que podem ser incluídos nas compras semanais ou mensais, basta pegá-los nas vitrines e/ou araras de roupas.

Nesta realidade, as lojas estilo boutiques implantaram como estratégia de ampliar as vendas, desfiles das novas coleções e nos meses de Janeiro e Julho realizam promoções com descontos que chegam até 50%. Na ocasião, o sucesso de vendas é garantido, chegando a gerar tumulto, pois existe uma parcela da população que compra nestes estabelecimentos exclusivamente durante as promoções, devido a possibilidade de adquirir mercadorias com valores reduzidos e ainda parcelá-los nos cartões de crédito. Por fim, o último grupo de

estabelecimentos que alterou os hábitos de consumo dos juazeirinhenses, principalmente para os que esperavam o dia da feira para efetivar as compras, são as malharias, comércio fixo que oferece a maioria das peças com preço e qualidade próximos aos da feira, porém dispõem das modernas divisões de pagamento.

Diante da discussão, a presente pesquisa objetivou analisar o comércio de confecções em Juazeirinho, esclarecendo as implicações da feira livre para os estabelecimentos locais. Buscou-se explicar a dinâmica do espaço comercial das pequenas cidades, mediante a convivência das formas fixa e periódica de confecções. Assim, foi feita uma comparação entre comércios que oferecem o mesmo tipo de produto, mas encontram-se em conjunturas totalmente distintas, sendo um antigo e outro recente, por isso, também foi investigado quem são os atores deste mosaico comercial.

No que diz respeito a definição do segmento pesquisado, as confecções foram escolhidas, pois constituem o único ramo da feira que possui estabelecimentos em considerável número e de naturezas diversas. O que não acontece com os setores de: calçados, frutas, legumes, cereais, miudezas, entre outros. Para tanto, no dia da feira, as opções de confecções são vastas: bancos e lojas estão presentes lado a lado, ambos querendo desfrutar dos benefícios deste comércio periódico, que atrai fluxo ímpar de pessoas para a cidade.

Cada comerciante utiliza as artimanhas disponíveis para atrair novos clientes como: as tradicionais promoções em algumas épocas do ano; as muitas divisões no cartão de crédito; os gritos no meio da rua, apresentando os preços barateados, através das vendas de três produtos pelo preço de dois. Assim, a feira constitui apenas uma opção de comércio dentre a pluralidade existente e o espaço é reorganizado semanalmente para estimular a reprodução do capital, bem como garantir a sobrevivência familiar.

Desse modo, alguns questionamentos tornam-se necessários, tais como: Como acontece o convívio das formas fixa e periódica no espaço comercial das pequenas cidades? Como os comerciantes de confecções percebem a atuação destas formas comerciais antiga e recente? Qual o perfil dos comerciantes que vendem confecções em Juazeirinho? Quais são os impactos da fusão da rede de comércio com os estabelecimentos locais e como os feirantes percebem a modernização cada vez mais presente? Quais são as diferenças significativas que perpassam estas formas comerciais distintas? Qual a real importância que a feira livre assume para uma cidade de pequeno porte?

No mesmo período em que as redes de comércio se disseminam pela estrutura urbana, instalando filiais e encontrando estabelecimentos parceiros, as feiras são realidades presentes em muitos lugares e possibilitam a presença de produtos com formas semelhantes aos

propagados diuturnamente, mas com preços e qualidades diferenciadas. Portanto, estudar as formas comerciais é analisar o espaço urbano, pois o comércio gera fluxos cotidianos que transformam a paisagem, seja de modo gradativo, com a instalação de estabelecimentos ou cíclico com a presença da feira livre.

Nas pequenas cidades, a feira é um acontecimento importantíssimo, pois o número de visitantes na zona urbana se multiplica: são pessoas oriundas da zona rural, de outras cidades e de outros estados, todas querendo participar de uma prática antiga que é a troca. Os munícipes das pequenas cidades, acostumados com a tranquilidade de seu espaço urbano (calmo, com poucas pessoas pelas ruas e tranquilidade sonora) convivem com algumas alterações que passam a ser normais para aqueles que residem próximo a feira e menos percebida para os que residem nas áreas periféricas da cidade.

Portanto, mesmo através de um enfoque parcial, qual seja as confecções, esses comércios de natureza diferenciada demonstraram a real amplitude oculta no cenário bastante comum para aqueles que aí habitam e estão acostumados com a transformação cíclica da paisagem, ocasionada pela presença e ausência da feira livre. Com base nisso, esse trabalho torna-se relevante por esclarecer a compreensão da dinâmica comercial nas pequenas cidades, no período em que estes lugares recebem as recentes modernizações, bem como se integram as redes de comércio através de parceria com os estabelecimentos locais.

Constitui ainda uma contribuição para o conhecimento do espaço urbano, ausente de símbolos citadinos como prédios, intensos congestionamentos e aglomeração de pessoas, paisagem fruto das constantes migrações de uma economia aquecida. Assim, pelos propósitos apresentados, a pesquisa referencia principalmente: Corrêa (2005), Costa (2003), Diniz (2009) e Santos (2008). Este último imprescindível por caracterizar o circuito superior e o circuito inferior, base da interpretação da economia das cidades dos países não desenvolvidos.

No que concerne à estrutura, o trabalho encontra-se organizado em quatro capítulos. O primeiro está subdividido em duas seções e aborda as características históricas e geográficas de Juazeirinho. Inicialmente é feito um resgate histórico de fundação da cidade, que parte da feira livre, em seguida é comentada a evolução urbana e a instalação de formas fixas de comércio que criam novas maneiras de consumo e hábitos de vida. A seção seguinte faz uma síntese aos aspectos físico-ambientais, mostra a evolução da população e a sua consequente distribuição no município, além disso, demonstra o comportamento de Juazeirinho na rede urbana, apresentando as principais cidades que o polarizam.

O capítulo dois é uma discussão, a respeito das pequenas cidades e da atuação do comércio neste espaço. Apresentado em quatro seções, a primeira aponta os principais

critérios para defini-las e comenta a centralidade periódica assumida por estes pequenos centros urbanos, onde no Nordeste, as feiras são responsáveis por delinear esta hinterlândia cíclica. A segunda seção é uma síntese do espaço urbano brasileiro, sendo ressaltada a importância que o comércio assume para os desempregados. Como o comércio destaca-se tanto no circuito superior como circuito inferior, a terceira seção sintetiza os dois circuitos da economia urbana e a quarta seção exprime a atuação desta atividade do setor terciário na transformação espacial.

Por fim, os capítulos três e quatro exploram os resultados e discussões da pesquisa de campo. Logo, exibe a convivência dos comércios fixo e periódico em Juazeirinho e a circulação que os feirantes, alvos da pesquisa, realizam semanalmente nas cidades. A feira livre e as lojas são comparadas para compreender a atuação da globalização econômica em um subespaço, onde são inseridas novas formas e hábitos de vida e sobrevivem atos e formas do lugar devido às forças internas, além das desigualdades socioeconômicas vigentes.



## 1. CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE JUAZEIRINHO-PB

### 1.1 Aspectos históricos e construção do espaço urbano

A cidade de Juazeirinho é relativamente jovem, fundada apenas no início do século XX, através da rota dos tropeiros e almocreves<sup>1</sup>, que eram trabalhadores responsáveis por enviar e trazer mercadorias de Campina Grande (já centro regional na época) aos lugares que o trem ainda não havia chegado. Andrade (1986) citado por Diniz (2009) afirma que a Guerra de Secessão (1861-1864) foi responsável por aumentar o volume de vendas de algodão nordestino para o mercado inglês. Com isso, Campina Grande tem a sua dinâmica comercial alterada, ocasionando a ampliação de sua importância econômica para o interior paraibano. (DINIZ, 2009, p. 33).

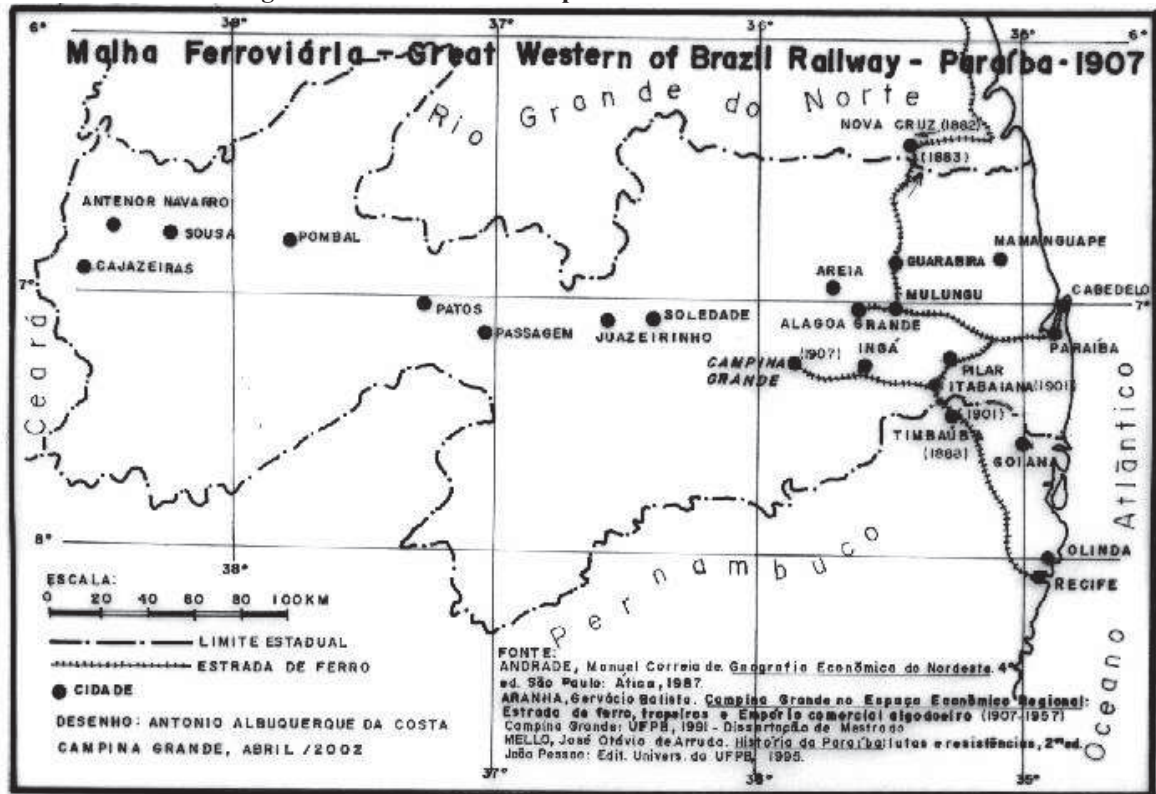
Em 1907 o trem chega a Campina Grande e junto com ele, a função de escoar produtos de forma mais rápida que os lombos dos animais. Esta cidade, também é beneficiada pela sua posição geográfica que, neste momento, tornou-se o elo mais efetivo de comunicação do interior paraibano com o exterior, por isso, era necessário o deslocamento dos produtos das demais regiões da Paraíba até a referida cidade, a fim de efetivar as trocas entre os viajantes. Nesse contexto, é implantada a Estrada Real, que se estendia da capital da Província (atual cidade de João Pessoa) até Campina Grande, aperfeiçoando a comunicação entre o litoral e o interior e garantindo a função de escoamento da matéria-prima paraibana para a indústria inglesa (DINIZ, 2009).

Campina Grande assume o papel de “porta de entrada” para o Sertão paraibano, haja vista que ela torna-se o ponto difusor das modernizações oriundas de Recife. Desta forma, amplia-se o raio de influência campinense, que iniciara com as feiras e as negociações com o algodão (COSTA, 2003, p.32). A Figura 1 apresenta a malha ferroviária paraibana, instalada em 1907 da *Great Western of Brazil Railway*:

---

<sup>1</sup> Tropeiros ou matutos eram homens que viajavam com tropas de burros, para transportar os produtos locais de um lugar para outro, seguindo rotas pré-estabelecidas. E os almocreves ou mascates eram comerciantes ambulantes que vendiam seus produtos de casa em casa (RIETVELD, 2009, p.181-182).

Figura 1: Malha ferroviária paraibana no início do século XX



Fonte: Costa (2003)

A figura 1 apresenta a Paraíba no momento que Campina Grande recebe a ferrovia. Esta imagem é importante, porque explicita a diferenciação das áreas que transportavam os produtos mais rápido através dos trilhos, bem como as áreas em que haviam a necessidade dos lombos dos animais, neste caso, o percurso era realizado em maior tempo. Observa-se que em 1907 Campina Grande é o ponto mais interior de penetração das modernizações no estado e o ponto mais próximo para os que vinham do Sertão e objetivavam vender o que levava e trazer o que necessitava.

A imagem indica, ainda, as cidades que receberiam posteriormente, a rede de transporte, merecendo destaque o território que futuramente se localizaria Juazeirinho. Costa (2003, p.35) reconhece as implicações espaciais, desta heterogênea distribuição de transportes, no território paraibano ao observar que:

Como as modernizações não alcançam igualmente todos os espaços, observa-se a coexistência de um fluxo rápido que agilizava Campina Grande/Recife/externo, através de um território mecanizado e propenso a racionalidade; e do fluxo dos tropeiros e do gado que partindo do interior se dirigiam para Campina Grande, definindo um tempo da lentidão, mas que se complementavam através dos objetivos capitalistas. Neste momento o espaço campinense se integra diretamente a uma economia capitalista internacionalizada, integração que foi viabilizada pelo moderno sistema de transporte (COSTA, 2003, p35).

O tempo lento, citado pelo referido autor, diz respeito a ausência do trem, que tinha chegado apenas no Agreste, enquanto a parte central e a parte ocidental do estado, estava desprovida desta técnica. Mesmo assim, os tropeiros e almocreves realizam os objetivos capitalistas, pois eram eles, quem realizava o comércio nos pontos que tal modernidade ainda não chegara. Para realizar essas transações comerciais e devido o deslocamento acontecer nos lombos dos animais, era necessário fazer várias paradas, com isso, alguns locais eram sempre escolhidos, de acordo com os benefícios que oferecera, como por exemplo, água para dar de beber aos animais, banhá-los e plantas que oferecessem sombra e descanso.

Rietveld (2009) destaca a importância que a planta de Juazeiro teve como fator de escolha para pouso, no território que hoje é a cidade de Juazeirinho. Observa-se, portanto, que a medida que Campina Grande ia se fortalecendo economicamente, outros povoados iam surgindo, devido a transitoriedade dos viajantes, que tinham como principal objetivo, levar e trazer mercadorias de áreas distantes. Nesse sentido, Diniz (2009, p.34) afirma que:

O longo e significativo papel desempenhado pelas extensas estradas abertas no interior das regiões determinou o crescimento econômico e a conquista de grandes extensões territoriais pelos mercadores. Além do transporte marítimo responsável pela expansão da atividade comercial nos continentes, durante séculos as estradas constituíram as únicas e principais vias transitáveis em terras firmes.

De acordo com o exposto acima, o autor enfatiza a importância que as vias terrestres tiveram no povoamento do interior do Nordeste, pois vale ressaltar que devido as características geográficas desta região, sobretudo a predominância do clima semiárido e a escassez de rios perenes, as estradas foram as principais formas de comunicação entre áreas distantes. E devido a simplicidade dos meios de transportes, os lombos dos animais era o meio mais prático de adentrar nos Sertões, embora esta ação fosse muito cansativa.

Portanto, em um destes espaços da lentidão situava-se a Fazenda Joazeiro, cujo dono era o senhor Henrique Ferreira Barros. Nesta propriedade e em algumas vizinhas, vigorava a agropecuária, com destaque para a criação de bois, caprinos e ovinos, além do cultivo de milho, feijão e algodão, gerando conseqüentemente um excedente que precisava ser comercializado. Por isso, surgiu a ideia de se fazer uma feira local, já que a mais próxima era a de Soledade que ficava a quatro léguas de distância (24 km), ocasionando grandes dificuldades para o transporte deste excedente, devido a precariedade dos transportes. Na ocasião, José Felismino da Costa Nogueira (proprietário da fazenda Aroeiras e comerciante de gêneros de primeira necessidade e produtos farmacêuticos) e Henrique Ferreira Barros idealizaram uma feira na propriedade deste último, haja vista que esta terra tinha água

disponível e também era cortada pela estrada que os tropeiros costumavam passar<sup>2</sup> (AMORIM; BARRO, 1996, p.10).

Junto a eles, mais cinco colonos<sup>3</sup> apoiaram esta ideia, totalizando sete pessoas que fizeram o requerimento ao Coronel Nóbrega, então prefeito de Soledade, que autorizou a implantação da mesma. A terça foi escolhida para ser o dia da feira, já que em Soledade, esta acontecia na segunda-feira. Rietveld (2009, p.188) afirma que antigamente cada cidade tinha o dia diferenciado da feira, a fim de não atrapalhar a cidade vizinha. Contudo, em 04 de novembro de 1913, foi realizada a primeira feira, que prosperou rapidamente tornando-se, logo um ponto de parada muito frequentado pelos tropeiros, transformando-se, posteriormente, em um importante ponto comercial de gado, algodão e gêneros alimentícios, originando desta forma, a Vila Joazeiro, distrito de Soledade<sup>4</sup>.

Almeida (1968) citado por Rietveld (2009, p.190) acrescenta, ainda, que o fator mais determinante para a criação da feira “foi a construção da estrada de Campina Grande a Patos” que por motivos políticos veio a passar por Soledade, conseqüentemente pela Vila Joazeiro. Esta estrada, além de afastar os cangaceiros que dominavam várias áreas, nesta época, abria caminhos literalmente para opções de fuga a seca, contribuindo ainda, para que a população se fixasse nesta área. Aliás, a possibilidade de adquirir produtos mais próximos que em Soledade fez com que a feira da Vila Joazeiro se tornasse ponto de repouso para os tropeiros e abrigo para os almocreves no trajeto de Campina Grande ao Sertão.

Tal fato é demonstrado no hino da cidade, no qual relata parte de sua história, quando é afirmado que: “Foste outrora a passagem dos tropeiros/ Tua sombra servia-lhes de abrigo/ És a imagem da árvore frondosa/ Que acolhe a todos como amigo” (ARAÚJO, 2003). Esse trecho descreve o importante papel que o povoado Joazeiro desempenhou como ponto de parada e descanso para aqueles que viajavam nos lombos de animais, principalmente no início da vila, quando os objetos arcaicos eram primordiais para atrair as pessoas a este lugar.

Rietveld (2009, p.184) ao pesquisar a origem da Paróquia de São José (padroeiro de Juazeirinho), caracterizou os tropeiros deste lugar como pequenos produtores, já que o

---

<sup>2</sup> Esta área é onde se localiza a maior parte do centro da cidade, infere-se, portanto, que é onde a pesquisa foi realizada.

<sup>3</sup> São eles: José Batista de Azevedo, Pedro Ferreira de Barros, Manuel Vital Filho, Avelino José e João Cunha Moreno. (MELO *et. al*, p. 32, 1983).

