

**COMÉRCIO, CIDADE E O FENÔMENO DA CENTRALIDADE URBANA:
UM OLHAR A PARTIR DO TRADICIONAL CALÇADÃO DE IMPERATRIZ
(MA)**

COMMERCE, CITY AND THE PHENOMENON OF URBAN CENTRALITY:
A LOOK AT THE TRADITIONAL CALÇADÃO OF IMPERATRIZ (MA)

Lucas Ribeiro da Silva

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
Av. dos Funcionários, s/n, andar 06, sala 604
Cidade Universitária, Recife/PE, 50740-550
luucas.ribeiros@hotmail.com

Elizeu Ribeiro Lira

Universidade Federal do Tocantins - UFT
Rua 03, quadra 17, s/n, bloco 07, sala 13
Jardim dos Ipês, Porto Nacional/TO, 77500-000
liraelizeu@uft.edu.br

Resumo

Este trabalho tem o propósito de analisar a centralidade urbana exercida pelo Calçadão de Imperatriz, um centro comercial que ao longo dos anos demonstra seu potencial, enquanto importante artéria de comércio popular. Uma das razões para o forte dinamismo desta área é a variedade de estabelecimentos comerciais, somado a sua localização privilegiada, que acabam fortalecendo seu dinamismo econômico. Nesse sentido, para atingir o objetivo proposto, efetuou-se o levantamento teórico-conceitual pautado em autores que tenham no cerne de suas pesquisas: o comércio, a cidade e o fenômeno da centralidade urbana. Além disso, foram realizadas idas a campo, para promover uma aproximação com o objeto de estudo e levantar informações consideradas relevantes para análise, bem como entrevista com o representante da Associação dos Lojistas do Calçadão - ALC e, aplicação de questionários junto ao público consumidor. A partir do uso desses procedimentos metodológicos, foi possível entender a lógica da centralidade urbana desta área comercial, que encontra explicações não somente pela presença de fixos ligados ao setor terciário, mas também pelos fluxos estabelecidos pelos cidadãos da própria cidade e sua região de influência.

Palavras-Chave: Comércio e cidade. Centralidade urbana. Calçadão. Imperatriz.

Abstract

This paper aims to analyze the urban centrality exerted by the Calçadão in Imperatriz, a commercial center that over the years has demonstrated its potential, as an important artery of popular commerce. One of the reasons for the strong dynamism of this area is the variety of commercial establishments, added to its privileged location, which end up strengthening its economic dynamism. In this sense, to reach the proposed objective, a theoretical and conceptual survey was carried out based on authors who have at the core of their researches: commerce, the city and the phenomenon of urban centrality. In addition, visits to the field were made, to promote an approximation with the object of study and gather information considered relevant for analysis, as well as interviews with the representative of the Calçadão Storekeepers Association - ALC, and the application of questionnaires to the consumer public. From the use of these methodological procedures, it was possible to understand the logic of the urban centrality of this commercial area, which is explained not only by the presence of fixed links to the tertiary sector, but also by the flows established by citizens of the city itself and its region of influence.

Keywords: Commerce and city. Urban centrality. Calçadão. Imperatriz.

1. Introdução

As ideias expostas neste artigo constituem em importantes elementos relacionados ao dinamismo regional de Imperatriz, uma cidade média situada no interior do estado do Maranhão (*ver figura 01*), cuja centralidade encontra forte explicação em razão da pujança conferida às atividades ligadas ao setor terciário, que desde a década de 1980 assume papel de destaque no interior da economia urbana municipal.

Imperatriz é o segundo maior núcleo urbano maranhense, com população de aproximadamente 273.110 habitantes segundo último censo (IBGE, 2022), ficando atrás somente da capital São Luís. Para além do seu porte populacional, outro aspecto que dinamiza sua expressão no âmbito regional diz respeito à sua localização privilegiada, a qual encontra-se nos limites da produção de soja em Balsas, da extração de madeira na fronteira com o Pará, da atividade siderúrgica em Açailândia, da produção de energia pela implantação da usina hidrelétrica em Estreito e da operação das atividades na fábrica da Suzano Papel e Celulose.

