



COMÉRCIO, CONSUMO E OS NOVOS USOS DO/NO ESPAÇO: O CASO DA PRAÇA DO TRABALHADOR EM TERESINA-PI

Commerce, Consumption and the New Uses of/in Space: The case of the Workers Plaza in Teresina-PI

Comercio, Consumo y Nuevos Usos de/en el Espacio: El caso de la Plaza de los Trabajadores en Teresina-PI

 <https://doi.org/10.35701/rcgs.v25.927>

Emilson Oliveira dos Santos¹

Histórico do Artigo:

Recebido em 18 de abril de 2023

Aceito em 19 de outubro de 2023

Publicado em 07 de dezembro de 2023

RESUMO

O presente artigo analisa os novos usos do/no espaço da Praça do Trabalhador no município de Teresina – PI, oriundos da chegada de vários estabelecimentos comerciais atraídos pela instalação de uma empresa do ramo *Contact Center*. Este artigo objetiva analisar como as práticas comerciais modificaram o uso do espaço da Praça do Trabalhador pelos moradores do bairro Dirceu Arcoverde, buscando destacar como o comércio contribuiu para alterar a dinâmica local quanto à movimentação de pessoas, de produtos e de capital. Tendo abordagem quanti-qualitativa, esta pesquisa se utilizará de questionários e entrevistas para atingir seus objetivos. Concluiu-se que com a presença e a expansão das atividades comerciais no interior da área de estudo, houve a alteração no uso deste espaço, a partir de novas relações entre comunidade e praça, retratadas pelo afastamento dos residentes do bairro em relação à Praça do Trabalhador mediante a tomada de seu espaço pelos estabelecimentos comerciais e o desaparecimento de equipamentos urbanos que outrora serviam de lazer para a população local.

Palavras – Chaves: Consumo. Espaço Urbano. *Contact Centers*. Teresina-PI.

ABSTRACT

This article analyzes the new uses of/in the space of the Praça do Trabalhador in the city of Teresina - PI, as a result of the arrival of several commercial establishments attracted by the installation of a Contact Center company. This article aims to analyze how commercial practices have changed the use of the space in the Praça do Trabalhador by the residents of the Dirceu Arcoverde neighborhood, highlighting how trade has contributed to changing the local dynamics in terms of movement of people, products and capital. Taking a quantitative-qualitative approach, this research will use questionnaires and interviews to achieve its objectives. It was concluded that with the presence and expansion of commercial activities inside the study area, there was a change in the use of this space, from new relations between community and square, portrayed by the distancing of the neighborhood residents

¹ Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Professor do departamento de Geografia da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), *Campus* Dr. Josefina Demes. E-mail: bookolivere@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-6262-8643>

in relation to the Worker's Square through the taking of its space by commercial establishments and the disappearance of urban equipment that once served as leisure for the local population.

Key-words: Consumption. Urban Space. Contact Centers. Teresina-PI.

RESUMEN

Este artículo analiza los nuevos usos de/en el espacio de la Praça do Trabalhador en la ciudad de Teresina - PI, derivados de la llegada de varios establecimientos comerciales atraídos por la instalación de una empresa en la rama del Contact Center. Este artículo pretende analizar cómo las prácticas comerciales han cambiado el uso del espacio de la Praça do Trabalhador por parte de los residentes del barrio de Dirceu Arcoverde, buscando destacar cómo el comercio ha contribuido a cambiar la dinámica local en términos de movimiento de personas, productos y capital. Con un enfoque cuantitativo-cualitativo, esta investigación utilizará cuestionarios y entrevistas para alcanzar sus objetivos. Se concluyó que con la presencia y expansión de las actividades comerciales dentro del área de estudio, se produjo un cambio en el uso de este espacio, a partir de nuevas relaciones entre la comunidad y la plaza, retratadas por el distanciamiento de los residentes del barrio en relación con la Praça do Trabalhador por la toma de su espacio por parte de los establecimientos comerciales y la desaparición de los equipamientos urbanos que antes servían de ocio para la población local.

Palabras clave: Consumo. El espacio urbano. Centros de contacto. Teresina-PI.

INTRODUÇÃO

Entender a cidade enquanto sistema é percebê-la como um conjunto de elementos que se relacionam, gerando resultados contraditórios e complementares, seja de forma perceptível quanto imperceptível na paisagem urbana. Milton Santos (1989) em seus estudos acerca do espaço urbano destacou que este, se define como um sistema de ações contraditório. Na contemporaneidade, onde o sistema capitalista se alastra pelo globo definindo a economia das nações, o espaço das cidades torna-se ainda mais complexo, fragmentado e hierarquizado.