<sup>4</sup> Na divisão político administrativa brasileira de 1936 e 1937, Joazeiro aparece como distrito de Soledade. Em 1938 a sede do município de Soledade foi transferida para Joazeiro permanecendo até 1943, quando o Decreto Estadual nº 520 estabelece a volta da sede para Soledade e a troca do nome do distrito para Juazeirinho. Rietveld (2009, p.130) declara que esta mudança foi uma tentativa de não confundir o referido lugar com outros locais de nomes semelhantes, principalmente com Juazeiro do Norte (CE).

principal produto transportado, pelos moradores desta área, era o algodão. No entanto, as viagens aconteciam, principalmente, no momento em que não havia trabalho na roça. Provavelmente a época citada são as estiagens cíclicas, característica singular das áreas semiáridas, que em alguns anos, têm duração mais curta, enquanto em outros anos, a duração é mais extensa. O referido autor enfatiza, também, detalhes das viagens realizadas por um tropeiro munícipe, entrevistado durante a elaboração de seu trabalho:

Cada um tinha quatro ou cinco burros. Saíam de Juazeirinho na quinta-feira, levando vários produtos, principalmente algodão e corda de coroá feita no sítio Antônio Ferreira. Faziam no sábado a feira de Esperança ou Campina Grande, onde compravam farinha, milho, feijão ou rapadura. Na terça-feira voltavam a casa para vender o produto na feira. Eles geralmente andavam a pé quando os animais estavam carregados. Nas viagens para Campina Grande, em que os animais estavam sem carga, iam eles montados. Sempre vendiam e compravam a dinheiro (RIETVELD, 2009, p.185).

Este trecho enfatiza a relação que Juazeirinho passaria a ter posteriormente com Campina Grande e demonstra a dificuldade enfrentada nas viagens. Ressalta a importância que a produção do algodão desempenhou, não apenas em Campina Grande, mas na Paraíba como um todo. Além disso, apresenta as trocas comerciais das feiras e o caráter pendular dos feirantes, característica que se mantém nos dias atuais. Devido a sua localização, próximo a estrada muito movimentada, que ligava o Sertão ao Agreste, o povoado Joazeiro prosperava cada dia mais e a sua população ia crescendo consideravelmente. O trecho a seguir, descreve o dia a dia das pessoas que moravam neste distrito:

A maior parte dos utensílios importantes para a vida diária era produzida na região. (...) Quase todas as mulheres possuíam um fuso e um tear e processavam algodão. Algumas tinham habilidade para costura e faziam roupas. Na cozinha usava-se colheres feitas de madeira e panelas de barro (...). A medicina científica quase não existia (...). Rezadores, raizeiros, parteiras e benzedeiros com conhecimento de plantas medicinais atendiam o povo. A feira era muito importante para a venda e a compra de materiais que faltavam em casa, mas também para a divulgação de notícias. Durante a semana as pessoas recorriam à bodega. A noção de tempo era totalmente diferente. As atividades normais custavam muito. (...) O transporte motorizado começara, mas muito era feito ainda em lombos de animal ou carro de boi. (...) Os açudes foram cavados com tropas de jumentos que puxavam couro. (...) Aqui e acolá havia engenho de rapadura, uma bolandeira, um vapor de farinha, precursores da industrialização. Neste tempo aparecem também sinais de atividades não ligadas à agricultura: a mineração do caulim, cal cassiterita (SnO<sub>2</sub>), que fornece estanho (RIETVELD, 2009, p.129-130).

De acordo com o exposto acima, a vida na Vila Joazeiro era muito simples, embora não tenha o ano exato desta realidade, é observado que isto acontecia no momento de transição de vila para cidade. Ressalta-se o importante papel das mulheres na confecção de

utensílios indispensáveis para o cotidiano, além disso, é registrado a ausência de profissionais da saúde, por isso, era o conhecimento popular que medicava as enfermidades daquela época, principalmente com a utilização de plantas locais. As parteiras, por sua vez, desempenharam o papel imprescindível de elevar os índices de natalidade do futuro município.

Além disso, é explícito a ausência de comércios representativos neste lugar, havendo destaque para a feira livre, não apenas como ponto comercial, mas também como ponto de sociabilidade, assim como, de difusor de informações. Esta expressiva função existia especialmente, por causa das grandes distâncias em que residiam os moradores e principalmente devido às deficiências nos meios de telecomunicações. Demonstrando, mais uma vez, os lugares de lentidão falados anteriormente e que tornava a noção de tempo diferente da que se tem hoje na efervescência da globalização. Observa-se, portanto, as múltiplas funções que a feira sempre desempenhou em Juazeirinho, desde a sua origem, este comércio cumpriu múltiplos papéis, pois além de oferecer, inicialmente, o principal local para suprimentos das necessidades básicas, tornou-se concomitantemente, lugar de encontro entre as pessoas e local de manifestações culturais.

A partir de então e com a permanência desta importante atividade econômica semanal, Joazeiro ia se fortalecendo cada vez mais. Os seus moradores se esforçaram para a edificação de formas, que complementasse a vida cotidiana, com isso, gradativamente esta vila vai experimentando progressos decisivos para a futura emancipação política, como por exemplo: a realização da primeira missa e início da construção da Igreja Matriz (1914); compra do primeiro ônibus (1918) – fazendo a linha Joazeiro a Campina Grande; chegada do telégrafo (1920); presença dos primeiros professores; sendo lançado, inclusive, o primeiro jornal (1931). As transformações continuaram a ocorrer e o povoado crescia cada vez mais, até atingir a sua autonomia política através da lei nº 1.747 em 25 de julho de 1957 (MELO *et al.*, 1983, p. 34-35).

Na visão de Rietveld (2009, p.227) a vida deste lugarejo muda drasticamente quando acontece a chegada destas três modernizações: o trem<sup>5</sup> para transporte de passageiros e cargas (1956), a energia elétrica (1964) e o asfalto (1968). Para o referido autor, estas inovações transformaram profundamente o cotidiano dos moradores e marcaram a inserção deste espaço

---

<sup>5</sup> Diniz (2009), em seus estudos sobre o comércio de Campina Grande e ao resgatar o crescimento econômico que esta cidade obteve no século XX, ressalta que a ferrovia chegou à Soledade na década de 1950 e que o prolongamento desta rede de transporte ao interior do estado, não trouxe prejuízos a economia campinense, pois nesta época as rodovias passam a ganhar destaque na circulação de mercadorias. Realmente, com o advento da rodovia em Juazeirinho, Campina Grande passa a influenciar este município cada vez mais, devido a possibilidade dos juazeirinhenses estarem presente nesta cidade em um curto espaço de tempo, através da BR-230.



no mundo global, ocasionando inúmeras transformações, das mais simples, as mais complexas, como pode ser explícito nas seguintes substituições: “o tear pelo tecido comprado, o pilão pelo café do supermercado, a viagem a pé pelo carro, o jegue pelo trator, o rezador pelo médico, (...) a parteira pela maternidade, o cuscuz pelo pão, o bate papo pela televisão, a luz do sol pela luz elétrica, a casa no sítio pela casa da rua<sup>6</sup>”.

Por outro lado, na emancipação de Juazeirinho, a cidade experimenta uma nova fase pautada, sobretudo, no desejo dos governantes em povoar o município recém-criado. Por isso, são doados terrenos para construções de casas e edificadas duas construções para abrigar os principais comerciantes da época, isto é, os feirantes. Em 1962 o Mercado Público é construído e em 1989 a CEASA é erguida. Estas duas formas comerciais, que inicialmente era abrigo dos feirantes, assumiram de acordo com o tempo funções diferenciadas. O mercado ocupa um quarteirão do bairro Centro, este prédio, após sua construção foi também local de oferecimento de lazer, sendo palco de encenações de Paixão de Cristo e local de festas (noturnas, de formaturas e carnavais), além disso, funcionou o cinema que foi transferido para um estabelecimento próprio.

Estes eventos foram saindo gradativamente do Mercado Público a medida que a cidade ia ganhando outras edificações para lazer, como casas de festas (o Motta Som e o Skema) e o Clube Municipal. Hoje, portanto, esta forma comercial abriga em seu interior principalmente bares e venda de carnes, sendo a terça-feira e os finais de semana, os dias mais movimentados. Já as faces externas (que perpassam por quatro logradouros) são bastante utilizadas, abriga em torno de 15 comércios que se diversificam entre: salão de cabeleireiro, bares, banca de jogo do bicho, consertadores de relógios, açougues e mercearias. Todavia, alguns destes pequenos estabelecimentos abrem as suas portas apenas no dia da feira. Além disso, é bastante citada nos anúncios publicitários como ponto de referência. Sendo muito lembrada por moradores que vivenciaram momentos de lazer neste espaço.

A CEASA que também foi utilizada para eventos sociais, como cultos religiosos, festas juninas das escolas públicas e creches teve a sua estrutura desmontada em 2009, podendo ser encontrada atualmente apenas dois banheiros (um feminino e outro masculino) e o piso (terreno) que abriga as bancas das feiras durante a semana. Algumas crianças, por sua vez, utilizam ainda esta área para se divertirem. Entre as bancas da feira, elas pulam, correm,

---

<sup>6</sup> O êxodo rural é citado como uma das grandes transformações nesta localidade, sendo destacado como exemplo de melhoria de vida. Este enfoque coincide com a visão dicotômica, na qual a cidade é vista de forma superior ao campo, pois com o desenvolvimento do capitalismo ocidental a cidade transformou-se em lugar privilegiado ao concentrar indústrias, comércios e serviços. Já o campo passou a perder habitantes para a cidade, conotando atraso, devido a ausência de tais inovações (BISPO E MENDES, 2009).

andam de bicicleta e jogam bola, brincando alegremente neste espaço, símbolo urbano juazeirinhense.

Neste cenário, os estabelecimentos comerciais foram surgindo gradativamente sendo instaladas, primeiro as bodegas, em seguida os mercadinhos e posteriormente as redes comerciais se fundem a alguns destes pequenos comércio. Portanto, Juazeirinho, sendo uma pequena cidade e uma das principais de sua microrregião (Seridó Oriental), contém em suas formas comerciais um mosaico de diferentes ramos, tamanhos e tempos distintos que concedem singularidade ao seu espaço urbano, característico das pequenas cidades.

## **1.2 Caracterização geográfica de Juazeirinho**

No que concerne às características físicas e ambientais, Juazeirinho encontra-se localizada na unidade geomorfológica paraibana da Superfície da Borborema. De acordo com a classificação de Köppen, seu clima é do tipo semiárido (Bsh) quente e seco, com chuvas de verão e o bioma é do tipo Caatinga, com solos predominantemente rasos e pedregosos (RODRIGUEZ, 2002). O sistema hidrográfico pertence a bacia do rio Taperoá, destacando-se os riachos Juazeiro, Salgadinho e Seridozinho, além dos açudes construídos, sendo os principais: do distrito Barra, do sítio Escurinha, além da Barragem Mucutú.

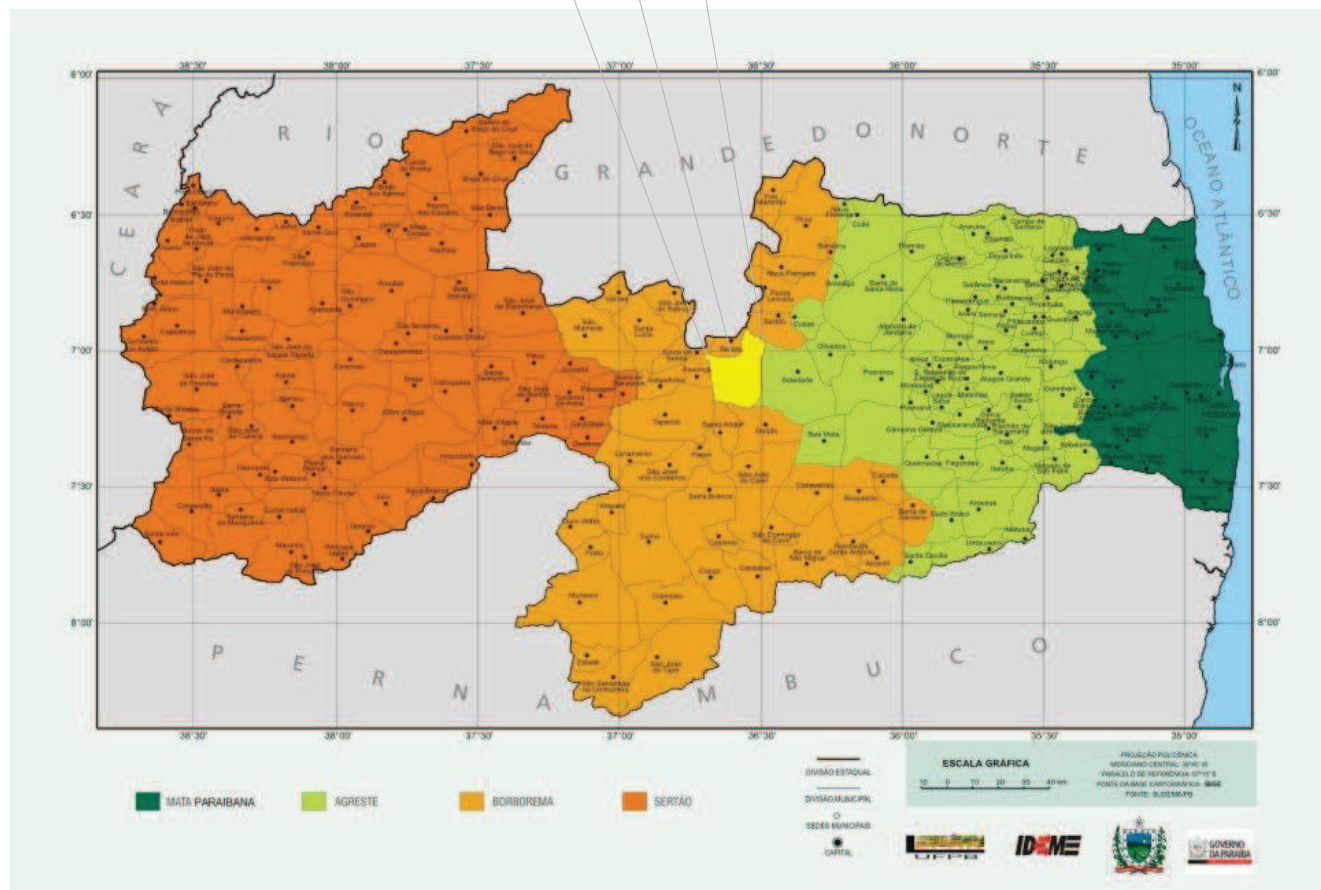
Já o relevo apresenta duas serras principais: serra dos Borges (porção sul) e a serra das Carneiras (porção oeste, fazendo divisa com Junco do Seridó); conta ainda com mais duas serras de menor porte, que são a serra da Gruta e a Serra do Urubu. Juazeirinho também destaca-se no cenário de extração mineral, sendo descobertas nas fazendas Seridozinho (1938) e Pedras Pretas (1942), as primeiras jazidas de columbita-tantalita e cassiterita. Em seguida, também foi trabalhado o caulim, berilo e espudomênio (MELO *et al.*, 1983, p.28-29). Esta atividade extrativa, embora não muito desenvolvida, confere simbologia ao município, que é conhecido, também, pela empresa de caulim atuante no sítio Barra.

Quanto a sua localização, Juazeirinho situa-se na mesorregião da Borborema e microrregião do Seridó Oriental paraibano. Limita-se a nordeste com Seridó, a leste com Soledade, ao sul com Gurjão, a sudoeste com Santo André, a oeste com Assunção e a noroeste com Tenório. Sua área territorial é de 467,52 km<sup>2</sup> com densidade demográfica de 35,88 hab/km<sup>2</sup> (IBGE CIDADES, 2012). As Figuras 2 e 3 apresentam a localização do referido município:





Figura 2: Localização de Juazeirinho-PB



Fonte: Sudema-PB, 2012. Adaptado por Izabelle Trajano da Silva.

**Figura 3: Município de Juazeirinho**



Fonte: Lima, Cavalcante e Fideles Filho 2011.

Embora não haja uma divisão oficial para a zona urbana, considera-se popularmente que esta cidade apresenta 09 bairros: Centro, Bela Vista, Conjunto Buriti, Conjunto Pedro Pascoal, Arnaldo Lafaiete, Inácia Diniz (Piabão), Frei Damião, Alto dos Medeiros e Salgado<sup>7</sup>. Já a zona rural, segundo Rietveld (2009, p.292) apresenta 69 sítios<sup>8</sup>. De acordo com o Censo 2010, a população juazeirinhense é de 16.776 habitantes, sendo 54,4% residentes na zona urbana e 45,6% na zona rural (IBGE, 2010). Mesmo não sendo grande a diferença, observa-

<sup>7</sup> Área da cidade que encontra-se em processo de ocupação, sobretudo através dos investimentos públicos, já que está sendo estimulada a habitação, através da construção de um conjunto habitacional e a edificação de uma creche que abrigará as duas que funcionam atualmente em prédios separados

<sup>8</sup> De acordo com o dicionário Priberam (2012) um dos significados de sítio é: “propriedade ou habitação rural”. A pluralidade de sítios pode ser explicada pelos nomes semelhantes, como por exemplo, Escurinha de baixo, Escurinha de cima, Lageiro Cumprido, Lageiro das Cobras etc.

se, portanto, uma predominância urbana<sup>9</sup> que segue a tendência brasileira e mundial. Esta progressiva expansão da população pode ser verificada no quadro abaixo, que apresenta os censos realizados no município:

<b>Quadro 1 – População recenseada em Juazeirinho-PB</b>	
Ano	População
1960	9.762
1970	12.338
1980	15.086
1991	17.341
1996	17.129
2000	14.873
2007	15.899
2010	16.776

Fonte: Biblioteca / Cidades IBGE (2012).

O Quadro 1 mostra a representativa concentração de população, logo após a emancipação municipal. Afinal em 1960, Juazeirinho tinha uma população que muitos municípios não têm atualmente. Demonstra também, um gradativo crescimento populacional, sobretudo, entre 1960 e 1980. Já em 2000, há diminuição da população, devido o desmembramento de Tenório<sup>10</sup> do território juazeirinhense. Junto com este crescimento populacional acontece o êxodo rural, provavelmente devido às melhorias na infraestrutura da cidade, como energia elétrica, água encanada e criação de novos instrumentos urbanos, mesmo que simples, como novos comércios e postos de serviços públicos municipais e estaduais, gerando novas oportunidades de trabalho na cidade.

Sobre a economia municipal Rietveld (2009), declara que a população juazeirinhense sobrevive basicamente da agricultura, dos empregos públicos municipais e estaduais e da aposentadoria dos idosos, não havendo desenvolvimento significativo de grandes comércios ou indústrias. Todavia, Juazeirinho apresenta-se como um município populoso em sua região geográfica e dispõe da BR-230<sup>11</sup>, como principal via de acesso.