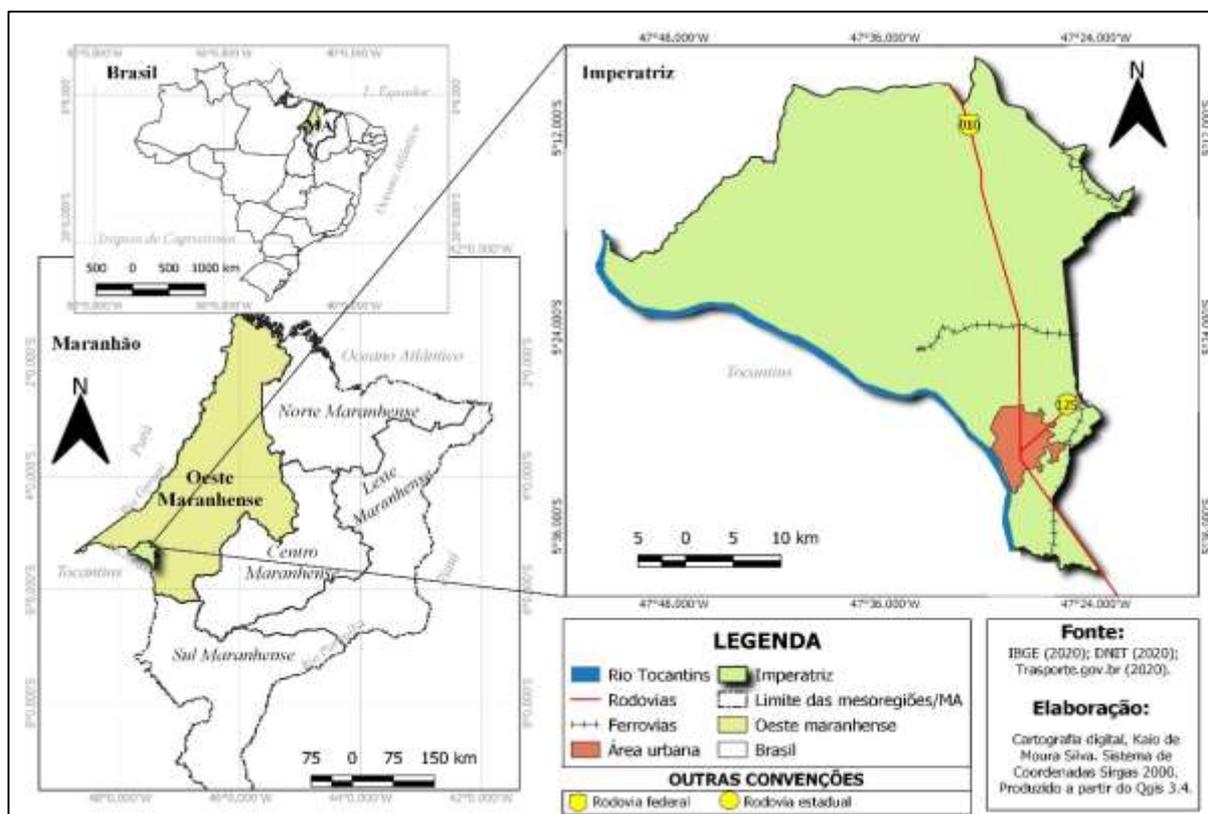


Figura 1. Localização geográfica de Imperatriz (MA). **Fonte:** Silva (2020).

Para dar suporte a essas potencialidades, Imperatriz acaba exercendo relevantes papéis e funções enquanto núcleo econômico e regional, constituindo-se enquanto um importante entreposto comercial entre as cidades situadas nas regiões central e sul do território maranhense, do extremo norte do Tocantins e ainda às porções sul e sudeste do estado Pará, fato que pode ser examinado a partir de seu Produto Interno Bruto – PIB, onde 72,6% corresponde à contribuição do setor terciário (IMESC, 2018). A soma de tais características acentua o destaque urbano-regional desta cidade, que de acordo com o estudo sobre as Regiões de Influência das Cidades (REGIC, 2018), enquadra-se na categoria de capital regional C.

Assim, as discussões aqui propostas têm a finalidade de compreender a centralidade exercida pelo centro tradicional de comércio de Imperatriz, popularmente chamado de Calçadão, e sua influência para o dinamismo econômico desta urbe. Ao longo dos anos esta área da cidade tem demonstrado seu potencial enquanto importante artéria comercial, que atrai consumidores de várias localidades.

Uma das razões que explicam o forte dinamismo econômico deste centro comercial é a variedade e considerável quantidade de estabelecimentos que podemos encontrar, principalmente, ligadas ao segmento de confecções e calçados, somado a sua localização privilegiada e de fácil acesso, que acabam fortalecendo sua centralidade. Além disso, outros fatores fortalecem este destaque, como a presença em suas adjacências de bancos, hospitais, supermercados, universidades, dentre outros.

Dessa forma, para atingir o objetivo anteriormente citado, os procedimentos de análise e interpretação da pesquisa apoiaram-se inicialmente em uma revisão bibliográfica de autores que tenham no cerne de suas pesquisas, o comércio, a cidade e o fenômeno da centralidade urbana, a exemplo de Cleps (2005), Lefebvre (1999), Ortigoza (2010), Pintaudi (2001; 2015), Santos (2006), Salgueiro & Cachinho (2009), Sposito (1991; 1996; 1998; 2001) e Whitacker (2003).

A construção do trabalho deu-se também pela realização de idas a campo, para promover uma aproximação com o objeto de estudo, efetuar registros fotográficos e levantar as informações consideradas relevantes para análise, tais como quantitativo de lojas, segmentos de maior abrangência, dentre outros. Além disso, foi aplicado um roteiro de entrevista junto ao representante da Associação dos Lojistas do Calçadão (ALC), com vistas de apreender a partir de suas falas o destaque econômico e regional deste centro comercial.

Também foi feito uso de questionário eletrônico, direcionado ao público consumidor do Calçadão, cujo propósito central foi entender a relevância desta área da cidade, no que diz respeito as suas práticas de consumo cidadinas. Estes instrumentos metodológicos foram essenciais no processo de investigação científica, fornecendo uma direção para a compreensão da influência deste centro comercial para o dinamismo econômico e regional de Imperatriz - MA.