Vivemos hoje uma era do consumo e da generalização da mercadoria. A cidade virou palco de interesses de pequenos e grandes atores que exercem suas funções no jogo econômico onde o objetivo principal é o acúmulo de capital. Nessa perspectiva, a atividade comercial destaca-se como fator que possibilita a transformação do espaço, gerando e potencializando contradições ao mesmo tempo em que modifica os seus usos.

As atividades comerciais e a cidade desde sempre estiveram intrinsecamente ligadas. Na antiguidade, o comércio possibilitou o nascimento e o crescimento de muitos centros populacionais. No mundo pós século XX onde o capitalismo se firmou como modelo econômico, as práticas comerciais modificaram-se gerando alterações no uso do espaço e diversas transformações na organização espacial de grandes, médias e pequenas cidades.

O presente artigo tem como objetivo geral analisar as alterações no uso do espaço da Praça do Trabalhador a partir do estabelecimento de atividades comerciais em seu interior. E como específicos: Evidenciar o consumo e o comércio como agentes transformadores dos usos do espaço; Entender como a chegada de uma empresa do ramo *Contact Center* contribuiu para as alterações na dinâmica local;

Apontar quais mudanças no uso do espaço da praça do trabalhador ocorreram a partir da prática comercial.

Para isso tomamos o espaço da cidade como elemento principal desse estudo e como categorias para sua análise as atividades comerciais e o consumo. Nesse estudo, assumimos o espaço urbano como resultado e condição, produto de relações sociais e local de contradições, assim como Lefebvre (2000).

A Praça do Trabalhador torna-se aqui o objeto de análise desse artigo, porém para entender as mudanças no tocante ao uso do seu espaço, se faz necessário a análise e relação de outros objetos. Insere-se aqui, a análise entre a relação Praça do Trabalhador e a empresa Alma Viva do Brasil, atuante no ramo *Contact Center*, localizada nos arredores desta Praça.

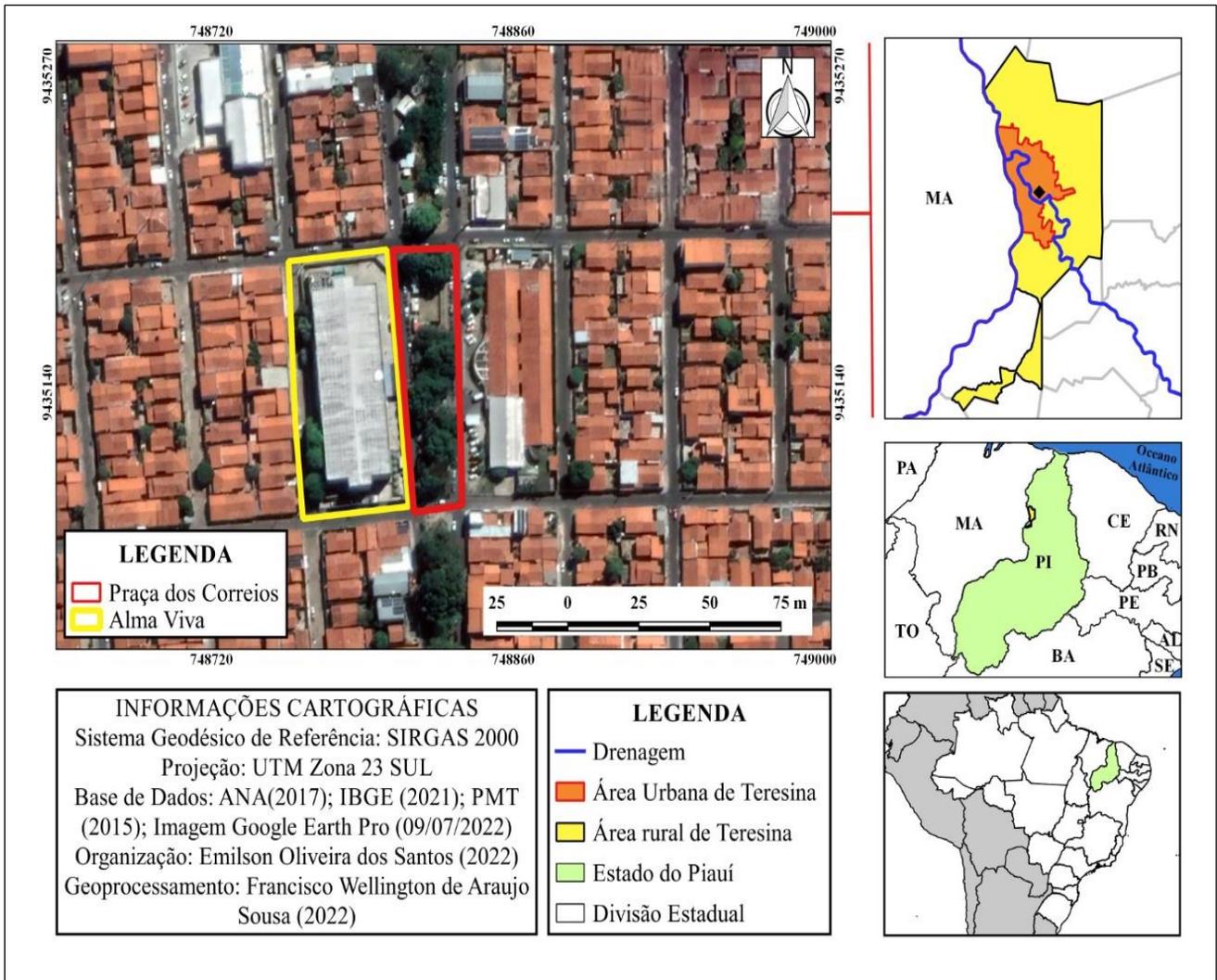
Esta empresa é um exemplo de transnacionais que se deslocam dos seus países de origem (desenvolvidos) para outros (em desenvolvimento) em busca de incentivos fiscais e diminuição de custos. Nos novos locais, as empresas *Contact Centers* se tornam elementos atrativos para atividades comerciais, pois vários pequenos comerciantes se instalam nos arredores destas organizações, onde até então inexistia focos de comércio, para vender seus produtos aos trabalhadores.