<sup>9</sup> Urbana, aqui está sendo utilizada para se referir ao fato de mais de 50% da população residir na zona urbana do município, ou seja, diz respeito ao critério de localização e, portanto, não faz alusão ao modo de vida e aos valores inerentes a este conceito, conforme é discutido por Bispo e Mendes (2009).

<sup>10</sup> Este distrito é elevado a categoria de município pela lei estadual nº 5889 de 29-04-1994 (IBGE CIDADES). Rodriguez (2002) lembra que em 1994/95 foram criados 52 municípios na Paraíba, o que resultou na ampliação de 171 para 223 unidades político-administrativas paraibananas.

<sup>11</sup> Faz-se necessário destacar o melhor aproveitamento econômico, desta movimentada rodovia, pelo município de Soledade. Pois, embora fique mais próximo de Campina Grande (em relação a Juazeirinho) torna-se o principal ponto de parada, para refeições de diversos ônibus, como Guanabara e Nacional (que percorrem a Paraíba do Litoral ao Sertão), além dos transportes alternativos e carros particulares e/ou a serviços. Hoje, esta cidade, dispõe de uma pluralidade de restaurantes, bares e lanchonetes, para servir, principalmente, aos viajantes, dinamizando o espaço urbano soledadense. Existe, inclusive, um restaurante que dispensa a instalação de portas,

As cidades polarizadoras, mais próximas, estão situadas a 84 Km (Campina Grande) e 90 Km (Patos), distância esta que contribui para o oferecimento de alguns serviços, que as pequenas cidades circunvizinhas não dispõem, como serviços de: saúde (clínicas particulares, hospital e policlínica municipal), educação (faculdades em regime especial e cursos de pós graduação), jurídico (Tenório e Santo André fazem parte da comarca juazeirinhense) e instituições bancárias. Junto a estes equipamentos, o comércio local, embora não muito diversificado, experimenta nos dias da feira, fluxos intensos de pessoas na cidade.

Ainda que, a distância entre os principais centros polarizadores, seja praticamente equivalente, o fluxo de pessoas para Patos é esporádico, havendo direcionamento para Campina Grande. Diariamente é possível encontrar, na rodoviária, dezenas de transportes alternativos que fazem o traslado Juazeirinho via Campina Grande, a partir das 05:00 h. Alguns motoristas, inclusive, chegam a realizar duas viagens, quando a demanda de passageiros é grande. Este fato demonstra a força de atração, que exerce o comércio e serviços campinense.

Por outro lado é quase inexistente, transportes alternativos para o Sertão. Anteriormente, ainda havia um pequeno fluxo de passageiros para Santa Luzia, devido o posto de previdência social federal. No entanto, em 2009 Juazeirinho aderiu à previdência municipal, não havendo mais a necessidade de tais deslocamentos. Diante disso, o percurso para as cidades sertanejas paraibanas é feito, predominantemente, de ônibus. Juazeirinho, fundada a partir do comércio, apresenta atualmente, pouca diversidade de atividades econômicas e assim como as demais cidades, mantém relações com os centros urbanos, mediante a carência e oferecimento de produtos e serviços. Esta complementação entre lugares é essencial para integrar a rede urbana contemporânea que necessita de fluxos intensos para manter a economia global.

---

uma vez que ele é aberto 24 horas. Nesta realidade, não são apenas os estabelecimentos formais que são beneficiados. Os ambulantes têm, igualmente, oportunidade de trabalharem neste espaço comercial, onde cabem todos, que desejam ofertar algum produto ou serviço para aqueles que esperam terminar o horário da refeição para seguir viagem.

## 2 AS PEQUENAS CIDADES E O SEU ESPAÇO COMERCIAL

### 2.1 As pequenas cidades em foco: principais critérios de definições

Para definir pequena cidade, nada mais justo que estabelecer o que seria uma cidade. Na realidade, cada país adota os critérios oficiais que lhes são convenientes para diferenciar as áreas urbanas das não urbanizadas. No Brasil, as áreas urbanas são as cidades e as vilas. As primeiras, definidas como sedes de municípios – que podem ser entendidas como uma unidade territorial político-administrativa – e as segundas são as sedes dos distritos municipais, portanto, com aglomeração menor que a cidade (SOUZA, 2003).

Muitas vezes, tidas por sinônimos, cidade e município são termos diferentes que devem ser identificados ao se falar do espaço urbano. Essa diferenciação é ainda menos percebida nos pequenos municípios, principalmente, quando estes têm a sua economia baseada, essencialmente em atividades primárias e a sua população permanece com hábitos do campo, devido ao baixo poder aquisitivo. Figueiredo e Guidugli (2009), ao estudar cidades e municípios com até 10.000 habitantes, afirmam que não existe um conceito definido sobre o que seria pequenas cidades. Entretanto, apontam os principais critérios utilizados, pelos pesquisadores, para diferenciá-las, que são: o demográfico, o de ocupação e o funcional.

O critério demográfico baseia-se no número de habitantes e é responsável por classificá-las em pequena, média ou grande. Os referidos autores advertem que os núcleos urbanos com população inferior a cinco mil habitantes, geralmente, são descartados das pesquisas, devido à inferioridade quantitativa de sua população (o que não acontece apenas no Brasil, mas ocorre nas demais cidades do mundo). Aliás, em alguns casos, não há nem mesmo, menção sobre o grupo das pequenas cidades, como se elas não fizessem parte da realidade urbana brasileira. Neste caso, é falado apenas das médias e grandes cidades e conseqüentemente, expresso os seus respectivos valores populacionais.

Quanto ao porte das cidades, a literatura não apresenta número fixo, divergindo de autor para autor. Entretanto, no que concerne às pequenas cidades, os valores máximos referenciados oscilam entre 30 a 50 mil habitantes<sup>12</sup>. Partindo destes números e de acordo com o último Censo Demográfico (2010), dos 5.565 municípios brasileiros, 2.513 encontram-se na classificação de até 10.000 habitantes e 2.444 estão na faixa de 10.001 a 50.000

---

<sup>12</sup> Estes foram os mínimos valores encontrados no trabalho de Figueiredo e Guidugli (2009) para classificar as cidades médias, logo infere-se que as pequenas cidades possuem uma concentração de pessoas inferior a esses dados. Para mais informações consultar o trabalho na íntegra.

habitantes, totalizando 4.957 municípios, que pelo critério populacional são considerados pequenos e em termos percentuais representa, aproximadamente, 89% das unidades político-administrativas municipais brasileiras. Em contrapartida, este universo, representa apenas 33,6% da população total do Brasil. Portanto, 66,4% da população brasileira, encontram-se distribuída em apenas 11% dos municípios brasileiros, ou seja, apresentam população superior a 50 mil habitantes e são as médias e grandes cidades.

O segundo critério de definição, apresentado por Figueiredo e Guidugli (*op. cit.*) diz respeito à ocupação da cidade em um espaço bastante limitado, facilitando as relações econômicas e sociais. Dentro desse contexto, a pequena cidade pode ser definida como:

O agrupamento denso de habitações no interior dos quais todos os deslocamentos, aí incluídos os deslocamentos funcionais, se fazem a pé, cujos limites podem ser atingidos de um ponto qualquer da superfície edificada, em menos de 20 minutos de marcha e onde o recurso para os transportes públicos diz respeito às relações com o exterior (GEORGE, 1968, p.745 *apud* FIGUEIREDO e GUIDUGLI (*op. cit.* p.37).

Essa definição é interessante, porque relata a simplicidade adquirida pelas pequenas cidades, além disso, complementa o critério demográfico, já que quando muitas pessoas moram no mesmo local torna-se improvável os deslocamentos acontecerem apenas a pé – como é o caso das médias e grandes cidades – principalmente devido ao processo de rápida valorização do espaço urbano e a intensa edificação de prédios para diversos fins.

O terceiro e último critério de classificação, apresentado por Figueiredo e Guidugli (*op. cit.*), é o qualitativo que diz respeito ao “nível de desenvolvimento da economia e a sua dinâmica no espaço”, ou seja, delinea as funções exercidas por cada cidade. O referido critério é defendido inicialmente por Santos (1979, p.71), que prefere substituir o termo pequenas cidades, por cidades locais, a fim de extrair a conotação de volume e enfatizar as funções exercidas por cada urbe, neste caso, elas são definidas como “a aglomeração capaz de responder às necessidades vitais mínimas, reais ou criadas, de toda uma população, função esta que implica uma vida de relações”.

Tal definição contribui para a compreensão que todas as cidades podem ser estudadas, já que os pequenos municípios contribuem para o destaque das áreas metropolitanas, seja ao enviar migrantes ou ao necessitar de bens, serviços e informações, produzidas nos lugares de economia mais diversificada. Quando juntos, os pequenos municípios resultam em um território sedento de possíveis análises. Por isso, Soares (2007, p.487) é categórico ao afirmar que:



Analisar a função que as pequenas cidades exercem em seu entorno local frente ao período técnico-científico-informacional é fundamental para o entendimento de sua dinâmica com a cidade média, em nível regional. São essas interações que geram especializações regionais, formando as redes, sejam elas de serviços, comércio, comunicação, transporte, entre outras.

De acordo com o exposto acima, estudar uma pequena cidade é analisar também a formação das cidades médias, mais especificamente, a constituição de especializações regionais, que atraem pessoas de diferentes localidades, ou seja, intensifica fluxos e amplia a comunicação entre as cidades. Os produtos e serviços oferecidos pelos municípios são elementos essenciais para a dinâmica espacial, portanto, independentemente de sua área de influência, as cidades participam da rede urbana, nem que para isso, o seu papel principal seja estar inserida na hinterlândia<sup>13</sup> de outro município.

No mundo contemporâneo globalizado, os lugares mais distantes comunicam-se, principalmente, através de relações financeiras. Grandes, médias e pequenas cidades conectam-se, através das modernizações. Por isso, embora exista hierarquia entre as cidades, todas independentemente de seu porte, “é sob o uso do solo, ou das atividades econômicas que as caracterizam, um espaço de produção não-agrícola (...) e de comércio e oferecimento de serviço” (SOUZA, 2003, p. 27). Destaca-se, sobretudo, o comércio que apresenta formas diferenciadas de acordo com a realidade socioeconômica onde se encontra inserido e acarreta as mesmas implicações em todos os subespaços, sendo a principal delas, gerar fluxos, delineando as áreas centrais e periféricas da cidade.

### **2.1.2 A centralidade das pequenas cidades**

O comércio é responsável por movimentar a cidade, principalmente se esta for pequena, devido a baixa diversificação de atividades econômicas, sobretudo, a ausência de atividades industriais de grande porte. Geralmente, localizado uns próximos aos outros, eles constituem a área dos pequenos municípios que costuma receber um maior número de pessoas no decorrer do dia. Torna-se dessa forma, o centro da cidade, pois os fluxos são intensos quando comparados a outras áreas do município. Na visão de Souza (2003, p.56):

A centralidade de uma cidade (...) é função, acima de tudo, de sua capacidade de ofertar bens e serviços para outros centros urbanos, estabelecendo, desse modo, uma

---

<sup>13</sup> Área subordinada economicamente a um centro urbano (CORRÊA, 2007, p.86).

área de influência. Essa centralidade, portanto, é de natureza acima de tudo, econômica. Uma cidade será tanto mais complexa e possuirá uma posição tanto mais elevada na hierarquia da rede urbana, quanto mais ela possuir essa capacidade de ofertar bens e serviços e capturar uma área de influência maior.

O referido autor, admite que o grau de centralidade está ligado diretamente ao nível da rede urbana e ao desenvolvimento da economia municipal. O que é importante perceber é que as disparidades, quanto ao porte dos municípios, é consequência da desigual distribuição de capital no espaço. Essa característica permite que algumas áreas sejam mais dinamizadas em relação a outras e acontece com mais profundidade nos países que não são desenvolvidos. Por isso, para entender as cidades, deste grupo de países, é necessário lembrar que: “a rede de localidades centrais constitui-se em uma estrutura territorial cuja análise possibilita a compreensão do sistema urbano de países não industrializados ou onde a industrialização se verifica espacialmente concentrada” (CORRÊA, 2005, p.32).

A desigual distribuição de industrialização ocasiona dependência de alguns lugares em relação a outros. Pode-se inferir, com isso, que os lugares não considerados atraentes à reprodução do capital tendem a continuar sem muitos investimentos. Pois os meios de transportes e comunicações oferecem ao consumidor a alternativa de ir buscar os produtos, de menor necessidade básica em outros lugares (dependendo do poder aquisitivo), já que as mercadorias essenciais e cotidianas podem ser encontradas em qualquer forma comercial, como por exemplo: bodegas, feiras, quitandas, mercadinhos entre outros.

Dentro deste contexto, pode-se inserir as pequenas cidades que predominantemente não possuem desenvolvimento suficiente para atrair pessoas de muitos municípios a utilizarem os seus serviços de educação, saúde, lazer e burocrático. Exceto as feiras, que com o dia diferenciado de suas circunvizinhas, em um conjunto de municípios de nível econômico semelhantes é possível delinear uma centralidade, mesmo que semanal, nas pequenas cidades.

Corrêa (2005, p.69), ao analisar as centralidades periódicas, esclarece que as feiras ocorrem em centros de diferentes tamanhos e funções. Deste modo, “quanto menor a centralidade de uma cidade, maior será a importância relativa da feira semanal para a vida urbana”. Essa importância pode ser constatada na modificação da paisagem, que simboliza a cidade como ponto de encontro, lazer, comércio, enfim, como lugar de concentração. Vale salientar ainda que, existe a convivência desta forma tradicional da economia ao lado de lojas equipadas com as tendências criadas no mercado e vastas opções de pagamento em crédito, como: cheques, cartões, duplicatas entre outros.

Embora o comércio seja uma atividade comum entre as pequenas, médias e grandes cidades o fator que as diferenciam é a quantidade e a diversificação dos segmentos e



estabelecimentos, que tendem a ser maiores quanto mais aquecida for a economia municipal. As pequenas cidades, caracterizada pela presença de comércios modestos, passam a apresentar lojas de redes de comerciais. Portanto, com menor intensidade, as cidades locais reproduzem algumas características dos grandes centros urbanos, principalmente quando o assunto é área central e modernização do capital, logo o espaço urbano, independente do porte da cidade, mostra-se aberto a transformações que alteram constantemente a organização espacial do lugar.

## **2.2 O espaço urbano e as pequenas cidades**

Estudar a dinâmica urbana requer um esforço no que diz respeito ao entendimento das diversas realidades socioespaciais existentes nas cidades do Brasil, país não desenvolvido. Entender as várias formas que o urbano se apresenta é um desafio, pois ao mesmo tempo em que a tecnização tende a se espalhar pelo mundo, não são todos os lugares que recebem tal inserção.

O espaço urbano caracteriza-se por diferentes formas justapostas de usos da terra. Estes podem ser destinados a fins: industriais, residenciais, sociais, lazer, saúde, comerciais, serviços e/ou gestão, logo o espaço urbano possui um complexo conjunto de usos da terra – diferenciando a cidade do campo. A cidade capitalista contemporânea é reflexo da sociedade atual, por isso há profundas desigualdades no espaço urbano que resulta na fragmentação e articulação simultânea entre os espaços da cidade (e entre elas) e resulta nos fluxos constantes entre os lugares (CORRÊA, 1993).

A fragmentação existe devido a heterogeneidade na distribuição espacial de pessoas, bens e serviços. Pois, na medida em que algumas cidades possuem baixa quantidade de habitantes e uma economia baseada no setor primário, outras são polos tecnológicos e industriais, havendo, ainda, a possibilidade de geração de renda, através do comércio e do oferecimento de serviços, aliados ao turismo, enfim, o espaço urbano pode ser utilizado para diversas funções, o que vai ser decisivo para a atividade instalada é o capital investido.

Já a articulação é ocasionada pela diferenciação, pois os núcleos urbanos que não possuem determinadas funções tendem a ir supri-las em outros municípios, gerando conseqüentemente, o desenvolvimento de localidades centrais e a integração da rede urbana. Essa situação pode ser exemplificada quando há uma concentração de pequenas cidades e os seus habitantes tem que se deslocarem para uma média ou grande cidade, devido a ausência

de produtos e serviços dispensáveis às necessidades básicas ou considerados de luxo. Por isso, é importante identificar a centralidade assumida por uma cidade e qual a sua influência sob os outros municípios, já que, dependendo de seu raio de alcance, surgem múltiplas ocupações ramificadas nos setores formal e informal.

Santos (2008a), ao analisar as profissões e os empregos nas cidades brasileiras, classifica os artesanatos e os comércios como “profissões menores”, esclarecendo as suas principais vantagens para aqueles que participam destas atividades econômicas, a citar: a) ausência de grande qualificação profissional; b) dispensa de um capital primitivo (principalmente para os que exercem profissões ambulantes); c) grande elasticidade, devido a imobilização mínima de capital, pulverizando empregos e liberando somas utilizáveis em outros setores. Como resultado, tem-se o atendimento das necessidades básicas de consumo para todos que se encontram inseridos neste setor.

Tais profissões ganham ainda mais importância nas pequenas cidades, sobretudo, o comércio ambulante, impresso nas tradicionais feiras livres, típicas da região Nordeste, que oferece trabalho para os desempregados e oportunidade de venda e/ou consumo aos que detêm um mínimo poder aquisitivo<sup>14</sup>. Santos (op. cit. p.66) acrescenta, ainda, que as “profissões menores” “se mantêm sem problemas, mas sem progresso, o que pode ser interpretado como uma sobrevivência num conjunto econômico arcaico”.

Esta realidade, concernente aos países não desenvolvidos, são as atividades econômicas imprescindíveis para a sobrevivência familiar, sendo capaz de impulsionar o crescimento econômico, a partir, do dinheiro gerado pela quantidade de trabalhadores com este perfil. Devido a desigual distribuição de renda e o aumento do desemprego, consequências do avanço capitalista, as pessoas utilizam da criatividade e do pouco capital disponível, para montar uma atividade que garanta o acesso mínimo aos produtos criados diariamente.

### **2.3 As modernizações e o espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana**

Os países subdesenvolvidos têm uma característica inerente a sua historicidade que se manifesta através da compra de máquinas. Considera-se uma industrialização tardia e altamente dependente das metrópoles, devido o pouco capital investido nas pesquisas para

---

<sup>14</sup> Nas feiras de trocas não é necessário o dinheiro em espécie, mas apenas um produto para trocar por outro qualquer de valor semelhante.

desenvolver técnicas de acelerar o processo de produção. Fruto da industrialização das cidades e conseqüentemente do país, o Brasil viveu um grande êxodo rural com o advento das indústrias que disseminou modernizações e novas formas de consumo.

Santos (2008b) chama de modernização o conjunto das inovações características de cada período histórico. Elas são responsáveis por diferenciar dois tipos de espaços: o primeiro é chamado de região “polarizadora” ou centro de dispersão, pois tem a capacidade de executar as transformações e instalá-las em outras áreas que não possuem a mesma técnica. Já o segundo espaço, é chamado de subsistemas subordinados ou sistema “dominado” e são as áreas que recebem as inovações das regiões polarizadoras.