2. Comércio e cidade, uma relação de origem

Ao analisar a história do advento das primeiras cidades, é possível apurar sua interrelação com as atividades comerciais. Assim, o comércio sempre estabeleceu uma estreita relação com a história de formação das cidades, sendo entendido, como uma das mais importantes atividades a darem formas e vida à cidade. Nesse sentido, a cidade e o comércio, devem ser estudados em sua interrelação, conforme Pintaudi et al. (2015, p. 156) ressaltam

O comércio foi peça fundamental para o nascimento das cidades e estas, permitiram o desenvolvimento das formas do comércio. Ao longo do tempo, esta relação de dependência e complementariedade só veio a se aprofundar, alcançando o patamar que encontramos hoje, início do século XXI, onde as formas materiais do comércio não têm existência a não ser pelo processo de reprodução do espaço urbano, ou melhor pela ampliação do modo de vida urbano a todas as partes do planeta.

Segundo Salgueiro e Cachinho (2009), as relações entre o comércio e a cidade perdem-se no tempo, se nem todas as cidades são filhas do comércio, em nenhuma civilização a vida urbana floresceu sem a presença das trocas. O comércio é, portanto, um dos elementos responsáveis pela estruturação das cidades, pelo crescimento econômico e por estimular mudanças no padrão de consumo da sociedade. Sobre o surgimento do comércio, Cleps (2005) afirma

[...] o comércio tem sua origem ligada a própria história da humanidade. Ele surgiu e se desenvolveu do momento em que passou a existir um excedente de produção, fruto do desenvolvimento das forças produtivas, que levou ao sistema de trocas. Assim, o aperfeiçoamento efetuado nos meios de produção, gerado pelo aprimoramento de novas técnicas, aumentou a produção e, conseqüentemente, intensificou a atividade comercial (Cleps, 2005, p. 72).

Com base no exposto, entende-se que foi com a produção dos excedentes e o aperfeiçoamento das técnicas de troca e circulação que o comércio teve origem enquanto atividade econômica. 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 e reprodução do espaço urbano.

Desta maneira, estudar o comércio, o consumo e sua relação com a cidade, permite compreender as relações sociais e capitalistas que sinalizam para as transformações no espaço urbano, na economia e na vida cotidiana da sociedade. Para Pintaudi (2001), a análise do comércio permite uma melhor compreensão do espaço urbano, na medida em que comércio e cidade são elementos indissociáveis, como podemos comprovar historicamente. Ainda na fala da autora, a atividade comercial pertence à essência do urbano e o aprofundamento dos estudos sobre o tema permite um melhor conhecimento desse espaço e da vida na cidade. Na concepção de Silva e Cleps,

O comércio sempre esteve muito associado ao urbano, sendo que, ao passo em que se intensificavam as atividades comerciais, as cidades surgiam e se desenvolviam. Porém, nota-se também a influência da cidade nas atividades comerciais, tendo em vista que, na medida em que essas se desenvolvem e se modernizam, o comércio precisa se reinventar, criar novas formas para sobreviver num mercado cada vez mais competitivo e inovador (Silva; Cleps, 2010, p. 02).

Assim, ao observar as cidades, é possível verificar uma relação direta entre elas, o comércio e o consumo. O estudo do desenvolvimento das atividades comerciais é um importante parâmetro para a compreensão das dinâmicas urbanas, conforme Salgueiro (1995, p. 183) adverte: “o comércio é importante para a cidade, em primeiro lugar, a troca é aí uma atividade tão significativa que diversos autores veem nela a razão essencial do urbano, em segundo lugar, o comércio e alguns serviços contribuem fortemente para definir a estrutura dos núcleos de povoamento”.

Nesse sentido, é fundamental entender o comércio e a cidade não somente pelas lógicas econômicas das empresas, mas também pelas práticas cidadinas dos consumidores. As lógicas econômicas das empresas, bem como as práticas espaciais da população que vive e consome na cidade impactam diretamente na estruturação da cidade, conforme ressalta Ortigoza (2010):

Essas relações entre a cidade e o comércio são dinâmicas e a cidade vai se tornando produto das decisões e das práticas de diversos atores, entre eles os comerciantes, os consumidores, os promotores imobiliários e os produtores/fabricantes. Daí a importância da dimensão espacial na análise do comércio e do consumo (ORTIGOZA, 2010, p. 8-9).

De modo geral, a cidade está atrelada ao comércio, reforçando assim sua relação indissociável. Compreender as questões inerentes ao comércio, é de fundamental importância para o entendimento das dinâmicas de produção e reprodução do espaço urbano. Com isso, nota-se que a inserção do comércio nas cidades modifica sua dinâmica e cria novos espaços de consumo, conforme Corrêa (2005, p. 36) salienta:

A grande cidade capitalista é o lugar privilegiado de ocorrência de uma série de processos sociais, entre os quais a acumulação de capital e a reprodução social têm importância básica. Estes processos criam funções e formas espaciais, ou seja, criam atividades e suas materializações, cuja distribuição espacial constitui a própria organização espacial urbana.

Neste contexto da cidade capitalista, o comércio ganha destaque na compreensão da cidade, inclusive no que se refere às modificações que podem ocorrer no âmbito da sua morfologia urbana. Nessa direção, cumpre destacar como o comércio acaba influenciando na criação de áreas especializadas na oferta de atividades comerciais e prestação de serviços, que acabam exercendo uma certa centralidade. E é sobre estes aspectos que o próximo item irá tratar.

3. Breves considerações sobre o fenômeno da centralidade urbana

Apesar de não ser uma temática nova, sendo consolidada nos estudos urbano-regionais de diversos pesquisadores, as discussões em torno dos centros citadinos são perenes e um tanto quanto complexas, afinal, como Lefebvre (1999, p. 124) salienta, “a questão da centralidade não é das mais fáceis”. Ainda de acordo com o presente autor, as funções, as estruturas e as formas não se mostram suficientes para explicar o cerne do fenômeno urbano, encontrando apenas na centralidade a essência da questão.