O presente artigo encontra-se dividido em 5 sessões: sendo a Introdução a primeira delas, enfatizando de forma sucinta o que este artigo deseja tratar; seguida da parte metodológica, apresentando detalhadamente o passo-a-passo da construção deste trabalho; posteriormente é apresentado a parte teórica da pesquisa com a reflexão sobre o papel das atividades comerciais na modificação nos usos do espaço; A discussão dos dados obtidos mostrará as alterações na relação entre comunidade – praça e o papel da empresa Alma Viva do Brasil e dos comerciantes nessa alteração. A conclusão será a parte final do trabalho apresentando de forma sucinta todas as reflexões construídas com a pesquisa.

MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho parte da hipótese de que a chegada de dezenas de comerciantes ao interior da Praça do Trabalhador, provocou a modificação no uso do seu espaço a partir da inserção de uma nova dinâmica: a comercial. Como mencionado, a área de estudo deste artigo é a Praça do Trabalhador, localizada no bairro Dirceu Arcoverde, zona sudeste do município de Teresina, capital do Piauí, como demonstra a Figura 1:

Figura 1: A Praça do Trabalhador em Teresina-PI.



Fonte: Google Earth, 2022. Geoprocessamento: SOUSA, 2022. Organizado por: SANTOS, 2022.

As análises feitas nesta obra ocorreram sobre a premissa da dialética, analisando todas as contradições inseridas no espaço urbano a partir das regras impostas pelo capital. Prodanov e Freitas (2013, p. 34) destacam que a dialética “[...] a partir do pressuposto de que todos os fenômenos apresentam características contraditórias unidas e indissolúveis”. Dessa forma, para que compreendamos as alterações no uso do espaço da Praça do Trabalhador a partir da atividade comercial é de suma importância compreender quais os motivos levaram essa atividade se desenvolver em nossa área de estudo implicando a ela novas dinâmicas e novas relações.

Para a construção deste artigo, foi adotada a pesquisa bibliográfica na busca do entendimento acerca da relação comércio - consumo - espaço urbano e da pesquisa de campo para verificar *in lócus* as transformações do espaço e as modificações no seu uso a partir do exercício de

práticas comerciais. Tendo como abordagem quanti-qualitativa, esta pesquisa tem caráter descritivo-exploratório, aliadas a aplicação de entrevistas e questionários.