Para tanto, existe uma pressão no local de origem das modernizações (países desenvolvidos) que ocasiona a irradiação das técnicas para as áreas que não a possuem (países subdesenvolvidos). Quando isso acontece, nascem espaços derivados e as modernizações são recriadas. Essa pressão é originada, devido o desejo constante da reprodução de capital. Pode-se afirmar, portanto, que o momento vivenciado pela sociedade é um mosaico das modernizações passadas, assim como a instalação das modernizações atuais, ou seja, é o conjunto das inovações pretéritas e presentes que ocasionam diferentes conseqüências espaciais. Por isso, Santos (op. cit., p.32) afirma que:

Todo espaço conhece assim uma evolução própria, resultado de uma conjunção de forças externas pertencentes a um sistema cujo centro se encontra nos países-pólos e de forças já existentes nesse espaço. Resulta daí a diversidade das condições de subdesenvolvimento e a originalidade das situações para cada lugar.

Os países subdesenvolvidos, ao receber as tecnologias oriundas das potências econômicas, reagem de formas diferentes em cada lugar, pois as forças internas ao se juntarem a reprodução maciça, símbolo da industrialização, resulta em realidades diferenciadas. Esse é o caso das redes comerciais que ao se instalar em cidades de portes diferenciados, qual seja, pequena, média ou grande, insere em níveis distintos, novas formas de consumo (oriundas dos países ricos) em cada subespaço.

Dentro desse contexto, o grau de poder aquisitivo é fator decisivo para as pessoas usufruírem das modernizações, ele aproxima os clientes dos produtos ou o distancia quanto mais refinado for a mercadoria e menor o nível de aquisição do indivíduo. O poder aquisitivo, também, caracteriza diferentes organizações espaciais. Vale ressaltar que os países subdesenvolvidos foram afetados pela industrialização, a partir do momento que houve aumento no número de desempregos. Conseqüência da tecnologia aplicada nestes espaços e

que não foi criada no país, ou seja, as pessoas não tiveram o tempo necessário para se qualificarem ao novo mercado de trabalho, que prioriza o preparo intelectual ao invés do trabalho braçal.

Com isso, muitas pessoas não puderam assumir empregos nesta modernização industrial, devido a ausência de especialização técnica que expulsou uma quantidade significativa de trabalhadores. Afinal, as máquinas passaram a executar a função de muitos homens, porém em menor tempo. Sem falar da agricultura mecanizada, nos grandes latifúndios, que deixou outra parcela da população sem emprego, enquanto os pequenos agricultores, com pouco capital, não puderam absorver a tecnização do campo, por isso, alguns venderam as suas propriedades, tornando-se camponeses proletários e outros passaram a ter apenas poucos hectares e empregar-se temporariamente nas fazendas. Essas ausências de oportunidades nos países subdesenvolvidos ocasionaram:

A existência de uma massa de pessoas com salários muito baixos ou vivendo de atividades ocasionais, ao lado de uma minoria com rendas muito elevadas, cria na sociedade urbana uma divisão entre aqueles que podem ter acesso de maneira permanente aos bens e serviços oferecidos e aqueles que, tendo as mesmas necessidades, não têm condições de satisfazê-las. Isso cria ao mesmo tempo diferenças quantitativas e qualitativas no consumo. Essas diferenças são causa e o efeito da existência, ou seja, da criação ou da manutenção, nessas cidades, de dois circuitos de produção, distribuição e consumo dos bens e serviços. (SANTOS, 2008b, p.37).

O acesso às informações e ao consumo é importantíssimo para a interpretação da organização espacial dos países subdesenvolvidos, porque as pessoas usufruem desses elementos de maneira heterogênea, resultando na construção de dois espaços, diferenciados pelo nível de acesso a tecnologia, ou seja, as recentes modernizações. Nesta realidade, Santos (2008b, p.38) apresenta o circuito superior e o circuito inferior, respectivamente, presentes no espaço urbano:

Um dos dois circuitos é o resultado direto da modernização tecnológica. Consiste nas atividades criadas em função dos progressos tecnológicos e das pessoas que se beneficiam deles. O outro é igualmente um resultado da mesma modernização, mas um resultado indireto, que se dirige aos indivíduos que só se beneficiam parcialmente ou não se beneficiam dos progressos técnicos recentes e das atividades a eles ligadas. Sem dúvida, é necessário distinguir os países de velha civilização urbana daqueles que só conheceram esse fenômeno recentemente ou mesmo muito recentemente. Nos primeiros, o fenômeno da modernidade tecnológica cria estruturas novas que se impõem as estruturas preexistentes nas cidades, provocando sua modificação ao contato com novas realidades. Nos outros, a modernidade tecnológica cria de um só golpe as duas formas integradas de organização econômica urbana. Mas, em todos os casos, o fenômeno dos dois circuitos está presente.

A industrialização é uma modernização que alterou profundamente a vida das pessoas, principalmente nos países subdesenvolvidos que não vivenciaram uma modernização gradual e sim, uma modernização drástica que não amparou todos os trabalhadores fabris. Além disso, os operários tiveram que adaptar-se as máquinas, pois os artigos anteriormente precisavam de muitas mãos humanas. Torna-se perceptível que a indústria não tinha como empregar todos que migraram para a cidade, em busca de uma vida melhor que o campo. Por conseguinte, o comércio informal passa a ser uma alternativa atraente para aqueles que não têm emprego fixo e desejam morar na cidade. Essas pessoas utilizam o tempo ocioso, a criatividade e o pouco capital, (base das atividades do circuito inferior) para montar comércios ambulantes e disseminar produtos semelhantes as lojas.

Sendo a feira livre um dos lugares de concentração desses trabalhadores, é aí que os cidadãos de menor poder aquisitivo veem a possibilidade de consumo, mediante a grande presença de vendedores, que ocasiona menores preços (lei da oferta e da procura). Assim, mesmo o cidadão não conseguindo adquirir um determinado produto em uma loja, este artigo poderá ser adquirido na feira, constituído de forma semelhante e material mais fraco. Portanto, o comércio mostra-se como uma alternativa de renda, para aqueles que estão fora do mercado de trabalho e independentemente do porte, este garante a troca não apenas de mercadorias por capital, mas proporciona a interação de relações sociais, sendo responsável por originar fluxos que alteram a dinâmica do lugar.

## **2.4 O comércio e as transformações espaciais**

O hábito de trocas entre os seres humanos é antigo e baseava-se de acordo com a necessidade da sobrevivência humana. Nesse contexto, uma pessoa fornecia o que tinha em excesso e recebia aquilo que não dispunha. O comércio atual é a otimização desta pretérita relação de trocas, onde o marketing contribui para o sentimento de bem estar humano, através do estímulo ao consumismo. Desta forma, ao adquirir produtos e serviços, o consumidor atende as necessidades, que podem ser reais ou criadas. Neste último caso, as compras alimentam exclusivamente, os desejos oriundos das propagandas, impulsionando, na sociedade, a cobiça de participar de um status social ao usar determinados produtos das empresas requintadas.

Resultado do desenvolvimento capitalista, a disseminação de inovações e a rápida difusão de informações ampliaram profundamente o consumo, porém esta regalia não atinge a

todas as pessoas de modo homogêneo. Diante disso, Santos (2008c, p.71) esclarece que a pobreza absoluta (incapacidade que o ser humano tem de adquirir quaisquer produtos e serviços) assume atualmente uma derivação, chamada de pobreza relativa e “leva a classificar os indivíduos pela sua capacidade de consumir, e pela forma como o fazem”. Nesta realidade, as atividades do circuito inferior surgem e mantêm-se, pois embora todas as pessoas não tenham como adquirir as recentes modernizações, o desejo ao consumo é sempre estimulado. Então, de acordo com o poder aquisitivo, as pessoas saciam suas necessidades (reais ou criadas) nos comércios, seja ele formal ou informal.

No tocante as pequenas cidades, o comércio além de uma atividade econômica apresenta-se como um importante viés de interpretação espacial ao diferenciar as localidades. Essas diferenciações, diz respeito, aos fluxos intensos das áreas comerciais em relação as residenciais. Dentro desse contexto, o centro da cidade é supervalorizado devido a permanência de funções municipais singulares, como o setor de serviços. Salgueiro e Cachinho (2009, p.09) reconhecem as características comerciais das pequenas cidades e afirmam que:

Quando os consumidores escasseiam, como acontece em lugares isolados e muito pequenos, o comércio desaparece ou limita a sua presença a funções mais básicas, de uso cotidiano. As restantes, aquelas que oferecem bens e serviços de aquisição ocasional, são disponibilizadas pelos vendedores ambulantes, ou então pelas feiras e mercados, verdadeiros centros comerciais temporários, de periodicidade e área de influência variável (SALGUEIRO; CACHINHO, p. 09, 2009).

Esta é a realidade de Juazeirinho, apresenta um modesto comércio que viabiliza aos munícipes o suprimento de necessidades básicas. Seu comércio local exerce centralidade de pequeno raio de distância e é exatamente esta área que se destaca das demais, por ser valorizada através da função comercial. Com a presença da feira livre, este pequeno espaço comercial se dilata e a cidade apresenta mais formas de vendas. Há intensa aglomeração de pessoas e a paisagem altera-se periodicamente, modificando o lugar, de calmo para agitado.

Por outro lado, nas áreas periféricas, os habitantes sentem menos essa transformação, devido a distância em relação ao centro. Outra importante alteração urbana é o oferecimento de produtos que diariamente o município não possui ou possui com menos intensidade, havendo, dessa forma, uma pluralidade nos preços e mercadorias e maior oportunidade de venda e compra à todos que se dirigem ao espaço comercial juazeirinhense. Logo, cidade e comércio tornam-se praticamente sinônimos, pois convivem concomitantemente e necessitam um da presença do outro. Dentro desse contexto:

O comércio faz parte da razão de ser cidade. Viabiliza a sua existência, explica a sua organização e justifica muito do movimento e animação que nesta acontece. Por meio do comércio e dos lugares onde este se exerce, as pessoas satisfazem necessidades, realizam desejos, veicula-se informação, difundem-se inovações, criam-se laços de sociabilidade. Em suma, no comércio reside o verdadeiro embrião da vida urbana naquilo que esta pressupõe de interação, de troca em sentido lato e de produção de inovação. (...) O comércio faz cidade ao atrair clientes e mercadorias, ao vivificar determinadas áreas e precipitar o declínio de outras, mas a sua evolução, do ponto de vista econômico e espacial, é também influenciada pelas mudanças da sociedade, a transformação dos valores e estilos de vida, a evolução dos aglomerados e as metamorfoses da estrutura urbana (SALGUEIRO; CACHINHO, p. 10, 2009).

De acordo com o exposto acima, o comércio é importante para uma cidade, pois proporciona além do consumo, lazer, inovação, interação social, ou seja, prazer aos que usufruem dos lugares de consumo, responsáveis por movimentar a cidade. Pode-se inferir, deste modo, que quanto mais aquecido for o comércio de um município, mais intensas serão as relações urbanas. Influenciando e sendo influenciado, o comércio se apresenta modificando constantemente o espaço. Com isso, as formas comerciais não são unicamente meios de reprodução do capital, mas interferem na dinâmica do lugar.

O comércio exerce uma força de transformação extraordinária no espaço urbano, sobretudo, das pequenas cidades. Através do circuito superior, com os grandes empresários e pelo circuito inferior ao injetar dinheiro nas demais atividades econômicas. A feira livre, por sua vez, intensifica as interações citadinas adormecidas pela dinâmica dos pequenos centros urbanos e altera de modo repentino a paisagem, com a montagem de bancos nos principais logradouros da cidade, bem como, a aglomeração de pessoas.

Portanto, o comércio, sendo o meio de reprodução do capital, torna-se uma atividade importantíssima para a economia de todos os países. Destacando-se ainda pela presença nas cidades, independentemente de seu porte. Sendo ela grande, média ou pequena, o comércio constitui-se elemento integrante da organização espacial nas diversas realidades urbanas brasileiras.

### **3 O ESPAÇO COMERCIAL DE JUAZEIRINHO: A DINÂMICA DOS COMÉRCIOS FIXO E PERIÓDICO DE CONFECÇÕES**

#### **3.1 A pesquisa de campo**

A presente pesquisa caracteriza-se como estudo de caso por analisar em um município de pequeno porte a convivência de duas formas comerciais distintas, sendo uma fixa<sup>15</sup> e outra periódica. Os dados obtidos foram predominantemente quantitativos, devido à necessidade de caracterizar ambos os comércios, bem como seus responsáveis. Porém, de maneira sucinta, as falas dos respondentes, também, encontram-se presente a fim demonstrar a percepção dos feirantes e lojistas, sobre a convivência destas duas formas de organização comercial.

Os feirantes possuem bancos e instalam o seu comércio uma vez por semana, já os lojistas são os responsáveis dos estabelecimentos que vendem confecções e encontram-se no bairro Centro, localizados junto ou próximo à feira livre. Optou-se denominá-los de grupo 1 e grupo 2, respectivamente, para visualizar melhor as informações. Todavia, vale ressaltar, que foram considerados, apenas os estabelecimentos formais, ou seja, que possuem Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), a fim de se fazer, também, uma comparação entre o comércio formal e informal nas pequenas cidades. Por isso, descartaram-se as lojinhas que se encontram no Centro da cidade, mas estão instaladas, de forma improvisada, em um cômodo da casa, como área ou sala, por exemplo. Elas não dispõem de estrutura de estabelecimento comercial, nem detém CNPJ, apresentando, simultaneamente, características dos dois comércios e resultando em um terceiro tipo, o qual não será estudado neste trabalho.

Os bancos de confecções podem ser encontrados, exclusivamente, no dia da feira, entre 20 a 30 unidades, dependendo da época do ano. Assim, em março de 2010, 20 feirantes participaram da pesquisa garantindo a veracidade das informações. Já os estabelecimentos, correspondem a 08 unidades – sendo 5 lojas (estilo boutique), 1 supermercado e 2 malharias<sup>16</sup> –, sua amostragem foi de 05 estabelecimentos, o que em termos percentuais totaliza 62,5% das lojas.

---

<sup>15</sup> A palavra fixo, neste trabalho, é utilizada para designar os comércios que possuem estabelecimentos e mantêm o horário de funcionamento determinado. Situação oposta aos feirantes, que trabalham de cidade em cidade e assume, portanto, em cada município visitado, o caráter de comércio semanal, ou seja, periódico. Desta forma, não deve ser interpretado em seu sentido literal, isto é, “que não se altera, constante, permanente” (DICIONÁRIO PRIBERAM, 2012).

<sup>16</sup> É um tipo de estabelecimento formal que oferece peças de vestuário com qualidade e preço semelhante as da feira livre.



Contudo, foram escolhidos os seguintes procedimentos metodológicos: revisão bibliográfica, observação *in loco*, registro fotográfico e aplicação de questionários semiestruturados. Os dados quantitativos foram analisados, através de percentagem e transformados, posteriormente, em gráficos e tabelas, no Programa Excel, enquanto as respostas qualitativas foram tratadas através de análise do discurso.

No que concerne a coleta de dados aconteceu em dois dias distintos: para o grupo A foi destinado uma manhã no dia da feira, horário em que estão na cidade, já o grupo B participou da pesquisa no turno da tarde, no momento em que não tinha feira, sendo o horário de menor movimento no comércio local. Tais horários diferenciados objetivaram a maior participação do público alvo, pois no dia da feira, o aumento do número de vendas nos estabelecimentos dificultaria a participação na pesquisa.

### **3.2 A feira livre e o espaço comercial de Juazeirinho**

Juazeirinho surgiu a partir da feira livre, uma antiga e importante atividade do circuito inferior no Nordeste brasileiro. Apresenta-se na terça-feira, mesmo dia de sua criação e que se diferencia de suas circunvizinhas. Como cidade de pequeno porte, suas funções não alcançam grande raio de influência, por isso, no dia da feira os fluxos transformam ciclicamente a paisagem deste lugar. Tais transformações começam no dia anterior, quando na manhã de segunda-feira, as ruas que recebem o segmento de hortifrúti, já estão preenchidas pelas bancas de madeira.

Ao entardecer chegam alguns destes feirantes que arrumam as suas lonas no chão e depositam as suas mercadorias. Neste momento, já começam as primeiras vendas. Os feirantes pernoitam nos seus próprios veículos, até que, por volta das três horas, a movimentação inicia-se: é ligado o som de carros e o converseiro tende a aumentar a medida que o dia amanhece. A partir de então, vai se acumulando a cada minuto mais feirantes. Ao amanhecer, eles já estão instalados em seus respectivos pontos e o comércio local, quando abre as portas, tem o dia de funcionamento diferenciado, sem o fechamento para o almoço<sup>17</sup>.

Os vestígios da feira livre são retirados apenas no dia seguinte, quando os profissionais da limpeza urbana recolhem os resíduos, resultantes deste movimentado dia da cidade. A cena, bastante comum para quem reside em Juazeirinho, esconde as riquezas das

---

<sup>17</sup> Nos demais dias de funcionamento comercial, os estabelecimentos fecham as portas entre 12:00 às 14:00hs.

singularidades presente no espaço comercial das pequenas cidades, que apresenta formas comerciais de naturezas distintas, isto é, periódica e fixa. Portanto, em meio às redes de comércio, boutiques e malharias presentes nesta cidade, os bancos de confecções têm a sua participação garantida no dia da feira. Desta forma, enquanto o espaço comercial passa a ser dividido entre os comerciantes, os clientes têm as opções de produtos multiplicadas.

Segundo Pintaudi (2009, p, 58): “As formas comerciais colaboram com a metamorfose da forma urbana, que se torna fluida, atendendo as necessidades da reprodução do capital”. No caso desta pequena cidade, essa fluidez é impressa no recebimento da feira livre semanal e mediante a instalação das lojas que oferecem comodidade e oferecimento diário dos produtos. Com isso, o espaço urbano juazeirinhense transforma-se, rapidamente e lentamente, no primeiro caso, devido as alterações intrínsecas a feira e no segundo caso, devido a pouca quantidade dos estabelecimentos. Tudo isso, gira em torno de um único motivo: o consumo, que supre as necessidades humanas e alimenta o capitalismo contemporâneo.

Tal consumo não é garantido de forma igualitária a todos os seres humanos, por causa das heterogeneidades de poder aquisitivo na sociedade. Diante disso, cada povo tende a desenvolver formas de adquirir produtos e serviços para o cotidiano. No caso do Nordeste, os municípios dispõem das tradicionais feiras que reúnem produtos diversos. Ela ao se unir com o comércio local atribui mais funções ao espaço urbano da pequena cidade e amplia, conseqüentemente, os lugares de consumo. Costa, (2009, p.88) em seus estudos sobre a feira de Campina Grande afirma que:

Numa sociedade capitalista que tem no consumismo desenfreado a tônica de sua existência, a Feira tem que surpreender pela capacidade de reaproveitamento e de longevidade que ainda consegue atribuir aos objetos. Qualquer olhar mais atento sobre esta inércia dinâmica, representada pela Feira, será uma viagem num universo de descobertas.