Dessa forma, a centralidade é entendida a partir do entrelaçamento com as cidades, não somente em relação a dependência de umas com as outras, mas também pelo sentido de complementariedade. Segundo Sposito (1991, p. 05), não podemos discutir o espaço de circulação, produção de serviços e de verticalização, sem tocar na questão da centralidade. Para se entender o fenômeno da centralidade urbana, torna-se necessário realizar uma análise da mesma, a partir de duas escalas territoriais, conforme Sposito (1998) comenta:

A centralidade urbana pode ser abordada em duas escalas territoriais: a intraurbana e a de rede urbana. No primeiro nível é possível focar as diferentes formas de expressão dessa centralidade tomando como referência o território da cidade ou da aglomeração urbana, a partir de seu centro ou centros. No segundo nível a análise toma como referência a cidade ou aglomerado urbano principal em relação ao conjunto de cidades de uma rede, essa por sua vez podendo ser vista em diferentes escalas e formas de articulação e configuração, de maneira a que se possam compreender os papéis da cidade central (SPOSITO, 1998, p. 27).

Assim sendo, ao se realizar um estudo tendo como cerne de preocupação a centralidade urbana, deve-se ter em mente a influência que uma cidade exerce sobre o próprio território, por meio de um ou mais centros. Ou os papéis assumidos pela cidade na rede urbana a qual está inserida. Diante desse quadro, a centralidade urbana está diretamente atrelada a atração estabelecida pelas atividades situadas em uma localidade ou numa rede de cidades, levando enquanto referência uma área ou outra no interior do espaço urbano ou uma urbe com papéis interurbanos e que exerce certa influência a partir do seu dinamismo sociocultural, político-administrativo e comercial.

Destaca-se ainda que qualquer ponto pode tornar-se central, um nó de convergência, conforme fala Lefebvre (1999), todo espaço urbano foi, é e será concentrado e poli(multi)cêntrico. A cidade, ao concentrar a produção, gestão de bens e serviços, acarreta coesões entre as formas e funções espaciais que promovem a centralidade urbana. Segundo Montessoro (2006):

A centralidade pode ser entendida pelos fluxos estabelecidos nas diversas áreas que compõem o tecido urbano, pois é uma justaposição de movimentos que assinalam as constantes mudanças no tempo e no espaço em função da localização de atividades comerciais e de serviços por toda a cidade, umas com densidade maior que outras, sendo comum a cada nova localização das formas espaciais a constituição de nós de circulação e articulação entre as pessoas, mercadorias, informações que fazem parte do todo social (MONTESSORO, 2006, p. 65).

Em síntese, a centralidade urbana é a capacidade de polarização de fluxos, sejam intraurbanos ou urbano-regional, levando em consideração os diversos objetos e componentes. É a força de atração que uma cidade exerce, a partir de sua localização e disponibilidade de oferta de bens, serviços e informações. Portanto, a centralidade está relacionada com a presença de fixos que atraem fluxos de diferentes pontos, resultando no intenso movimento do capital (Santos, 2006).

Segundo Corrêa (1994), “a centralidade de um núcleo, refere-se ao grau de importância de suas funções centrais: maior o número delas, maior a sua região de influência, maior a população externa atendida pela localidade central e maior a sua centralidade”. Em termos gerais, trata-se dos espaços que serão diretamente influenciados pela área central da cidade.

Nesta análise, a centralidade urbana se apresenta como um conceito chave que permite a compreensão das relações e interações socioespaciais estabelecidas no interior das cidades. Partindo deste pressuposto, centralidade e cidade estão intrinsecamente relacionadas, conforme

Whitacker (2003, p. 127) esclarece, “não existe cidade sem centralidade, por isso, se compreende que a única categoria que pode ser utilizada para definir a cidade em todos os tempos é o centro”.

A centralidade pode se manifestar a partir da reunião e concentração de atividades econômicas dominantes do lugar central, em relação aos demais espaços da cidade. De acordo com Sposito (1996), a centralidade diz respeito aos fluxos, à fluidez, ou seja, é a expressão da dinâmica da definição e redefinição das áreas centrais e dos fluxos no interior da cidade.

Ao tratar da centralidade, Vargas (2001) considera que a área central deve ser entendida como o local de encontro de fluxos de toda ordem, reunindo uma variada quantidade de atividades terciárias. No tocante as cidades brasileiras, verifica-se que desde os médios até os grandes centros urbanos, há uma determinada área na qual se concentram as atividades do setor terciário. E é sobre tais aspectos que o próximo item deste capítulo irá discutir, levando em consideração o dinamismo econômico conferido ao centro de comércio popular da cidade de Imperatriz, Maranhão.

4. A rua na perspectiva comercial: a centralidade urbana do tradicional Calçadão de Imperatriz, Maranhão

Existem ruas que acompanham a evolução das cidades, e por esse motivo carregam inúmeras marcas de sua formação e consolidação, conforme nos adverte Carlos (2007, p. 51), “a rua se coloca como dimensão concreta da espacialidade das relações sociais num determinado momento histórico”. No caso de Imperatriz, diversas ruas e avenidas marcaram o processo de evolução da cidade, carregando um pouco de sua história, a exemplo da avenida Getúlio Vargas (ver figura 02).