Esta aplicação ocorreu durante a pandemia provocada pelo SARS-Cov-2, entre os meses de dezembro de 2021 e fevereiro de 2022, período ainda marcado pela presença de restrições e medidas adotadas na intenção de conter o avanço da covid-19. Objetivando alcançar os objetivos da pesquisa, foram aplicados questionários à todos os 17 comerciantes que atuam na praça, totalizando 100 % desta parte do universo da pesquisa. As perguntas realizadas dizem respeito basicamente aos motivos que levaram a estes sujeitos a levarem seus trailers para o interior da Praça do Trabalhador e comercializarem seus produtos. Esse questionamento proporcionou a conclusão de que a presença de uma *Contact Center* e um grande número de consumidores atraídos pela empresa, ocasionou a atração destes comerciantes.

As entrevistas foram aplicadas a outra parte da população escolhida nesta pesquisa: transeuntes (moradores e não moradores do bairro Dirceu Arcoverde) que estavam presentes na área de estudo no momento do trabalho de campo. A amostragem escolhida nesse momento da pesquisa foi a do tipo aleatória, que segundo Castanhera (2013, p. 25): “Corresponde a uma amostra de elementos retirados ao acaso da população, isto é, cada indivíduo é escolhido completamente ao acaso e cada membro da população tem a mesma probabilidade de ser incluído na amostra”. Essa adoção se justifica também pelo momento pandêmico que dificulta a maior captação dos dados, caso fosse escolhido uma amostragem que levasse em consideração a quantidade total de moradores do bairro.

As análises das informações coletadas serão demonstradas mais a frente, de forma que se compreenda como a relação entre a população e praça muda a partir da tomada deste espaço pelo comércio, substituindo o lazer pelo consumo capitalista, resumindo o espaço de uma praça pública a uma mercadoria.

A ATIVIDADE COMERCIAL E A TRANSFORMAÇÃO NOS USOS DO/NO ESPAÇO

Em nenhum outro momento histórico foi visto o mundo mudar tão rapidamente. A velocidade da informação comprimiu o tempo e o espaço, transformando ao mesmo tempo as paisagens urbanas e as relações sociais. “Cada lugar está sempre mudando de significação, graças ao movimento social” (SANTOS, 1994, p. 2) num cenário onde a sociedade molda o espaço para suprir suas necessidades. Dessa forma em cada momento histórico existirá novas carências e outras formas de utilizar o espaço como produto da demanda social.

O capitalismo alterou de forma irreversível o fluxo de mercadorias e de informações, exercendo influência direta na geração e manutenção dos desejos da sociedade atual, cada vez mais consumista. A cidade é palco do consumo, pois também é consumida, de diversas formas, por diferentes classes sociais. Nesse cenário, comércio, consumo e cidade se entrelaçam, pois, “é o comércio que promove a existência da cidade, justifica uma boa parte da sua organização interna e explica inúmeros movimentos que se desenvolvem no seu interior” (ORTIGOZA, 1996, p. 18), por outro lado o consumo é produto das ações sociais e também é a causa de inúmeras transformações no/do espaço citadino.

Para Ortigoza (1996) a atividade comercial é de suma importância na (re)definição dos lugares e dos espaços e se constitui como importante elemento na leitura das características das práticas comerciais e suas dinâmicas. O pensamento da autora nos leva a crer e a defender a atividade comercial como causa-efeito de transformações no espaço e na modificação dos seus usos. Levando em consideração os diferentes momentos históricos, cada espaço é utilizado – *consumido* - de diferentes maneiras a partir dos desejos de uma sociedade que muda constantemente.

Um determinado espaço pode sofrer alteração no tocante ao seu uso se uma ou várias atividades passarem a ser exercidas no seu interior. Isso deriva da transformação da cidade em mercadoria, onde o valor de troca sobrepõe o valor de uso num espaço moldado e dotado de normas, técnicas, infraestrutura e equipamentos (SÁNCHEZ, 2005). Diante disso os usos são modificados, devido às novas demandas surgidas em um cenário composto por rápidas mudanças. A globalização aproximou o local e o global, homogeneizando e fragmentando o espaço (CARLOS, 1996).

É nesse espaço tendencioso a sofrer fragmentações e homogeneizações que a atividade comercial se transforma, a fim de atrair novos investimentos dando vida ao consumo desenfreado de mercadorias, mão-de-obra e de espaço. Parker (1998, p. 51) afirma que o “comércio é, possivelmente, a função urbana mais passível de mudanças. Conta com essa capacidade de mudança como força impulsionadora, ao procurar oferecer novos produtos, de formas diferentes, em novos ambientes, a antigos e novos clientes”.