Embora, a realidade pesquisada pelo referido autor, seja distinta da presente pesquisa, haja vista que, Campina Grande é uma cidade média, portanto, insere-se em outra configuração espacial, esta reflexão coincide com a realidade local, pois a capacidade que a feira tem de surpreender é impressionante. Onde pode ser encontrado produtos que dificilmente seriam localizados nas lojas e, sobretudo, pela capacidade de imitar as roupas propagadas constantemente nos meios de telecomunicações. É reproduzido, inclusive, manequins para agregar valor a mercadoria e incitar o consumo. A Figura 04 apresenta a feira livre com modernas maneiras de mercadejar.

**Figura 4: Banco de confecções com manequins expondo mercadorias**



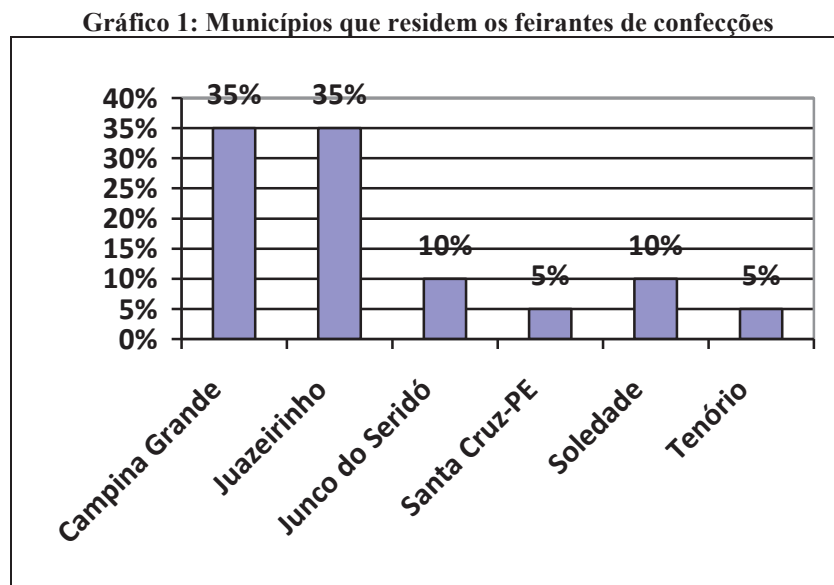
Pesquisa de campo, 2012.

A figura acima apresenta uma tática moderna de angariar clientes: os manequins, objeto típico das lojas, no meio da rua. Observa-se ainda que, é apresentado várias maneiras de expor os produtos, desde os mais em conta, como as ombreiras de plástico até os manequins meio-corpo e corpo inteiro. A lona, por sua vez, não nega o pouco capital investido na manutenção do comércio. A feira ao modificar o espaço urbano não altera apenas as formas espaciais, nem oferece simplesmente produtos mais em conta, mas proporciona o oferecimento de peças similares, que visualmente cumprem a mesma função dos modelos de lojas.

Costa (2009, p.82) observa a disparidade presente, sobretudo, nos países subdesenvolvidos e admite que: “O próprio consumo é uma faca de dois gumes, porque corrompe, mas também faz descobrir a impossibilidade de sua fruição completa, já que o sistema está sempre descobrindo novos objetos, novas fontes de desejos”. Estes desejos e objetos que não são apenas roupas, mas compreende uma diversidade de bens e serviços, pressiona a sociedade a consumir constantemente. Por isso, tantas criações e mercados que crescem cada vez mais. Ao surgir, os novos produtos não aparecem apenas no comércio formal, mas surgem do mesmo modo nos comércios informais, por conseguinte nas feiras que abrem espaços para diversas opções de consumo.

Esta cíclica atividade econômica amplia o espaço comercial e possibilita que não apenas os juazeirinhenses desfrutem desta antiga atividade comercial, mas como a feira é um espaço aberto à todos que desejam comprar e vender, é possível encontrar pessoas de outros municípios. Situação menos flexível aos responsáveis dos estabelecimentos que necessita de horário estabelecido de funcionamento, por isso, 80% do grupo 2 reside em Juazeirinho e possui apenas uma loja e apenas 20% mora em Campina Grande e mantém mais dois estabelecimentos de confecções no Agreste paraibano (uma em Campina Grande e outra em Esperança).

Observa-se, desta forma, que a feira delinea semanalmente fluxos de comerciantes, fator este que pode auxiliar a compreensão da centralidade cíclica, falada anteriormente. Dentro deste contexto, Corrêa (2007, p.86), define localidade central como: “uma cidade comercial servindo a uma zona rural e as cidades menores”. O Gráfico 1 apresenta as localidades de moradia dos feirantes de confecções:



Pesquisa de campo, 2010.

O Gráfico 1 apresenta seis municípios onde os feirantes residem. Junco do Seridó (10%), Soledade (10%) e Tenório (5%) totalizam 25% do Grupo 1. Estes municípios fazem divisa com Juazeirinho, logo os trabalhadores têm custos de transporte reduzidos, devido a proximidade com a cidade da pesquisa.

Embora o número de localidades das residências dos feirantes seja reduzido, se comparados ao total de respondentes (20 pessoas), é importante ressaltar duas cidades que são destaques no cenário regional contemporâneo: Campina Grande e Santa Cruz. A primeira ao

apresentar a mesma quantidade de feirantes de Juazeirinho (35%), possibilita refletir a atração mútua (média cidade – pequena cidade) exclusivamente no dia da feira. Tal interpretação é possível a partir do momento que esta pequena cidade recebe semanalmente pessoas de uma média cidade, para compartilhar os benefícios econômicos de um núcleo menor. Principalmente pelo fato de Campina Grande ser a principal cidade média que influencia Juazeirinho, sendo forte a quantidade de pessoas que se deslocam diariamente para este importante centro regional.

Costa (2003) explica que Campina Grande ao receber os impactos do meio técnico-científico-informacional, não sofreu prejuízo em sua área de influência, havendo apenas a alteração do principal motivo que constituía a sua hinterlândia, isto é, o destaque comercial que houvera foi substituído pelas novas funções, principalmente no âmbito de oferecimento de serviços especializados, como saúde e educação, que impreterivelmente requer a presença das pessoas no espaço campinense, portanto, origina fluxos diários. Diferentemente do comércio onde, hoje, as mercadorias podem ser solicitadas e recebidas sem a necessidade de contato direto entre cliente e empresa. Assim, as pessoas que anteriormente tinham que se deslocar até esta importante cidade paraibana, para fazer as trocas comerciais, atualmente tem condições de adquirir produtos mais distantes, através dos modernos meios de comunicações e transportes.

O comércio se moderniza, principalmente os estabelecimentos formais, entretanto a feira livre ainda carece da presença dos feirantes e clientes para realizá-la. Campina Grande é o local de moradia de aproximadamente um terço dos feirantes, observa-se que a função comercial, exercida no passado, embora tenha perdido a sua importância para outras funções, mantém esta atividade não apenas no seu espaço intra-urbano, mas fornece comerciantes para outras cidades, como Juazeirinho. Ressalta-se que esta integração entre municípios foi possível, mediante o desenvolvimento dos transportes, que possibilitou deslocamento na rede urbana, pois a percentagem campinense ultrapassa as cidades circunvizinhas que é mais perto do ponto de vista da quilometragem. Este fato faz reforçar a ideia que as atividades econômicas são decisivas para os fluxos urbanos e que:

A infraestrutura de transportes e de comunicação condiciona os fluxos de pessoas, mercadorias e informações e direciona as trocas comerciais em todas as escalas. A cada atividade correspondem, portanto, uma temporalidade e uma espacialidade que se manifesta concretamente no espaço (RIO, 2012, p.156-157).

Com isso, a cada atividade econômica instalada são estimulados diferentes fluxos e distintas transformações espaciais, que vão recriando o espaço comercial e remontando a

paisagem urbana. A globalização, ao difundir modernizações pela superfície terrestre, propõe fluxos mais intensos. Tais fluxos são reflexos da economia de cada município e caracterizam, portanto, o nível de aquecimento da economia. Para economias mais aquecidas, fluxos intensos e mercado diversificado, para economias menos aquecidas, fluxos calmos e muitas vezes periódicos. Esta é uma característica do espaço comercial de Juazeirinho, pois a feira torna-se o principal fator de fluxos intensos e acarreta consequência ímpar no espaço urbano desta pequena cidade.

Ao observar a dinâmica da rede urbana<sup>18</sup> atual, não existe mais obrigatoriamente, a dependência gradativa de níveis de hierarquia, referentes ao modelo tradicional, na qual o núcleo urbano menor (vila) depende, principalmente, da cidade mais próxima e apenas em última instância da metrópole nacional. Diante das inovações da globalização, a rede urbana muda o seu comportamento, já que o espaço tende a ser vivenciado, de acordo com o poder aquisitivo das pessoas. Neste contexto, a parcela da população mais abastada amplia a sua mobilidade territorial, refletindo diretamente nos fluxos e alterando as relações entre as cidades (SANTOS, 1988). Portanto, “hoje, uma cidade pode não manter intercâmbio importante com a sua vizinha imediata e, no entanto, manter relações intensas com outras muito distantes, mesmo fora de seu país” (Ibid. p.49).

Este fato pode explicar a ausência de feirantes de confecções dos municípios mais próximos de Juazeirinho, ou seja, das pequenas cidades do Seridó, Cariri e Curimatau paraibano e ser identificado pessoas de até mesmo outro estado, como Pernambuco, por exemplo. Corrêa (2005, p.94) lembra a principal função da rede urbana que é “através de interações sociais espacializadas, articular toda a sociedade numa dada porção do espaço, garantindo a sua existência e reprodução”. E, como em períodos de efervescência da globalização, a existência humana requer fluxos intensos, nos diversos pontos da superfície terrestre, os nós, isto é, os centros urbanos, exercem o papel da materialização das articulações.

Portanto, o dia da feira, serve também, para evidenciar o nó desta pequena cidade, com a presença de pessoas de municípios limítrofes, mas também com a presença igualmente de representantes de centros regionais como Campina Grande e Santa Cruz. Com isso, ao ampliar a distância de deslocamento dos feirantes, amplia consequentemente a centralidade assumida por esta cidade no dia da feira, caracterizando desta forma, uma centralidade cíclica.

---

<sup>18</sup> Corrêa (2005, p.94), define a rede urbana, como um tipo específico de rede em que os nós são os “diferentes núcleos de povoamento dotados de funções urbanas, e os caminhos ou ligações os diversos fluxos entre esses centros”. Em outras palavras é o “conjunto de centros urbanos funcionalmente articulados entre si”.



Neste caso, é através de uma atividade econômica antiga que a pequena cidade, objeto da pesquisa, atrai pessoas para o seu interior e movimentam a rede urbana brasileira.

Corrêa (2005) admite que a complexidade genética da rede urbana brasileira é fruto da convivência de cidades criadas em tempos discrepantes. Por isso, deve-se interpretá-la, a partir das especializações funcionais, onde cada centro participa concomitantemente de no mínimo duas redes, sendo uma referente a localidades centrais e a segunda rede, complementa os demais centros. Diante do exposto, Juazeirinho no caso das localidades centrais, exerce pouca influência ao seu redor, porém esta cidade se relaciona com as demais, a partir de trocas imprescindíveis do mundo cotidiano, ou seja, ao precisar de mercadorias, serviços e informações.

Embora tenha sido identificada apenas uma pessoa (5%) do Grupo 1, que reside em outro estado, é importante destacá-la e por conseguinte, ser levado em consideração, o fato da pesquisa ter acontecido exclusivamente em um segmento da feira, que são as confecções. Possivelmente, outro resultado seria, se estivesse sendo trabalhados todos os comércios de naturezas diferenciadas. Assim sendo, o que deve ser destacado é a importância que este pequeno município recebe no dia da feira, pois os feirantes são trabalhadores sem uma rota fixa, eles escolhem de acordo com os critérios particulares, aonde ir em cada dia de trabalho. E neste caso, o fato de Juazeirinho receber uma pessoa de Santa Cruz é significativo, pois este é o ponto de abastecimento da maioria dos feirantes, conforme pode ser visto no Quadro 2, que mostra, também, os pontos de abastecimento do Grupo 2.

**Quadro 02 - Origem das mercadorias vendidas pelo público alvo da pesquisa**

<b>Grupo 01</b>		<b>Grupo 02</b>	
Localidade	Quantidade	Localidade	Quantidade
Santa Cruz-PE	17	São Paulo	03
Caruaru-PE	09	Pernambuco	02
Toritama-PE	07	Santa Catarina	02
Campina Grande-PB	01	Rio Grande do Sul,	01
Fabricação própria	01	Goiás, Bahia e Paraíba	

Pesquisa de campo, 2010.

O Quadro 2, ao apresentar a origem das mercadorias, mostra que 17 feirantes compram em Santa Cruz, o que em termos percentuais representa 85% dos respondentes. Esta alta percentagem simboliza a forte influência do mercado pernambucano de confecções, que é conhecido no Nordeste inteiro, assim como no Brasil. Dessa forma, se comparado com a pequena quantidade de feirantes santacruzenses em Juazeirinho, ainda pode ser destacado os

5% obtidos, pois se existe o deslocamento de um estado para outro, é porque há viabilidade de retorno financeiro.

A compra das mercadorias, também requer fluxos urbanos que se diversificam para outros municípios pernambucanos, como Caruaru e Toritama, gerando o deslocamento de 09 pessoas e 07 pessoas, respectivamente. Ressalta-se, portanto, que os feirantes adquirem pessoalmente os produtos, pagam em espécie e os trazem consigo, após efetivação da compra. Esses passos são características pertencentes ao circuito inferior e aponta o trabalho intensivo para manter o comércio ambulante, compreendido desde o deslocamento pessoal para comprar as mercadorias, até a montagem e desmontagem dos bancos<sup>19</sup>.

Para Santos (2008), o trabalho é o fator principal do circuito inferior e o comércio ocupa uma parcela considerável da população não empregada, já que para entrar nesta atividade é necessário apenas: uma pequena quantidade de dinheiro, pouca ou nenhuma experiência, sendo fácil escapar dos impostos. Contudo, não se pode esquecer, que a partir do momento, que tais deslocamentos acontece, estas pessoas põem em risco a própria vida, motivo este, comentado pelos respondentes do grupo 2 ao ser perguntado onde as confecções eram compradas.

Observa-se no Quadro 2 que o referido grupo compra as mercadorias em estados mais distantes e distintos. As compras são realizadas através de pedidos – feitos aos representantes comerciais, que visitam as lojas em períodos pré-estabelecidos e deixam, inclusive, contatos como telefone e e-mail – exceto algumas mercadorias vindas de São Paulo, pois os responsáveis dos estabelecimentos viajam para escolher os produtos que chegam à Juazeirinho através de transportadoras. Diferentemente dos feirantes, eles não trazem logo as mercadorias, provavelmente pela inviabilidade de locomover-se com o grande volume de compras.

Portanto, embora, ambos os comerciantes viagem para efetivar as compras, há diferenças na mesma ação, começando pelos destinos, que solicitam transportes mais eficazes. Pernambuco, por ser mais próximo, é feito de carro, enquanto São Paulo, por ser mais distante, requer o avião, que reduz o tempo de percurso. A redução de percurso e a ampliação da rota de destino são reflexos do capital empregado na forma fixa, enquanto a diversidade de pagamento das mercadorias é possibilitada mediante o caráter formal dos estabelecimentos.

---

<sup>19</sup> A Prefeitura Municipal dispõe de bancos de madeira para os feirantes, porém, no segmento de confecções, geralmente cada comerciante possui o seu banco de ferro, instrumento desmontável, que faz parte do material de trabalho.



Nesse sentido, o Grupo 2 afirmou que as principais formas de pagamentos são: cheque pré-datado (60%), cartão de crédito (40%) e duplicata (60%), modernização que o dinheiro assumiu para facilitar as transações financeiras e que atinge, conseqüentemente, os clientes. Por isso, foi perguntado quais eram as formas de vendas, utilizadas nas lojas de confecções. De acordo com dados da pesquisa, além do dinheiro em espécie (igualando a feira), 100% vende no cartão de crédito, 80% vende no crediário ou promissória<sup>20</sup> e 20% vende no cheque.

Esta pluralidade de formas de pagamentos, tanto no ato da compra quanto no ato da venda, é garantida pelo CNPJ, que viabiliza caráter formal ao empreendimento. Os feirantes, assim como os demais participantes do circuito inferior, devido a burocracia e alto custo que envolve a manutenção de empreendimentos formalizados, não usufruíam dos benefícios da Pessoa Jurídica, quando em 2008, o então presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, sancionou a Lei Complementar 128/2008 que instituiu o Programa Empreendedor Individual garantindo o direito de formalização aos pequenos empreendedores, com menos burocracia e custos, além da possibilidade de obtenção de créditos (BRASIL, 2012).

O Programa Empreendedor Individual pode contribuir para modificar a compreensão dos dois circuitos da economia urbana, pois os pequenos empreendedores que, antes de 2008, eram vistos como informais, têm a possibilidade de legalizar-se, como por exemplo: artesão, barbeiro, carroceiro, cozinheiro, costureiro, engraxate, jardineiro, pedreiro, pipoqueiro, queijeiro, reciclador, sorveteiro ambulante, vendedor ambulante de produtos alimentícios, entre outros. No caso dos feirantes, que desejam enquadrar-se no programa, seria como: comerciantes de artigos do vestuário e acessórios.

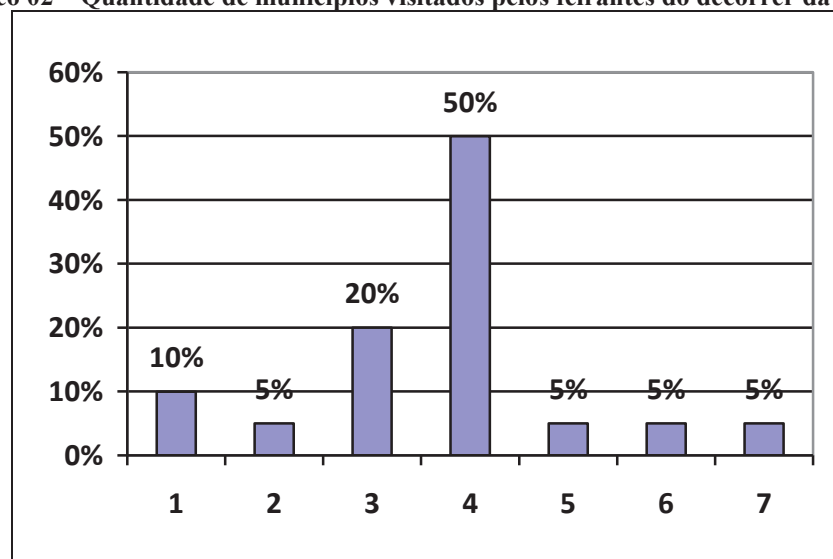
Nesse cenário, uma nova conjuntura forma-se e concede CNPJ aos pequenos empreendedores, que passa a ter o privilégio de comprar e vender a instituições que necessitam de nota fiscal. Além disso, cessa os maiores prejuízos do trabalho informal, que são a ausência da previdência social e a impossibilidade de créditos para ampliar o negócio. Talvez, pela pouca difusão do programa ou pelo costume do dia-a-dia do feirante, políticas como esta, tenha conseguido, ainda, um baixo número de usuários, se comparados com a quantidade de trabalhadores informais existentes no Brasil.