Figura 2. Av. Getúlio Vargas no ano de 1968. **Fonte:** Associação Humanitária de Imperatriz - Albé Ambrogio.

A figura 02 nos mostra que desde a década de 1960 a presente avenida já se apresentava enquanto importante via municipal, por fazer ligação da área central de Imperatriz com as demais áreas da cidade. Além disso, devido ao grande fluxo de pessoas e mercadorias que ocorriam nesta área, muitos comerciantes optavam por implantar ali seus negócios. Por esse motivo, a referida avenida passou a desempenhar importantes funções de cunho comercial e prestação de serviços.

Nesse sentido, em 1979, no governo do então prefeito Carlos Amorim, foi iniciado a construção do Calçadão de Imperatriz, uma área destinada à presença e exercício de atividades comerciais na cidade. Desde a sua construção até os dias de hoje, o Calçadão de Imperatriz (ver *figura 03*) demonstra seu potencial enquanto importante centro popular de comércio, que atrai não somente os imperatrizenses, mas também consumidores de outras cidades das regiões central e sul do território maranhense, do extremo norte do Tocantins e ainda das porções sul e sudeste do estado do Pará.



Figura 3. Calçada de Imperatriz - Da construção aos dias atuais. **Fonte:** Museu virtual de Imperatriz¹. O autor, 2016; 2023.

Assim, o Calçada de Imperatriz passa a exercer forte centralidade, não somente pela quantidade de estabelecimentos comerciais, como também pelos fluxos presentes nesta área. Nas palavras de Sposito (2001, p. 238), “os fluxos permitem a apreensão da centralidade, porque é através dos nódulos de articulação intra e interurbana que a centralidade se revela”.

Coadunando com a fala da presente pesquisadora, é interessante destacar a presença do terminal expresso (*ver figura 04*), um equipamento urbano que permite a integração entre as diversas linhas de ônibus da cidade, localizado nas adjacências do Calçada de Imperatriz, o que possibilita o acesso de diversas pessoas a este centro comercial.



Figura 4. Terminal integrado de Imperatriz – Maranhão. **Fonte:** O autor, 2019.

Passam por este terminal, linhas de ônibus municipal e intermunicipal, que fazem rota entre os bairros de Imperatriz e as cidades de Senador La Roque, João Lisboa, Davinópolis, Governador Edson Lobão e Ribamar Fiquene, o que possibilita a circulação de inúmeras pessoas da cidade e de sua região de influência, que não possuem meio de locomoção próprio.

Este fato reforça a centralidade do Calçada de Imperatriz, indo em direção ao que Bueno (2016, p. 77) adverte: “o debate da centralidade requer a análise da acessibilidade aos

¹ Disponível em: <https://museu-virtual.blogspot.com/2014/06/fotografia-efetuada-durante-construcao.html#>

equipamentos e aos serviços urbanos, o que permite vislumbrar a lógica das localizações presentes nos deslocamentos das pessoas por meio de transporte individual e/ou coletivo”.

Nas palavras do representante da Associação dos Lojistas do Calçadão – ALC, concedidas por meio de entrevista, esta área da cidade representa o coração do comércio de Imperatriz, e não só por isso, apresenta tanto destaque. Ainda de acordo o mesmo,

o Calçadão é uma das principais veias do comércio de Imperatriz, já que é uma área econômica de grande importância, tendo em vista que é um pólo comercial, que atende muitos municípios circunvizinhos do próprio Maranhão e de outros estados como o Pará e o Tocantins, gerando assim muitos empregos e renda para a cidade (Representante da Associação dos Lojistas do Calçadão. Entrevista realizada no dia 03/12/2020).

Estes elementos, somados a variedade e quantidade de estabelecimentos comerciais presentes no Calçadão de Imperatriz, tornam este espaço um importante centro de compra popular, de grande expressão no cenário regional. Segundo o levantamento do uso do solo das categorias funcionais identificadas no Calçadão, foi possível encontrar diversos segmentos comerciais, que vão desde lojas departamentais (ver figura 05) de destaque nacional, a pequenos comércios.



Figura 5. Loja de departamento – Marisa. **Fonte:** O autor (2023).

Todavia, apesar destas formas comerciais estarem instaladas no Calçadão, o que prevalece são os pequenos estabelecimentos comerciais, conforme pode-se apreender por meio da tabela a seguir.

Tabela 1. Número de estabelecimentos comerciais encontrados no Calçadão.

SEGMENTO COMERCIAL E PRESTADOR DE SERVIÇO	QUANTIDADE
Acessórios e bijuterias	06
Artigos do lar	01
Artigos para bebês	08
Bolsas	03
Calçados	14
Clínica dentária	01
Clínica oftalmológica	02
Confecções	61
Cosméticos e perfumaria	02
Eletrônicos	07
Farmácias	03
Instituições bancárias	03
Joalheria e óticas	02
Lanchonetes e restaurantes	02
Lojas de departamento	02
Outros	03
Total	120

Fonte: Pesquisa de campo, 2020.

A partir da tabela 01, é possível verificar que a área analisada apresenta considerável variedade de segmentos comerciais. No entanto, o setor de confecções compõe a maioria dos pontos de comércio levantados na pesquisa de campo, com um total de 61 lojas. Na sequência de estabelecimentos comerciais com maior abrangência, tem-se o setor de calçados, com 14 lojas.