Ao se transformar, as atividades comerciais modificam o espaço geográfico, moldando-o de acordo com os seus objetivos, dotando-o com novas formas, novas funções, em um processo passível de alterações. Essas características estão relacionadas ao avanço do processo de globalização que gesta espaços de consumo concomitantemente ao processo de consumo do espaço. A dispersão do capitalismo permitiu a existência do global no local e vice-versa. Os hibridismos no lugar proporcionaram a ocorrência de múltiplas relações sociais e embates entre o público e privado; entre o valor de troca e valor de uso; e a materialização de novas culturas a partir de novos padrões de consumo.

Sobre isso, Carlos (1996, p. 27) diz que passamos por “[...] um momento em que o espaço se torna amplamente mercadoria; os espaços antes fora do universo do mercado e da mercadoria, destinado exclusivamente ao uso, se transformam em mercadoria entrando na esfera da comercialização” e assim o seu uso também é modificado, pois a atividade comercial é capaz de alterar o modo em que as pessoas consomem o espaço, ou seja, o utilizam. Assim, Ortigoza (2001) nos lembra da importância de considerar os novos conteúdos e as novas contradições do tempo já que sua aceleração redefine a vida urbana.

O comércio revela a (re)estruturação do espaço urbano e das práticas de consumo da sociedade (PINTAUDI, 2002). Pensemos agora em uma praça pública que por anos passou a ter sua função principal voltada para o lazer. Crianças, jovens e adultos consumiam o espaço a fim de se divertirem durante toda a semana. De uma hora para outra todo o espaço da praça se ver tomado por comerciantes em seus *trailers*, objetivando vender produtos alimentícios a trabalhadores de uma empresa que se instalou nas proximidades da praça.

A atividade comercial modificou os usos do espaço? Quais contradições podem ser percebidas? A relação comunidade – praça foi alterada?

A PRAÇA DO TRABALHADOR EM TERESINA-PI E SUAS TRANSFORMAÇÕES SOB A ÓTICA DAS ATIVIDADES COMERCIAIS

Na especificidade do nosso trabalho buscamos enfatizar como o espaço da praça do trabalhador sofreu alterações a partir da chegada do comércio, mostrando as transformações na paisagem urbana; as novas relações entre a comunidade e a praça, para atingir o nosso principal objetivo que é demonstrar como a atividade comercial pode provocar modificações no uso – *consumo* - do espaço.

Localizada no bairro Dirceu Arcoverde, zona sudeste de Teresina – PI, a praça do trabalhador, conhecida popularmente como Praça dos Correios, ajuda a contar a história do bairro, através das transformações em seu interior e o crescimento da atividade comercial na região. A praça é dividida pela Rua Martinho de Sena Rosa. A nossa área de estudo, é a parte sul da praça, que fica entre a Maternidade Wall Ferraz e a empresa Alma Viva do Brasil.

A atividade comercial na parte analisada nesta pesquisa decorreu da chegada de uma *Contact Center*: Alma Viva do Brasil, no ano de 2015 no bairro Dirceu Arcoverde. Anteriormente ao começo das atividades da empresa, a parte sul da praça era uma área de lazer para a comunidade que

consumia aquele espaço no intuito de fugir das pressões diárias do mundo do trabalho, característica da sociedade capitalista.

Com quadra de esporte que era utilizada pela juventude durante toda a semana e brinquedos pelas crianças, em sua maioria nos fins de semana; a praça teve estes equipamentos substituídos por 22 trailers que passaram a vender produtos alimentícios aos trabalhadores da empresa e perdeu totalmente a sua função de lazer pela desativação da quadra de esportes, hoje abandonada pelo poder público e esquecida frente ao conglomerado de comerciantes que se instalaram ao seu redor.

Soma-se a isso o desaparecimento de pais, crianças e moradores que utilizavam o espaço da praça para caminhadas, piqueniques e outras atividades de lazer; práticas que não puderam mais ser realizadas devido a tomada de espaço pelos trailers dos comerciantes. A nova realidade imposta na área de estudo, também alterou os elementos naturais presentes na praça do trabalhador que existiam antes da chegada das atividades comerciais. As árvores e os solos foram substituídos por trailers e calçadas, modificando o retrato comum pertencente a uma praça pública, como mostra a figura abaixo.

Figura 2: O impacto nos elementos naturais e na relação comunidade – praça com a chegada da atividade comercial na parte sul da Praça do Trabalhador.