---

<sup>20</sup> Estes termos são utilizados para designar a venda que não acontece por dinheiro, tampouco sob as demais formas de modernizações que o capital assume. Todavia é imprescindível destacar que a nota promissória requer obrigatoriamente a assinatura do devedor, torna-se desta forma, uma dívida com conotação de formalidade, o que não acontece obrigatoriamente no crediário, também chamado de vale ou cadastro e que em alguns estabelecimentos (dependendo do conhecimento que o cliente tenha com o dono da loja) não requer a assinatura do devedor. A confiança que ambos tem é suficiente para liberar os produtos necessários. Situação semelhante foi encontrada por Diniz (2009) ao analisar as bodegas em Campina Grande.

Partindo para o campo de análise, os feirantes, símbolo da informalidade, ainda não são usuários do Empreendedor Individual, por isso carrega as características do circuito inferior. Foi perguntado ao grupo1 quem exercia outra atividade econômica, além do trabalho ambulante. Para tanto, apenas 20% declararam ter uma segunda ocupação, sendo 15% na agricultura e 5% com vendas na própria residência, enquanto 80% afirmaram trabalhar somente em feiras livre. Assim, para cobrir os gastos mensais familiares é necessário fazer várias feiras no decorrer da semana, logo foi questionado quantas feiras eram realizadas semanalmente. As respostas encontram-se no Gráfico 2.

**Gráfico 02 – Quantidade de municípios visitados pelos feirantes do decorrer da semana**



Pesquisa de campo, 2010.

O gráfico acima apresenta os dias de trabalho dos feirantes, ele mostra que apenas 10% fazem exclusivamente a feira de Juazeirinho, provavelmente devem ser munícipes que tem outra ocupação no decorrer da semana. Além disso, 50% trabalham em quatro cidades e 20% viajam por três cidades. Não se pode deixar de ressaltar os feirantes, que declararam ir a cinco, seis e sete cidades, embora juntos, representem apenas 15% juntos, é interessante destacá-los porque mostra o cotidiano exaustivo destes trabalhadores, que mantém uma rotina de movimentos pendulares e conhecem o espaço comercial de distintas cidades.

Em suma, 65% viajam no mínimo quatro dias na semana e 80% exerce somente o trabalho ambulante. Nesse sentido, a feira livre mostra-se uma alternativa tão interessante de renda, para aqueles que se encontram desempregados, que o trabalhador tem acesso a qualquer município. Basta escolher as mercadorias, o destino e a data, passos necessários,

para carimbar o passaporte de vivenciar distintas realidades urbanas. Costa e Cleps (2003, p.09) reconhecem o cotidiano dos feirantes e caracteriza-o de trabalho itinerante:

Exercer o trabalho ambulante nas feiras representa uma saída para aqueles que estão desempregados e procuram uma forma de garantir sua sobrevivência. Um dos traços marcantes do feirante ambulante é a sua itinerância, pois no espaço da feira circula de um lado para outro.

Esta circulação, realizada pelos feirantes, refere-se a destinos diversos, pois na grande maioria dos municípios paraibanos, a feira é uma atividade presente e os dias, desta atividade econômica, coincide em alguns municípios. Diante disso foi perguntado ao grupo 1, quais são as demais feiras visitadas, as respostas encontram-se no Quadro abaixo:

**Quadro 03 – Demais feiras visitadas pelo grupo 1**

Municípios	Quantidade	Municípios	Quantidade
Seridó	14	Alagoa Nova	01
Cubati	09	Sumé	01
Soledade	04	Boa Vista	01
Esperança	04	Livramento	01
Barra de Santa Rosa	03	Taperoá	01
Pedra Lavrada	03	Várzea	01
Equador-RN	02	Santa Luzia	01
Tenório	01	Puxinanã	01
Junco do Seridó	01	Pocinhos	01
Betânia-PE	01	Remígio	01

Pesquisa de campo, 2010.

O Quadro 3 mostra 20 municípios visitados pelo grupo 1. As informações contidas nele, complementam ainda, os dados dos Gráficos 1 e 2, pois abrem um leque de destinos assumidos pelos feirantes no decorrer da semana. Tais comerciantes dividem-se para usufruir o espaço comercial de várias cidades, daí a pluralidade de municípios obtida, fruto da coincidência de dias de feiras. Um fator interessante é que, embora haja 35% de pessoas residentes em Campina Grande, essa cidade não aparece no quadro acima. Seus comerciantes escolheram migrar para as cidades próximas deste centro regional, como: Esperança, Puxinanã, Remígio e Pocinhos.

É importante lembrar que com o desenvolvimento dos meios de transporte, bem como a disseminação de rodovias e automóveis, as distâncias são percorridas mais rápido. Nesse contexto, Seridó (limítrofe a Juazeirinho) possui a maior visitação, com 14 respondentes (70%). Entretanto, não há nenhum feirante residente neste município – situação oposta a

Campina Grande. Em segundo lugar está Cubati, (limítrofe com Seridó) que recebe nove feirantes (45%). No Quadro 3 surge, ainda, o estado do Rio Grande do Norte, representado pelo município de Equador, provavelmente deve ser algum feirante de Junco do Seridó ou mesmo de Juazeirinho. Para melhor entendimento, abaixo encontram-se o dia de algumas feiras apontadas pelo grupo 1.

**Quadro 04 – Algumas feiras visitadas pelos respondentes do grupo 1**

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
Equador –RN Junco do Seridó Pedra Lavrada	Soledade Puxinanã		Seridó	Barra de Santa Rosa Tenório		Cubati Esperança Alagoa Nova Taperoá Santa Luzia Pocinhos Boa Vista

Fonte: Pesquisa direta, 2012.

O Quadro 4, embora não traga todos os municípios citados pelos feirantes, mostra os dias semelhantes de 15 deles. O sábado destaca-se ao apresentar a maioria dos destinos, bem como, o segundo município mais visitado (Cubati). Além disso, exhibe cidades próximas a Campina Grande, que pode ser considerado o motivo da desistência de trabalhar no mesmo lugar de moradia e ir buscar consumidores fora. Já a quarta apresentou, apenas a feira de Seridó, mais escolhida entre o grupo 1. A terça e a sexta não apresentaram nenhuma correspondência, portanto, mesmo com pequena amostragem é possível identificar o espaço comercial aberto a visitas.

Nesse cenário, os fluxos diversificam-se a cada passo investigado dos comerciantes de confecções. Inicialmente apenas com os locais de moradia e pontos de compra. Em seguida, o leque de municípios foi se abrindo ao ser investigado cidades visitadas pelo grupo 1. Fato comprovado a partir da ampliação de seis municípios de moradia para vinte municípios de trabalho. Esta alta quantidade de cidades é resultado do número de visitas realizadas semanalmente. Sendo assim, os feirantes vivenciam espaços distintos e os percebem de maneira heterogênea, por isso, foi perguntado ao grupo 1, dentre as feiras trabalhadas qual seria a melhor.

Para 45% dos respondentes, não existe a melhor feira, “todas são iguais, depende do dia” (feminino, 63 anos). Porém 35% alegaram que Juazeirinho era a melhor entre as cidades visitadas, seus principais argumentos foram: “tenho menos gasto e mais conhecimento com o povo” (feminino, 39 anos), “vem mais gente de fora para comprar” (feminino, 51 anos), “a feira tem mais movimento” (masculino, 42 anos). Coincidentemente é a mesma proporção de

feirantes juazeirinhenses que afirmam, em poucas palavras, o real motivo que atrai os comerciantes para cada cidade.

Pertencentes ao circuito inferior, as reduções de despesas tornam-se imprescindíveis e o conhecimento construído nos consecutivos dias de trabalho, constroem lugares de consumo e o território dos vendedores, que passam a ter o seu local de venda demarcado, mesmo que periodicamente. Por fim, as duas últimas colocações apresentam o destaque da feira de Juazeirinho no conjunto de municípios de porte semelhante ao seu. O “movimento” citado, diz respeito, a quantidade de pessoas concentradas no centro da cidade, são munícipes, vendedores, visitantes, enfim é a animação concernente a uma atividade econômica que, embora seja antiga, sobrevive a partir das modernizações propagadas.

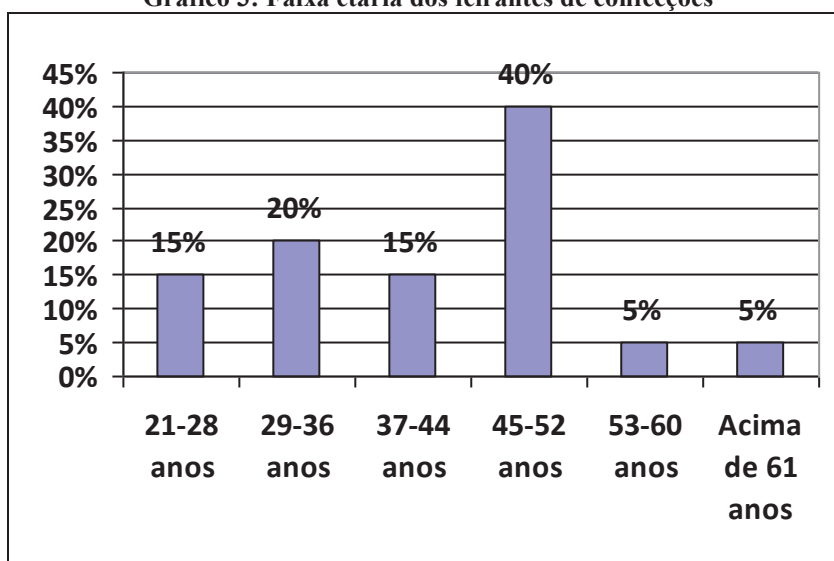
Os demais 20% apontaram uma opção que se subdividiram em: Cubati, Betânia, Remígio, Equador e Pedra Lavrada. Em suma, quando comparados, o Grupo 1 desloca-se para destinos mais próximos (no máximo o estado do Pernambuco) enquanto o Grupo 2 realiza pedidos para destinos mais distantes, inclusive para as demais regiões brasileiras, como Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Ambos os comerciantes mantêm diferenças inerentes à natureza de seu comércio, diferenças estas que não são apenas destinos de mercadorias, mas compreende rotina de trabalho e tempo de funcionamento, ou seja, formas comerciais diferenciadas dividem o espaço comercial das pequenas cidades.

### **3.3 Perfil dos comerciantes de confecções em Juazeirinho**

Ao ser investigado os perfis da população alvo da pesquisa, observou-se uma predominância feminina, em ambos os comércios de confecções, já que elas representaram 80% dos feirantes e lojistas, enquanto os homens totalizaram 20% dos comerciantes. No que concerne as feirantes, tal predominância feminina, diz respeito ao fato de que elas começaram a trabalhar ainda jovens, geralmente com alguém da família, como tia ou mãe, por exemplo, e após casadas trabalham geralmente com os seus maridos.

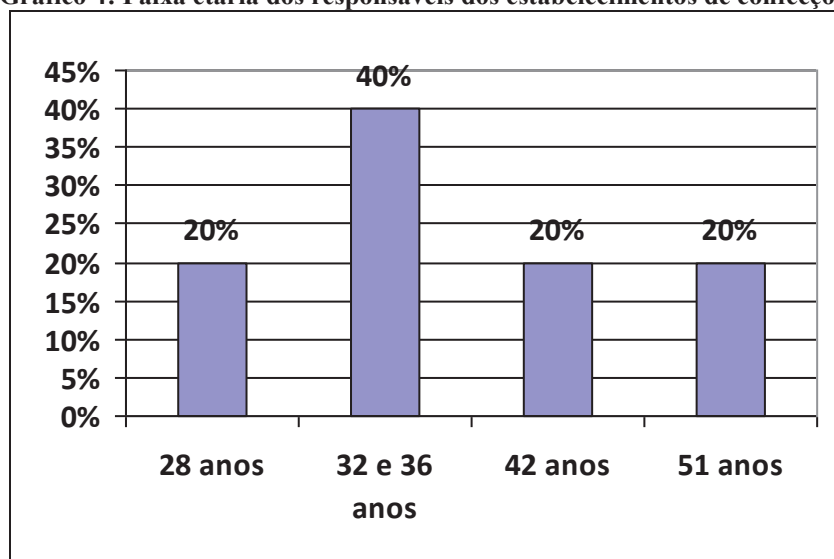
No que concerne à faixa etária, o grupo A apresentou uma ampla distribuição de idades, enquanto o grupo B, indicou estreita diferença, provavelmente devido a quantidade menor de estabelecimentos, tais dados são apresentados nos Gráficos 3 e 4.

Gráfico 3: Faixa etária dos feirantes de confecções



Pesquisa de campo, 2010.

Gráfico 4: Faixa etária dos responsáveis dos estabelecimentos de confecções



Pesquisa de campo, 2010.

O Gráfico 3 ao apresentar a distribuição etária dos feirantes de confecções, exhibe variadas faixas de idades. Há, portanto, uma saliência entre 45 e 52 anos, totalizando 40% do grupo 1; entre 21 e 44 anos, estão metade do referido grupo, ou seja, 50% e a partir de 53 anos, situa-se os 10% restantes, portanto, a feira ocupa trabalhadores de variadas idades. Embora os comerciantes informais não tenham cobertura da previdência social, para aposentadoria, não foi identificado pessoas idosas, provavelmente devido ao cotidiano exaustivo destes trabalhadores que andam de cidade em cidade.

O grupo 2, por sua vez, apresentou apenas cinco idades, demonstradas nas quatro colunas. Em termos percentuais, os responsáveis dos estabelecimentos apresentaram maior concentração (40%) na faixa dos 30 anos, onde a mesma percentagem, no grupo 1, refere-se ao intervalo de 45 a 52 anos. Observa-se, que o comércio informal ocupa maior quantidade de pessoas, por isso, os dados do grupo 2 apresentou menor intervalo. Mesmo assim, houve representação de comerciantes na faixa entre 28 a 51 anos ocupando, da mesma forma, pessoas de várias idades.

Outra pergunta realizada à ambos os grupos, diz respeito a quantidade de funcionários em cada empreendimento. Embora os comércios tenham natureza distinta, de acordo com os dados coletados, o total de funcionários nos dois grupos foi praticamente equivalente, conforme podem ser observados na Tabela 01.

**Tabela 01 – Número de funcionários dos comerciantes alvos da pesquisa**

Quantidade	Grupo 01	%	Grupo 02	%
-	02	10	-	-
01	10	50	-	-
02	06	30	04	80
03	02	10	01	20
Total	20	100	05	100

Fonte: Pesquisa de campo, 2010.

A Tabela 01 explicita a quantidade de funcionários que trabalham nos comércios de confecções. Ela aponta que nenhum empreendimento apresenta mais de três funcionários<sup>21</sup>. No grupo 1, apenas 10% trabalha sozinho, 50% tem um ajudante, 30% é auxiliado por duas pessoas e 10% mantém três ajudantes. Neste caso, os funcionários, geralmente, são algum familiar, principalmente, quando são feirantes mulheres, conforme citado anteriormente. Santos (2008) reconhece o emprego familiar, como característica do Circuito Inferior e afirma que esta, é uma tática para livrar-se dos encargos sociais e dos impostos, consequência do trabalho assalariado.

Por outro lado, o grupo 2, em sua maioria, apresentou estabelecimentos com dois funcionários (80%) e a minoria (20%) mantém três funcionários. Ressalta-se, que nos estabelecimentos, tais números podem ser alterados nos meses de picos de vendas, como festividades ou promoções. Já os feirantes, ao invés de alterar a quantidade de vendedores,

<sup>21</sup> Um estabelecimento apresentou 23 funcionários, porém como são apenas dois, responsáveis pela seção magazine, optou-se por alocar este empreendimento na faixa de dois funcionários, a fim de não confundir os dados da pesquisa.

alteram os dias de trabalho. Eles, também, reconhecem os melhores períodos de vendas. Logo, quando o desejo de consumo é aquecido, instala-se a oportunidade de realizar melhores negócios.

É interessante, como em alguns momentos do ano, a feira parece diminuir, enquanto em outros momentos, ela volta a sua forma grandiosa no espaço urbano. Existem feirantes que estão em Juazeirinho há bastante tempo, mas existem também, alguns que dificilmente voltam. Este é o trabalho ambulante: não há rotina de funcionamento ou mesmo satisfação de retorno aos clientes. Tais trabalhadores, com cotidiano exaustivo e destinos imprecisos, foram questionados sobre o grau de escolaridade. Para tanto, não houve declaração de analfabetismo e suas respostas variaram bastante, inclusive, um respondente afirmou ter curso superior, como pode ser observado na Tabela 02.

**Tabela 02 – Grau de instrução dos feirantes de confecções**

<b>Grau de instrução</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
Fundamental. I	07	35
Fundamental. II	06	30
Ensino Médio Incompleto	02	10
Ens. Médio Completo	04	20
Superior Completo	01	05
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

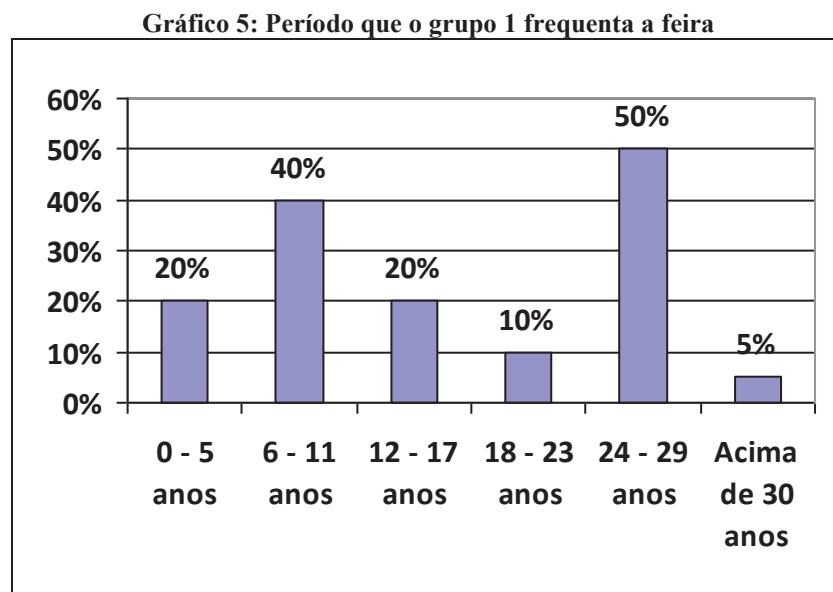
Pesquisa de campo, 2010.