Essa assertiva entra em consonância com as respostas dadas via questionário eletrônico, que fora aplicado a 40 cidadãos que frequentam o Calçadão, tendo em vista que ao serem perguntados sobre os tipos de produtos que mais costumam comprar quando vão a este espaço da cidade, 32 responderam calçados e confecções, conforme pode-se analisar no gráfico a seguir (ver figura 06).

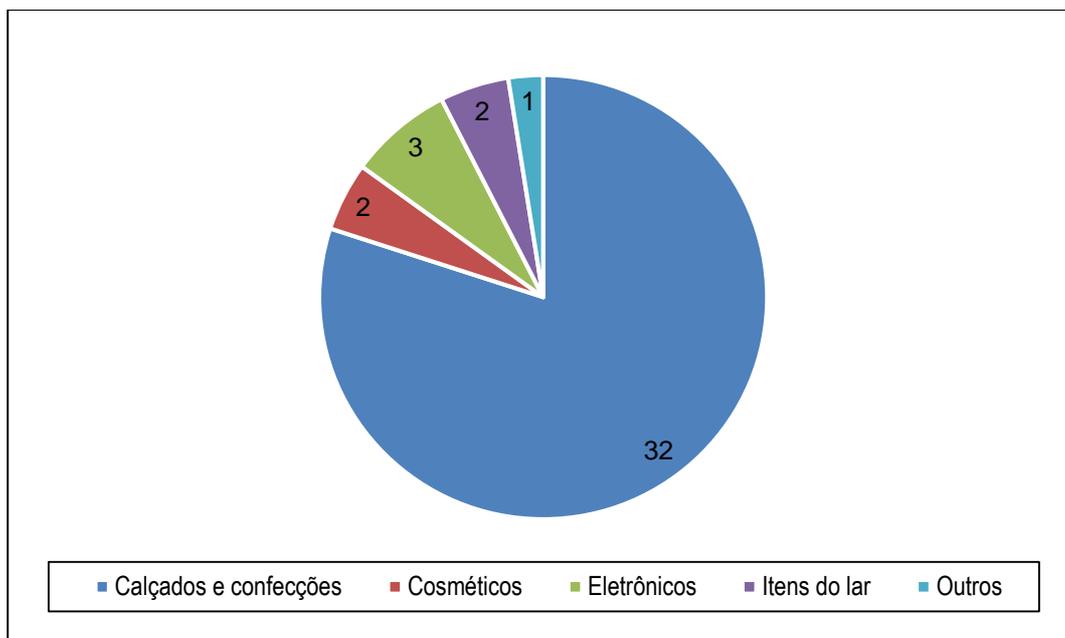


Figura 6. Tipos de produtos mais adquiridos no Calçadão. **Fonte:** Dados adquiridos via questionário eletrônico, 2020.

Os dados dispostos acima demonstram que o fluxo de pessoas no Calçadão dá-se quase que exclusivamente para compras de calçados e/ou confecções, tendo em vista a variedade de lojas desses segmentos, sendo estes um dos principais responsáveis pela relevância urbana e econômica desta área. Ainda com base neste gráfico, verifica-se que alguns segmentos comerciais possuem apenas uma ou duas unidades, como é o caso do setor de cosméticos e eletrônicos, entretanto, estes conseguem manter fluxos de consumidores que se direcionam a estas lojas a procura destes produtos específicos.

Ao serem questionados sobre as idas ao Calçadão, ou seja, com que frequência costumam se direcionar para esta área da cidade, metade dos cidadãos (20 pessoas) disseram ir mensalmente, sobretudo no início de cada mês, o que revela um público consumidor composto majoritariamente por trabalhadores assalariados, que possuem renda mensal única, variando de um a três salários mínimos.

Ressalta-se ainda que dez (10) pessoas responderam ir diariamente ao Calçadão, tratando-se de funcionários de empresas inseridas neste espaço ou nas suas mediações, o que possibilita o acesso a esta área comercial cotidianamente. Entre os demais participantes da pesquisa, sete (07) disseram deslocar-se ocasionalmente e três (03), semanalmente.

Conforme destacado anteriormente, uma das principais características da centralidade urbana é a acessibilidade. Nesse sentido, ao questionar os cidadãos sobre os meios de locomoção mais utilizados para o deslocamento até o Calçadão, foi possível aprender os seguintes dados (ver figura 07).