De acordo com a tabela acima, 75% do grupo 1 não teve acesso à educação básica, ou seja, ao ensino médio completo. Apenas 20% concluíram o terceiro ano médio e 5% possui o ensino superior completo. Diante desses dados, faz-se necessário ressaltar que, os níveis de escolaridade podem ser dispensados para quem trabalha no comércio informal. É necessário apenas, que o ser humano tenha conhecimento de mundo para manusear a atividade que esteja a frente. Logo, a principal meta diária é a sobrevivência familiar.

Nesse contexto, Santos (2005, p. 102) afirma que: “No circuito inferior, a acumulação de capital não é primordial ou nem mesmo interessa. A tarefa primordial é a de sobreviver e assegurar a vida familiar diária, bem como participar, o quanto possível, de certas formas de consumo peculiares ao moderno modo de vida”. O referido autor acrescenta ainda que, o vendedor de rua é a base que interliga: importadores, industriais, atacadistas e consumidores. Estes encontram-se pulverizados nos comércios ambulantes e podem ser chamados de vendedores sedentários, aqueles “que têm local fixo na calçada ou andam com suas mercadorias nas ruas do centro da cidade” (SANTOS, 2008, p.219).



Esta pulverização torna-se possível, porque o consumo é uma necessidade cotidiana e o espaço urbano é um ótimo local para negociar qualquer produto ou serviço, que as pessoas tenham a oferecer. O grupo 1 pode ser caracterizado de vendedores sedentários, pois mesmo andando de cidade em cidade, eles têm os seus locais demarcados a partir da assiduidade em cada cidade. Buscando investigar o período de presença dos feirantes, perguntou-se há quanto tempo frequentam Juazeirinho. As respostas encontram-se no gráfico abaixo:



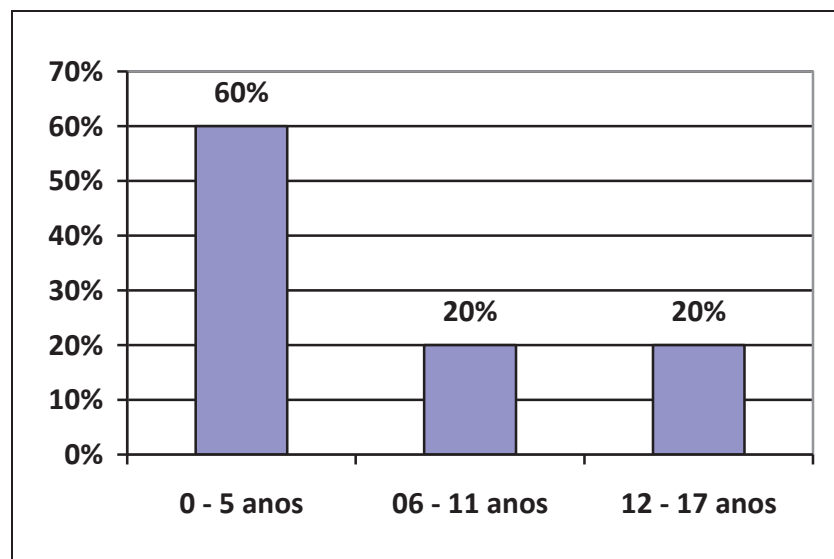
O Gráfico 5 apresenta ampla distribuição de anos. Desta forma, é constatado a tradicionalidade da feira, na qual funciona não apenas como atividade econômica periódica, mas é inerente ao espaço urbano juazeirinhense. Os dados mostram, ainda, pouco crescimento nos últimos cinco anos (20%), fato este que pode ser indício da diminuição de feirantes, mas que pode ser explicado pelas inúmeras formas comerciais que existem atualmente e que não havia há 30 anos.

Hoje, a estrutura é outra, completamente distinta: está mais fácil estudar, existem políticas como o Empreendedor Individual, que legaliza pequenos empreendimentos. Portanto, a feira torna-se apenas uma, entre muitas possibilidades de ocupação. Trabalhar neste comércio ambulante, de cidade em cidade, é uma opção para aqueles que se identificam com o cotidiano dos feirantes e não se pode negar a influência dos familiares, na decisão por esta ocupação, conforme falado anteriormente.

A larga faixa etária, apresentada no Gráfico 3, confirma-se no gráfico acima, que mostra: 50% frequentando a cidade entre 24 a 29 anos, 40% mantêm os bancos de confecções, entre seis e onze e 5% está em Juazeirinho há mais de 30 anos. Portanto, as colunas demonstram, de acordo com o tempo, a oscilação da entrada dos feirantes no espaço comercial. E caso, o topo delas, fosse ligado, não formaria uma linha inclinada e, sim, formaria uma onda que representa a impossibilidade de prever o crescimento ou estagnação desta antiga atividade econômica. Tal analogia é possível de ser realizada, porque o período de frequência obtido não foi crescente ou decrescente, mas houve momentos de acréscimo e diminuição da entrada dos feirantes em Juazeirinho.

Para melhor compreensão do espaço comercial, da cidade investigada, a mesma pergunta foi feita ao grupo 2. O Gráfico resultante foi construído com o mesmo intervalo de tempo, a fim de comparar a evolução das duas formas comerciais, como pode ser visto a seguir:

**Gráfico 6 – Período de instalação dos estabelecimentos**



Pesquisa de campo, 2010

O Gráfico 6 exhibe metade do tempo do Gráfico 5, o que apresenta o caráter recente dos estabelecimentos de confecções. Uma possível justificativa para a inexistência de mais lojas é que, os produtos de vestuário não são gêneros de primeira necessidade. Por isso, não era a melhor opção para garantir vendas, isto é, lucro. Com pequeno mercado consumidor, o mais interessante seria comercializar alimentos, indispensável para a sobrevivência humana. Salgueiro e Cachinho (2009, p.13) lembram que “os lugares mais pequenos, devido a sua

dimensão e à fraqueza da sua atracção, representam uma quota reduzida do mercado e, por isso, o número de funções neles presente é diminuto”.

A diminuição de funções em Juazeirinho, é representada quando no Grupo 2, o comércio mais velho tem 17 anos (20%). Entre seis e onze anos encontra-se mais 20% e com 60% estão os estabelecimentos com até cinco anos, mostrando o recente crescimento de lojas que vendem roupas. A globalização econômica difunde, cada vez mais, necessidades de consumo e as pequenas cidades, também, entra neste cenário. O principal indício é a baixa quantidade de lojas originando uma pluralidade de estabelecimentos pesquisados que são: lojas estilo boutiques, malharias e supermercados.

A primeira explora o marketing para garantir as vendas; a segunda aproveita o marketing propagado, pelas demais empresas, para vender peças, com modelo semelhante e preço barateado; já o último utiliza a necessidade diária de consumo, para angariar clientes. Com a difusão das redes comerciais, a estrutura dos supermercados melhora, as roupas ficam expostas em uma seção do estabelecimento. Desse modo, cria-se a possibilidade de inserir as peças nas compras semanais, ou mensais. Portanto, o espaço comercial da pequena cidade, que anteriormente era utilizado por poucos comerciantes e de natureza quase homogênea, passa a ser palco de comércios fixo e periódico.

#### 4 A CONVIVÊNCIA DOS COMÉRCIOS FIXO E PERIÓDICO EM JUAZEIRINHO

Nos últimos anos, Juazeirinho vem experimentando o aumento do número de estabelecimentos formais, que vendem confecções. De diversas naturezas e ainda em pouca quantidade, se comparado aos feirantes, eles refletem as tendências da moda e oferecem pagamentos, de acordo com a necessidade dos clientes. O crédito ramifica-se em: pessoal, cartão ou cheque, tudo isso, para manter o volume de vendas. As lojas utilizam bastante as vitrines: diariamente, são expostas distintas peças para chamar atenção dos transeuntes. Entretanto, no dia da feira, elas constituem uma entre as várias formas comerciais no espaço urbano. A Figura 5 exhibe uma rua, no Centro da cidade, repleta de feirantes.

**Figura 5 – Rua Irene da Silva Hermínio no dia da feira**



Pesquisa de campo, 2010.

Embora os bancos presentes, na Figura 5, não apresentem apenas confecções, as roupas constituem a maioria dos produtos que aí podem ser encontrados. O logradouro apresentado contém alguns sobrados que cumpre a dupla função comercial-residencial, maneira encontrada pelos comerciantes de fugir da valorização imobiliária das áreas centrais, isto é, o comerciante e sua família suprem, em um único espaço, as necessidades de emprego e moradia. Outro aspecto interessante são os refletores, que aparecem para iluminar a fachada de um comércio de confecções. Estratégia escolhida para tentar destacar o estabelecimento durante a noite, no momento em que as lojas encontram-se fechadas.

No fundo da figura, está a torre da Igreja Católica (junto a BR-230) que reafirma o caráter histórico do Centro de Juazeirinho. Pois, mantém praticamente no mesmo local de

fundação, a área central da cidade, manifestada pela aglomeração de comércios e serviços. A feira livre pertence ao espaço urbano de tal forma que, em alguns pontos, camufla os estabelecimentos, enquanto em outros locais, é nítida a existência de formas comerciais diferenciadas. A paisagem (re)construída semanalmente é a materialização das táticas, desenvolvidas pela sociedade capitalista, para reproduzir o capital. Em alguns pontos, do Centro da cidade, feirantes e lojistas convivem lado a lado. As Figuras 6 e 7 apresentam feirantes instalados em frente a lojas.

**Figura 6 – Loja estilo boutique e a feira livre frente a frente**



Pesquisa de campo, 2010.

**Figura 7 – As vitrines e os bancos disputam a atenção dos clientes**



Pesquisa de campo, 2010.

As Figuras 6 e 7 explicitam a convivência direta entre os comércios fixo e periódico de confecções. A paisagem assumida exhibe o contraste entre as duas formas comerciais, que vão além do material e valores dos produtos. As lojas recorrem ao apelo visual para seduzir novos clientes, por isso, o vidro, atrás das portas é o instrumento explorado para exibir o seu interior. Na Figura 6, ainda, pode ser identificado às bandeiras de cartão de crédito, garantindo ao cliente a modernização do dinheiro. Sendo assim, o dia da feira amplia as opções de compra, pois as variedades de confecções se fazem presentes dentro e fora dos estabelecimentos.

Na Figura 7, sem a barraca, banco de madeira ou de ferro, a feirante simplesmente dispõe as mercadorias em uma lona no chão. Não há nenhum apetrecho para expor os produtos que encontram-se, inclusive, dispostos em parte da calçada do supermercado pertencente a uma rede de comércio. O referido estabelecimento utiliza maciçamente manequins com roupas de crianças e adultos, tornando-se um convite para adentrar e escolher as peças de compra. Por conseguinte, as formas comerciais, fixa e periódica, existentes em Juazeirinho é apenas um elemento de investigação, do espaço urbano da pequena cidade, que sofre semanalmente alterações na paisagem, mediante a presença da feira livre.

Para Santos (1988, p.66), “uma paisagem é uma escrita sobre a outra, é um conjunto de objetos que tem idades diferentes, é uma herança de muitos diferentes momentos”. Nesse sentido, as escritas podem ser interpretadas como comércios, que surgem de acordo com a dinâmica espacial global e atinge os lugares com intensidade irregular. A feira livre, as boutiques, as malharias e as redes de comércio apareceram gradativamente de acordo com o tempo e hoje estas “atividades econômicas por sua natureza e diversidade, produzem diferenciações e desigualdades espaciais” (RIO, 2012, p. 158). Desigualdades estas, descritas nos dados apresentados no decorrer do trabalho e que são, também, responsáveis por oferecer produtos com modelos semelhantes e qualidade e preços diferenciados, expandindo a possibilidade de consumo da população. A Figura 8 mostra a feira livre instalada no Centro da cidade junto às formas fixas com idades diferenciadas.



Figura 8 – Feira livre no Centro da cidade



Fonte: Google Earth, 2012 (adaptado por Izabelle Trajano da Silva).

A feira encontra-se delimitada pelas duas redes de transportes que estimularam, profundamente, a ocupação e evolução urbana do município (ferrovia e rodovia). Pode-se perceber uma aglomeração de transportes, próximo à ferrovia, essa área assume o papel de estacionamento (improvisado) para acomodar os clientes e vendedores que partilham desta atividade cíclica.

Ressalta-se a permanência da antiga CEASA e do Mercado Público Municipal ao lado de uma rede de comércio, formas fixas que representam períodos distintos, onde os dois primeiros podem ser considerados tradicionais e o último considera-se moderno, pois além de manter parceria com as empresas externas, tem o tamanho diferenciado a ponto de destacar-se entre os demais estabelecimentos que vendem confecções. A cada terça-feira, as formas fixa e periódica agem no espaço e os clientes dispõem da dilatação de opções de produtos que adequam-se à níveis distintos de poder aquisitivo.

Na visão de Costa (2009, p.86) “A feira é também uma saída lucrativa para os atacadistas que têm suas mercadorias parcialmente danificadas (...) para uma clientela pouco exigente com qualidade e mais preocupada com o preço”. Diante disso, o fato de uma pessoa não poder está comprando artigos de elevado valor no estabelecimento, não encerra a possibilidade de adquiri-los, mas apenas o transfere para outro tipo de comércio: a feira livre, que alarga as alternativas de confecções. Esse acréscimo de locais de vendas é garantido, sobretudo, pela ação dos atacadistas responsáveis por mediar os dois circuitos da economia urbana.

Santos (2008) explica a atuação intermediária entre circuito superior e circuito inferior desenvolvida pelos atacadistas e transportadores, a partir do momento que eles são as principais fontes de abastecimento dos feirantes e vendedores ambulante que, por sua vez, suprem os desejos de consumo da população de menor poder aquisitivo. Dentro dessa perspectiva, a feira em sua essência é uma atividade do circuito inferior, mas é, também, uma ponte para movimentar os atacadistas, que são o elo entre os dois circuitos. Pois, se é através da venda, por atacado, que os comerciantes adquirem as suas mercadorias, é por essa mesma ação que os atacadistas esgotam os seus produtos. Desse modo, identifica-se a problemática apontada por Santos (2005) quando menciona a dependência do circuito inferior pelo superior nos países subdesenvolvidos.

Com base nisso, percebe-se a importância da feira livre para o espaço urbano de Juazeirinho ao promover intensa transformação espacial e ampliar os lugares de consumo. Por outro lado, os estabelecimentos trouxeram modernizações que geraram novas maneiras de consumir. A convivência, destas duas formas comerciais distintas, fez surgir o



questionamento para o grupo 1, se as lojas que vendem roupas perto dos bancos de confecções interferiam nos negócios. De acordo com os dados coletados, 75% não sentem interferência positiva ou negativa e explicaram os principais motivos, como demonstra algumas falas a seguir:

Os preços são diferentes e os pagamentos também são diferentes (feminino, 51 anos).

Roupas melhores são mais caras (feminino, 45 anos).

Já tenho os fregueses certos (feminino, 33 anos).

Cada um tem seu freguês (feminino, 30 anos).

O que atrapalha são os fabricantes que vendem ao mesmo preço da feira (feminino, 50 anos).

Todo mundo tem que sobreviver. O sol nasceu para todos (feminino, 55 anos).

De um modo geral, as opiniões comungam a respeito da diferença existente de mercadorias e preços entre os dois comércios. Embora não tenha sido explicitada as desigualdades sociais, em nenhuma fala dos respondentes eles percebem que cada pessoa compra de acordo com o dinheiro que possui. As respostas obtidas expõem, ainda, a construção do território comercial, quando é afirmado que cada feirante já tem os seus fregueses certos. Pois, para que isto aconteça, é necessário que as pessoas voltem aos locais de compra.

Desse ponto de vista, assim como existe dois tipos de comerciantes, existem dois tipos de clientes, sendo relegado o entendimento que as pessoas podem participar de ambos os comércios. Além disso, uma feirante reconhece que alguns fabricantes deslocam-se para Juazeirinho, esta afirmação coincide com a identificação de um residente de Pernambuco, local de compra da maioria das mercadorias. A última fala contém um ditado popular, que exprime a possibilidade de ocupação no comércio, para diferentes personalidades, pois não há restrição para atuar nesta atividade econômica. Demonstra, ainda, o reconhecimento da ideia que todos precisam trabalhar para suprir o mínimo de consumo imprescindível no mundo contemporâneo.

No que concerne aos demais participantes do grupo, 10% não declarou posicionamento e 15% afirmou que as lojas interferiam nos negócios realizados, logo os seus principais argumentos foram: “as lojas prejudicam porque dividem no cartão” (feminino, 47 anos); “atrapalha, principalmente as malharias, que têm peças do mesmo material” (feminino, 21 anos). Mesmo que seja uma percentagem reduzida, os motivos relatados pelos feirantes

pode ser explicado, devido a modernização no pagamento, que aceita o crédito cedido por instituição financeira, situação negada ao comércio informal.

Outra reclamação foi sobre as malharias, que oferecem produtos de qualidade semelhante à feira. Porém está na cidade diariamente e ainda divide o pagamento, igual às lojas requintadas. O cartão de crédito, embora não seja uma realidade para todas as pessoas, vem sendo difundido gradativamente para assalariados e autônomos<sup>22</sup>. Além disso, existem os programas assistencialistas brasileiro, que garante uma quantia mínima mensal a inúmeras famílias. O público beneficiado passa a contar com este auxílio para pagar as despesas e melhorar a qualidade de vida.

Desta forma, tanto os possuidores de cartão de crédito quanto as pessoas que recebem a ajuda mensalmente, passam a ter a disposição, em qualquer dia da semana, produtos da feira (conhecidos como mais em conta) e ainda dividi-los para pagar nos meses posteriores. A pequena cidade convive, agora, com o tradicional e o moderno em um único estabelecimento. A figura abaixo apresenta o interior de uma malharia.

**Figura 9 - Interior de uma malharia**



Pesquisa de campo, 2012.

A Figura 9 representa uma forma comercial que se poderia chamar híbrida, pois apresenta a essência de ambos os comércios falados até agora. Os produtos, que anteriormente eram encontrados apenas nas feiras ou nos comércios improvisados em casa, passam a ser oferecidos dentro de uma estrutura moderna. Além dos manequins apresentados (meio corpo e

<sup>22</sup> Pequenos empreendedores formais ou não.

corpo inteiro), existem ventiladores para conforto da clientela e as bandeiras de cartão de crédito exibe a explicação da divisão de pagamento de acordo com o valor comprado. Na imagem aparece, ainda, uma vendedora, de roupa quadriculada, que recepciona os clientes com o símbolo do período junino, artifício de estímulo às vendas.

As prateleiras e expositores não dispensam os cestos de suporte para peças miúdas, neste ângulo, devido a desorganização, faz lembrar os bancos da feira. Todavia, o aspecto de desordem é fruto do movimento da loja, pois as pessoas chegam e remexem até encontrar as peças de seu gosto. Em seguida, dirigem-se ao provador e, caso o cliente goste da peça, é só escolher o modo de pagamento ideal e efetuar a compra.

Diante do exposto, é possível perceber que o moderno e o tradicional integram-se no espaço comercial e assume diversas formas para garantir o consumo constante. A pequena cidade de Juazeirinho que apresentara a feira livre como principal fonte de abastecimento e realização de desejos consumíveis, vê surgir formas comerciais com outro padrão de organização e funcionamento. Os estabelecimentos, quando em parceria com as redes de comércio, transformam-se em todos os aspectos e os clientes sentem isso, principalmente na alteração da estrutura física sofrida pela loja. A Figura 10 mostra a feira livre ofuscada por um integrante de rede comercial.

**Figura 10 – A convivência da feira livre com as redes de comércio**



Pesquisa de campo, 2012.

Esta imagem é capaz de representar a realidade do espaço comercial das pequenas cidades. Um espaço, marcado anteriormente pela presença da feira livre e de modestos comércios convivendo com a adesão as redes, que modificam a forma e a destaca no espaço urbano, na presença desta antiga atividade econômica. O empreendimento exposto é um supermercado que vende confecções na seção magazine, além disso, conta com panificadora, açougue, eletrodomésticos entre outros. Portanto, no mesmo espaço, o cliente tem a possibilidade de adquirir diversos produtos sem deslocar-se para outros comércios. Na fachada, as fotografias chamam atenção, pelas cores vibrantes afirmando que existe qualidade e economia no estabelecimento.

Enquanto as formas fixas sofrem tais alterações, a feira reinstala-se periodicamente, integra-se ao espaço urbano e alarga as opções de compra e venda em Juazeirinho. Nesse cenário, foi perguntado ao grupo 2, se os bancos que vendem confecções, na feira, interferiam no comércio formal. Para tanto, mesmo em alguns casos, havendo o convívio destas duas formas comerciais frente a frente, todos os respondentes reconheceram que o volume de vendas aumenta, porque se amplia o número de pessoas que transitam na cidade.

Afirmaram ainda, que os produtos oferecidos nos estabelecimentos são diferenciados esclarecendo que: “Cada pessoa quando sai de casa, já sabe onde vai comprar. O que vai decidir onde o cliente compra é o dinheiro que ele tem” (feminino, 42 anos). Outro lojista destacou uma suposta dicotomia entre clientes da feira e dos estabelecimentos, como mostra a fala a seguir: “Os nossos clientes são pessoas que não são da feira”.

Observa-se a aproximação do raciocínio entre os dois grupos, quando negam a interferência mútua entre as formas comerciais, inclusive com a hipotética distinção entre grupos de clientes. As desigualdades de poder aquisitivo foram ressaltadas e assim como uma feirante, um lojista que representa 20% do grupo 2, demonstrou incômodo e prejuízo com os bancos de confecções, situados próximos ou junto de seu estabelecimento, afirmando que “às vezes a feira atrapalha um pouco, porque as mercadorias dos feirantes são parecidas com a minha e eles não pagam impostos, por isso conseguem vender mais barato” (responsável pela malharia). Esta fala demonstra a insatisfação das obrigações tributárias para com o governo e resume o principal motivo da informalidade dos feirantes, que são os impostos, pois com estoque reduzido, torna-se praticamente inviável manter um estabelecimento, daí o motivo da itinerância. Contudo, o referido respondente foi categórico ao afirmar que, mesmo assim, a feira beneficia o seu estabelecimento porque as vendas aumentam bastante.

Uma vez que a feira livre tem a capacidade de beneficiar o comércio local, através do fluxo de pessoas atraídas, em sua ausência, instala-se a disputa entre lojas, para garantir as



vendas no decorrer da semana. Diante da nova conjuntura de comércios formais, bem como sua pluralidade, diversificam-se as formas de mercadejar, sendo utilizadas várias artimanhas do *marketing* para propagar os produtos. Dentre elas, cabe destacar: páginas na *web*, como *sites* e rede social; panfletos e promoções pós-festividades, como São João e final de ano, irradiadas em anúncio no carro de som. Porém, nada chama mais atenção do que os desfiles para apresentar as novas coleções. A Figura 11 mostra um destes eventos.

**Figura 11 – Desfile de nova coleção em frente a uma loja de confecções**



Fonte: Arquivo pessoal de Hially Falcão, 2009

Considerada uma moderna propaganda para a pequena cidade, a Figura 11 apresenta um dos primeiros desfiles realizados em Juazeirinho. Na ocasião, o próprio estabelecimento de confecções foi o ponto para montar a estrutura que contou com: passarela, malhas puxadas e boa iluminação, sendo também, o vestiário dos modelos, que eram municipais convidados pela proprietária. O desfile foi a noite, quando o centro torna-se um local calmo e a rua foi o palco desta estratégia criativa de vendas, que utiliza os sentidos da visão e audição para estimular o desejo ao consumo.

Ressalta-se, a estrutura investida em cada nova edição dos desfiles, havendo inclusive reserva do Clube Municipal e auditório de escolas para realizar o evento. Em alguns casos é distribuído até senhas para os clientes, a fim de controlar a quantidade de pessoas no local. Embora não haja uma frequência regular, para acontecer esta forma de *marketing*, houve em torno de oito desfiles. O resultado é a venda rápida das peças propagadas e a satisfação no rosto dos clientes que adquiriram produtos exaltados em um desfile na cidade.

Como os desfiles objetivam propagar novas mercadorias e as pessoas que assistem possuem nível de poder aquisitivo heterogêneo, a parcela que não pode comprar as roupas e acessórios, nestes estabelecimentos, podem encontrar produtos similares na feira livre com custo barateado. Portanto, mesmo a pesquisa referindo-se à apenas um segmento do comércio, percebe-se as diferenciações existentes no simples ato de consumir, que perpassam os dois circuitos da economia urbana. A globalização econômica, que difunde mercadorias diuturnamente na superfície terrestre, gera repetições de produtos, mas imprime diferenciações em cada lugar. Diante disso:

É o espaço, isto é, os lugares, que realizam e revelam o mundo, tornando-o historicizado e geografizado, isso é empiricizado. Os lugares são, pois o mundo, que eles reproduzem de modos específicos, individuais diversos. Eles são singulares, mas são globais, manifestações da totalidade-mundo, da qual são formas particulares (SANTOS, 2008c, p. 112).

De acordo com o exposto acima são os subespaços que reproduzem em escala local os fenômenos mundiais. Quando analisados, eles revelam parcelas de um todo, que deve ser decomposto para ser compreendido, daí a importância de saber o contexto histórico e o arranjo espacial, para perceber as forças externas atuando no lugar. Juazeirinho, assim como milhares de pequenas cidades brasileiras, tem o seu espaço recriado diariamente, a partir, das forças externas interagindo com o arranjo interno. Nesse sentido, sua principal resposta foi a diversificação dos estabelecimentos, bem como, as novas maneiras de propagar mercadorias, que junto a feira livre constitui elementos imprescindíveis para a dinâmica urbana de cidades de pequeno porte, por possibilitar repentinas transformações na paisagem.

Nessa realidade, as desigualdades existentes tornam-se implícitas porque a modernização do capital aparece pulverizada no pequeno centro urbano. Entretanto, com o advento da convergência dos momentos, não se pode mais estudar o particular e esquecer que é parte integrante do todo, ou seja, as pequenas cidades reproduzem com menor intensidade o conjunto de inovações técnicas criadas para a reprodução do capital e o comércio, como atividade econômica refletiva da produção global, exhibe as diferenças existentes na sociedade capitalista.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar as formas comerciais de confecções presentes em Juazeirinho, foi possível caracterizar dois tipos principais. O primeiro é a tradicional feira livre, apresenta-se semanalmente com a inserção de vendedores nos principais logradouros da cidade, oferecendo oportunidade à todos que desejam vender algo e ampliando as opções de lugares de consumo. O segundo tipo são os comércios, que mantém horário de funcionamento e encontram-se fixados em estabelecimentos, sendo colocados diariamente à disposição dos clientes, modernizações não apenas de produto, mas de pagamentos e *marketing*.

Esse último grupo, embora com membros reduzidos, se comparado com a quantidade de feirantes, torna-se mais complexo, pois diferencia-se no que concerne a natureza de cada empreendimento, são as: boutiques, malharias e lojas em parceria com redes de comércio. Essas formas caracterizam o mosaico comercial da pequena cidade e proporciona mercadorias com qualidade, preço e propagandas diferenciadas.

Lideradas predominantemente por responsabilidade feminina, os grupos 1 e 2 apresentaram fluxos de compra distintos. Nesse sentido, o grupo 1 repõe pessoalmente o estoque e paga imediatamente em dinheiro líquido, já o grupo 2 geralmente realiza pedidos, através de representantes das empresas e efetivam o pagamento com duplicatas, cheques e cartão de crédito, benefícios negados aos comércios informais.

A feira apresenta-se como uma alternativa de renda não apenas para os juazeirinhenses e moradores das pequenas cidades próximas, mas mostrou-se interessante, também para Campina Grande, centro regional contemporâneo e Santa Cruz-PE, estado onde a maioria dos feirantes compra as suas mercadorias. Sendo assim, a partir dos deslocamentos de áreas distantes, observou-se a centralidade periódica assumida por Juazeirinho. Isso pode ser fruto de poucos municípios manterem a feira na terça e se estes trabalhadores retornam é porque há lucro garantido.

A tradição desta atividade econômica foi constatada pelo período de frequência dos feirantes, onde um respondente, que representa 5%, afirmou ser assíduo há 42 anos. Por outro lado, 60% dos estabelecimentos têm no máximo cinco anos, o que comprova o caráter recente dos comércios formais. Para tanto, a feira é a única fonte de renda para 80% do grupo 1, daí a necessidade de viajar até sete dias por semana, a fim de alcançar a meta dos gastos mensais e garantir a sobrevivência familiar.

A maioria dos feirantes e lojistas não se sentem incomodados com a presença mútua de ambos os comércios, porém, em cada grupo, uma pessoa reclamou das malharias. O

motivo alegado foi a semelhança da qualidade dos produtos, porém houve discordância no enfoque da reclamação. O feirante sente-se incomodado por não poder dividir no cartão de crédito e o lojista reclama dos valores pagos aos impostos, que resulta no aumento do valor final da mercadoria. Sendo assim, o trabalhador informal oferece mais barato a mercadoria de qualidade semelhante.

As modernizações atingem à ambos os comércios com intensidade distinta. Os estabelecimentos utilizam maciçamente as estratégias de *marketing* para propagar os novos modelos que chegam. Nesse sentido, a feira amplia o consumo dos mais carentes, pois atende os desejos criados pelas vitrines exuberantes, pelas páginas na *web* e pelos desfiles que seduzem a população mais abastada. Um fato curioso, é que para a população alvo da pesquisa, assim como existe diferentes comércios, existe uma dicotomia que separa os consumidores da feira e os clientes das lojas, essa ideia relega a possibilidade do cidadão mesclar os lugares de consumo.

Pode-se considerar como fato marcante de modernização das formas fixas quando em 2008 houve a inserção de roupas e acessórios nos produtos ofertados por um supermercado, parceiro de uma rede de comércio que, a partir de então, passou a compartilhar das estratégias de marketing das boutiques, realizando, inclusive, desfiles dentro e na frente do estabelecimento.

Embora a pesquisa tenha sido realizada apenas no segmento de confecções, devido ele abarcar uma pluralidade de natureza de comércios formais, foi possível caracterizar outros tipos de comércios presentes nas cidades brasileiras. Constituindo uma parte do espaço global, identificou-se como o simples ato de consumir exerce transformações espaciais, transformações estas que resultaram na implementação de novas maneiras de mercadejar. As pequenas cidades, assim como os demais centros urbanos, imprimem em seu espaço as consequências dos interesses capitalistas que, em cada lugar, criam novas formas de garantir o consumo constante.



## REFERÊNCIAS

AMORIM, Oton Magalhães de; BARROS, Reginal Dias de (Coor). **PRODER – Programa de Emprego e Renda: Juazeirinho**. Série: Diagnóstico socioeconômicos. João Pessoa: SEBRAE, 1996. 47 p.

ARAÚJO, A. **Juazeirinho 90 anos**. Revista especial [SI]: Gráfica Marcone. V. único. 1500 exemplares. [2003].

BISPO, Cláudia Luiz de Souza; MENDES, Estevane de Paula Pontes. O rural/urbano e o campo/cidade: definições e análises. XI SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA – EREGEO. **Anais eletrônicos...** Campos Jataí-GO: UFG, 2009. Disponível > Acesso em: 23 set 2009.

BRASIL. **Portal do Empreendedor. Empreendedor Individual**. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/modulos/inicio/index.htm>> Acesso em: 03 Nov 2012.

Censo Demográfico 2010. Sinopse do Censo e Resultados preliminares do Universo. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**. IBGE: Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000402.pdf>> Acesso em: 04 Out 2012.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. 2. ed. São Paulo: Editora Ática, 1993.

\_\_\_\_\_. **Trajelórias geográficas**. 3º ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

\_\_\_\_\_. **Região e organização espacial**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2007.

COSTA, Antônio Albuquerque da. **Sucessões e Coexistências do Espaço Campinense na sua Inserção ao Meio Técnico-Científico-Informacional: a feira de Campina Grande na interface desse processo**. Dissertação de Mestrado em Geografia. Recife: UFPE, 2003.

\_\_\_\_\_. A feira de Campina Grande-PB: uma análise fundamentada na teoria dos dois circuitos da economia urbana. In: SÁ, Alcindo José; FARIAS, Paulo Sérgio Cunha; ABANO, Gleydson Pinheiro(Org). **Milton Santos e o universo (uno e diverso) brasileiro**. Recife: Ed Universitária da UFPE, 2009. P.65-91.

COSTA, A. F.; CLEPS G. D. G. A inserção da feira-livre no espaço urbano de Uberaba-MG. II Simpósio Regional de Geografia “Perspectiva para o cerrado no século XXI” Universidade Federal de Uberlândia – Instituto de Geografia. Nov. 2003. **Anais Eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.ig.ufu.br/2srg/5/5-73B.pdf>>. Acesso em: 05 ago. 2009.

**Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/>> Acesso em: 14 Nov 2012.

DINIZ, Lincoln da Silva. **Permanências e transformações do pequeno comércio na cidade**: as bodegas e a sua dinâmica sócio-espacial em Campina Grande. 1ª ed. Campina Grande: EDUFPG, 2009.

FIGUEIREDO, Vilma Dominga Monfardini; GUIDUGLI, Odeibler Santo. Pequenas cidades: os desafios dos conceitos e critérios de classificação. In: PITTON, Sandra Elisa; ANTÔNIO FILHO, Fadel David. (Org.) **Geografia plural**: única e múltipla. Rio Claro: IGCE/UNESP – Pós Graduação em Geografia, 2009.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Cidades. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acesso em: 23 abr. 2012.

\_\_\_\_\_. **Biblioteca**. Coleção Digital. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/>> Acesso em: 08 Ago 2012.

LIMA, Ricardo da Cunha Correia; CAVALCANTE, Arnóbio de Mendonça Barreto; FIDELES FILHO, José. Avaliação do processo de desertificação paraibano utilizando geotecnologias. SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SENSORIAMENTO REMOTO SBSR. Curitiba-Paraná. INPE, 2011. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.dsr.inpe.br/sbsr2011/files/p0358.pdf>> Acesso em: 30 abr 2012. p. 6874-6868.

MELO, Inácio Correia de. *et al.* **Livro do Município de Juazeirinho**. Fundação Brasileiro de Alfabetização – Paraíba. Mobral. João Pessoa: Gráfica J.B. Ltda, 1983.

PINTAUDI, Silvana Maris. Anotações sobre o espaço do comércio e do consumo. In: CARRERAS, Carles; PACHECO Susana Mara Miranda (Org). **Cidade e comércio**: a rua comercial na perspectiva internacional. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009.

RIETVELD, Pe. João Jorge; **O verde do Juazeiro**: história da paróquia de São José de Juazeirinho. João Pessoa: Imprell Gráfica e Editora, 2009. p. 188-194.

RIO, Gisela A. Pires. A espacialidade da economia: superfícies, fluxos e redes. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Olhares Geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

RODRIGUEZ, Janete Lins (Coor). **Atlas Escolar da Paraíba**. 3 ed. João Pessoa: Grafset, 2002.

SALGUEIRO, Teresa Barata; CACHINHO, Herculano. As relações cidade-comércio dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, Carles; PACHECO Susana Mara Miranda (Org). **Cidade e comércio**: a rua comercial na perspectiva internacional. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009.

SANTOS, Milton. **Espaço e sociedade**: ensaios. Petrópolis: Vozes, 1979.

\_\_\_\_\_. **Metamorfose do Espaço Habitado**. Fundamentos Teóricos e Metodológicos da Geografia. São Paulo: Editora Hucitec, 1988.

\_\_\_\_\_. Os dois circuitos da economia urbana e suas implicações espaciais. In: \_\_\_\_\_. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005. p. 93-116.

\_\_\_\_\_. **Manual da geografia urbana**. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008a.

\_\_\_\_\_. Tradução Myrna T. Rego Viana. **O espaço dividido**: Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008b.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 15ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008c.

SOARES, Ribeiro Soares. Pequenas cidades: um estudo sobre as relações socioespaciais nas áreas de cerrado em Minas Gerais. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). **Cidades Médias**: espaços em transição. Expressão popular, 2007.

SOUZA, Marcelo Lopes. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SUDEMA. Superintendência de Administração do Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.sudema.pb.gov.br/>> Acesso em: 25 Jul 2012.

# APÊNDICES

**APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FEIRANTES DE CONFECÇÕES  
EM JUAZEIRINHO**

1) Sexo: (     ) Feminino                      (     ) Masculino

2) Idade: \_\_\_\_\_ anos

3) Em qual cidade você reside?

---

4) Grau de escolaridade:

---

5) Trabalha apenas nesta feira ou exerce algum outro tipo de trabalho?

---

6) Quantas pessoas trabalham com você no banco? \_\_\_\_\_ pessoas.

7) De onde vêm suas mercadorias?

---

8) Há quanto tempo você faz esta feira?

---

9) Quantas feiras você faz semanalmente? Cite as cidades.

---

10) Dentre as feiras que você trabalha qual é a melhor para se trabalhar? Por quê?

---

---

11) As lojas que vendem roupas perto de você interferem em seus negócios? Por quê?

---

---

---

**APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS RESPONSÁVEIS DOS ESTABELECIMENTOS QUE VENDEM CONFECÇÕES EM JUAZEIRINHO**

1) Sexo: (     ) Feminino                      (     ) Masculino

2) Idade: \_\_\_\_\_ anos

3) Em qual cidade você reside?

\_\_\_\_\_

4) Quantos funcionários trabalham com você? \_\_\_\_\_ funcionários.

5) Possui outros estabelecimentos ou trabalha em alguma outra atividade?

\_\_\_\_\_

6) Há quanto tempo você está instalado em Juazeirinho-PB?

\_\_\_\_\_

7) De onde vêm as suas mercadorias?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8) Quais as formas de pagamento mais utilizadas (na compra e venda) em suas mercadorias?

\_\_\_\_\_

9) Você acha que feira ajuda ou atrapalha o seu comércio? Por quê?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_