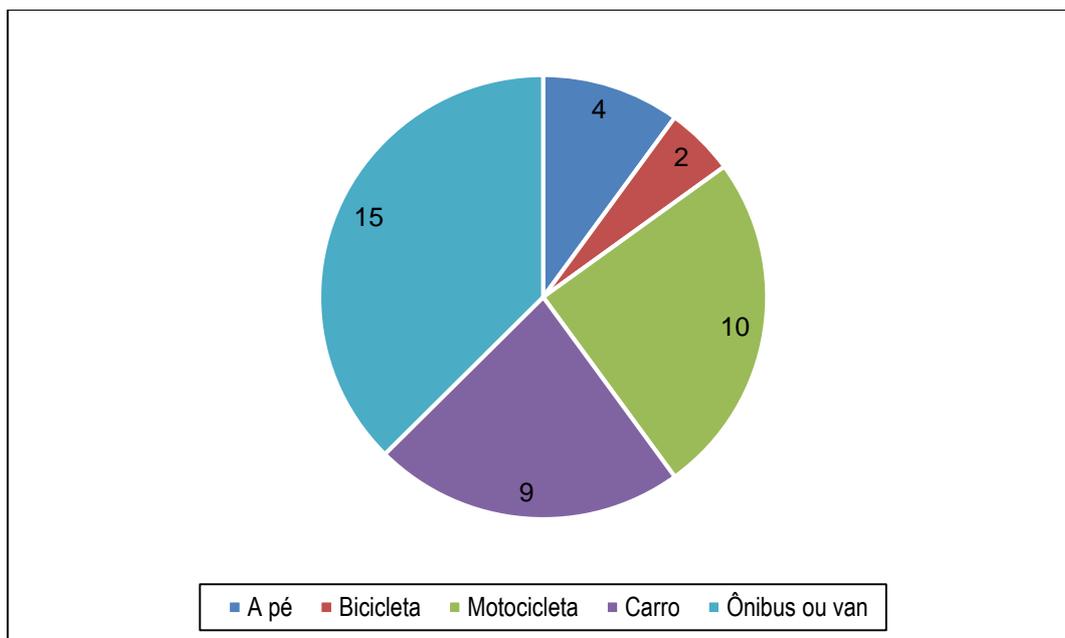


Figura 7. Meios de locomoção mais utilizados para ir ao Calçadão. **Fonte:** Dados adquiridos via questionário eletrônico, 2020.

Os dados expostos acima, demonstram que uma relativa parcela da população (15 pessoas) utiliza ônibus ou van para deslocar-se até este centro comercial, o que demonstra o caráter popular atribuído ao Calçadão. Em seguida, tem-se o uso de motocicletas (10 pessoas), tendo em vista a popularização deste meio de transporte no cenário nacional, sobretudo, nas pequenas e médias cidades.

Sobre as principais motivações que fazem esses cidadãos comprarem nesta área de comércio da cidade, evidencia-se a variedade e qualidade dos produtos encontrados no Calçadão, resposta dada por vinte e cinco (25) participantes, seguida do fator preço, com sete (07) respostas. Além destas, cinco (05) pessoas responderam que o diferencial deste espaço é a acessibilidade e três (03), apresentaram outras motivações, dentre as quais pode-se destacar a facilidade de crédito ofertado por algumas lojas.

Nessa perspectiva, vale destacar algumas falas apreendidas nos questionários aplicados aos consumidores do Calçadão, quarenta (40) no total, sobre a relevância desta área comercial:

O Calçadão é um local de muitos fluxos. É muito importante para a cidade de Imperatriz. Promove uma diversidade de produtos que atraem populações de distintas áreas da própria cidade e de outros municípios (Entrevistado nº 01. Questionário aplicado no dia 15/11/2020).

Após as obras de revitalização, ficou mais agradável caminhar pelo principal centro de compra popular de Imperatriz. O local tem uma boa estrutura, grande variedade de lojas e tudo por ali é perto e de fácil acesso (Entrevistado nº 02. Questionário aplicado no dia 15/11/2020).

Estas falas reforçam o que vem sendo dito sobre o Calçadão, sobretudo, com relação a variedade e qualidade dos produtos encontrados nessa área, somados a sua localização estratégica. Posteriormente, ao serem indagados sobre as principais formas de pagamento utilizadas nas suas compras, os cidadãos deram as seguintes respostas (ver figura 08).

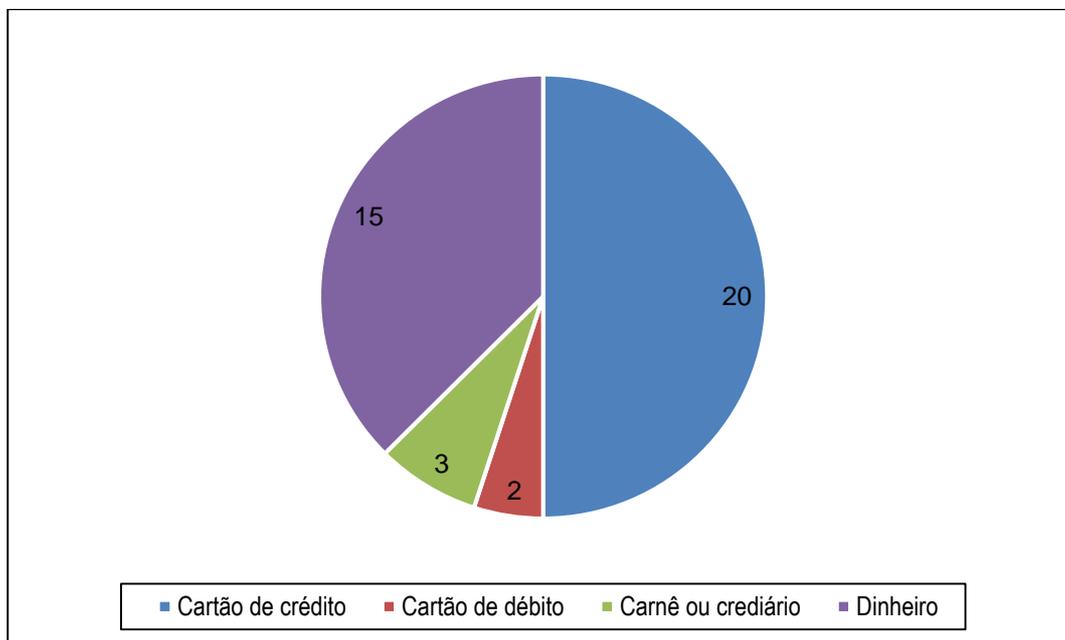


Figura 8. Calçadão - Formas de pagamento mais utilizadas. **Fonte:** Dados adquiridos via questionário eletrônico, 2020.

Com base nos dados anteriores, verifica-se que a maior parte dos entrevistados utilizam o cartão de crédito como principal forma de pagamento. Este fato pode indicar mudanças no comportamento econômico da população, motivadas pelas novas lógicas de consumo atreladas a fase contemporânea do capitalismo global. Por outro lado, nota-se que as compras à vista ainda têm grande expressividade no cenário de pagamento de compras realizadas no Calçadão, o que revela que alguns entrevistados consideram o uso de cartão de crédito não muito confiável.

Destarte que três (03) pessoas disseram pagar as suas compras realizadas no Calçadão via carnê ou crediário. Isso demonstra que as relações comerciais foram modificadas ao longo do tempo, de modo que aquele famoso “nome na praça”, foi sendo substituído por novos mecanismos que permitem facilitar as vendas e garantir lucratividade.

A soma destes elementos, acrescidas das falas do representante da Associação dos Lojistas do Calçadão - ALC, bem como as observações *in loco* que foram realizadas, reforçam a centralidade desta área comercial, que na sua essência carrega um pouco da história da cidade. Além disso, o estabelecimento de diversos fluxos, sejam de pessoas, informações e capital, fortalecem o dinamismo de Imperatriz, não somente no cenário intraurbano, como também na rede urbana.

5. Conclusão

O referido estudo se ocupou em abordar a questão da centralidade urbana exercida pelo Calçadão de Imperatriz, uma área da cidade que na sua essência carrega a prática do comércio popular. Pôde-se constatar desse modo, que este centro comercial tem papel de destaque no contexto intraurbano, e também no urbano-regional, levando em consideração os fluxos que são estabelecidos, seja de capital, pessoas e mercadorias.

A centralidade urbana desta área de comércio pode ser explicada também pelas funções urbano-regionais que se centralizam em Imperatriz, das quais algumas delas encontram-se situadas nas adjacências do Calçadão, a exemplo de agências bancárias, supermercados, hospitais e universidades, o que possibilita um maior dinamismo desta área.

A soma destes elementos, acrescida da variedade e quantidade de estabelecimentos comerciais, atrelada aos fluxos de populações oriundas de outras cidades circunvizinhas e até mesmo de outros estados, como é o caso do Pará e Tocantins, reafirmam o dinamismo urbano e econômico deste centro comercial. A partir daí fica a preocupação em destacar que os estudos referentes ao Calçadão de Imperatriz está longe de serem esgotados, revelando vários desdobramentos, reforçando a importância de novos estudos e pesquisas que busquem ampliar o seu escopo analítico.

Referências

- BUENO, P. H. C. Centralidade intraurbana: uma abordagem conceitual. **Revista Equador**, v. 05, n. 05, p.71-93, 2016.
- CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007.
- CLEPS, G. D. G. **Estratégias de reprodução do capital e as novas espacialidades urbanas: o comércio de auto - serviço em Uberlândia – MG**. 2005. 312 f. Tese (Doutorado) – Curso de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual Paulista, Rio Claro (SP), 2005.
- CORRÊA, R. L. **A rede urbana**. São Paulo: Ática, 1994.
- CORREA, R. L. **O espaço urbano**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2005.
- LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1999.
- MONTESSORO, C. C. L. **Centralidade urbana e comércio informal: os novos espaços de consumo no centro de Anápolis – GO**. (Tese de Doutorado). Universidade Estadual Paulista – Presidente Prudente, 2006. 384p.
- ORTIGOZA, S. A. G. **Paisagens do Consumo**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- PINTAUDI, S. M. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, A. F. A. (Org.) **Novos Caminhos da Geografia**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2001, p. 143-160.

- PINTAUDI, S. M. et al. **Mutações das formas comerciais varejistas no espaço urbano**. In: XVI ENANPUR, 2015, Belo Horizonte. Anais eletrônicos... Belo Horizonte: ENANPUR, 2015. p. 01-06.
- SALGUEIRO, T. B. **Do comércio a distribuição**: roteiro de uma mudança. Lisboa: Celta, 1995.
- SALGUEIRO, T. B; CACHINHO, H. As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, C; PACHECO, S. M. M. **Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**: Técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. 2. reimpr. Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- SILVA, R. R. da; CLEPS, G. D. G. **A geografia do comércio e os processos de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de shopping centers**. In: XVI ENG, 2010, Porto Alegre. Anais eletrônicos... Porto Alegre: XVI ENG, 2010. p. 01-10.
- SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista de Geografia**, São Paulo, v. 10, p. 01-17, 1991.
- SPOSITO, M. E. B. Reestruturação da cidade. In: MELLO, J. (org.). **Região, cidade e poder**. Presidente Prudente, GASPERR, 1996.
- SPOSITO, M. E. B. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. **Território**, Rio de Janeiro: ano III, nº 4, jan. - jun. 1998. p. 27 -37.
- SPOSITO, M. E. B. Novas formas comerciais e redefinição da centralidade intraurbana. In: SPOSITO, M. E. B. (org.). **Textos e contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: UNESP/GAsPERR, 2001.
- VARGAS, H. C. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- WHITACKER, A. M. **Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto -SP**. Tese (Doutorado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, 2003.