Em A e B, o impacto nos elementos naturais da Praça do Trabalhador. Em C e D, a modificação na relação entre população – praça frente a atividade comercial na área de estudo.

Fonte: Google Earth, 2012. Organizado por: SANTOS, 2022.

A figura acima traz o retrato da paisagem urbana da Praça do Trabalhador, mostrando sob o mesmo ângulo, mas em momentos diferentes as diferenças ocorridas nesta área com a chegada da empresa Alma Viva do Brasil e as atividades comerciais atraídas por esta organização. A comparação entre as imagens A e C nos mostra o impacto direto nos elementos naturais, pois, algumas árvores foram cortadas para ceder espaço aos trailers e boa parte do solo foi impermeabilizado para a construção de calçadas ao redor destes, a fim de acomodar os clientes, que em sua maioria são os trabalhadores da Contact Center Alma Viva do Brasil. Essas alterações não modificam somente a paisagem, como também afetam diretamente a temperatura local com o desaparecimento das árvores, que são instrumentos importantes na diminuição do calor.

A leitura comparativa das imagens C e D, nos mostra que as alterações promovidas pelo comércio na área de estudo, vão além do plano material. Pois, as atividades comerciais modificaram também a relação que a população local mantém com a Praça em questão, através do afastamento dos moradores deste espaço, explicado também pelo desaparecimento de equipamentos urbanos (bancos, brinquedos) essenciais para a permanência da população nesses ambientes de lazer.

Com o afastamento dos moradores também se vão as conversas diárias, os sorrisos, os relacionamentos e as histórias que poderiam ser construídas caso aquele ambiente não tivesse sido modificado pela prática comercial. O capitalismo impõe uma nova realidade ao mesmo tempo que interrompe a calma e o sossego de uma geração, alterando ritmos e impondo novos usos aos espaços da cidade. E nos faz questionar: que preço pagamos por viver em uma sociedade capitalista?

As *Contact Centers* são resultados da globalização e do capitalismo atual, em sua maioria são empresas estrangeiras, que se deslocam de seus países em direção a outros continentes em busca de mão-de-obra barata e incentivos fiscais. No Brasil, os primeiros *Call Centers* se instalaram nas grandes metrópoles e logo migraram para a região nordeste levando novas formas e funções ao espaço geográfico, permitindo o estabelecimento de novos fluxos e fixos, alterando totalmente a dinâmica local.

Uma empresa do ramo de telecomunicações traz consigo novas demandas para a cidade, para o bairro ou para a rua onde se fixam, seja pela necessidade de mais ônibus para atender a quantidade de trabalhadores, que saem de todas as áreas da cidade com o destino a um mesmo ponto da cidade em horários específicos; seja pela demanda de lugares para os trabalhadores que possuem veículos próprios estacionarem ou de estabelecimentos para comprarem suas refeições.

Isso se dá pelo fato de uma *Contact Center* ofertar milhares de postos de trabalho, como é o caso da empresa Alma Viva do Brasil localizada na zona sudeste da capital piauiense, que conta com quase duas mil pessoas no seu quadro de funcionários e mantém suas atividades durante vinte e quatro

horas, todos os dias da semana. A criação de fixos produtivos gera fluxos que por sua vez exigem novos fixos para dar apoio aos mesmos. No espaço geográfico, essa dinâmica permite a formação, a (re)estruturação, o nascimento e a manutenção de redes, oriundas das ações humanas a partir de relações econômicas (neste caso, comerciais), políticas, sociais e culturais que modificam o uso do espaço quando uma determinada atividade que até então não existia ali passa a ser exercida.

Teresina desde 2013 vem se tornando um ponto de atração para as empresas de *Contact Center*, principalmente por ter vasta mão-de-obra qualificada e barata quando comparada aos grandes centros brasileiros; e políticas municipais de incentivos e isenções fiscais. Ao mesmo tempo em que este setor formal é atraído por estes motivos, estas corporações agem como forças centrípetas, ou seja, de atração e formação de um setor informal nos seus arredores caracterizado pela existência de comerciantes autônomos.

Como já mencionado anteriormente, a praça do trabalhador hoje, conta em seu interior com 17 trailers que comercializam artigos alimentícios de consumo rápido, como salgados, sucos, pasteis e pequenas refeições chamadas de “arrumadinho” que combinam com a rotina de dentro da *Contact Center*, pois os trabalhadores possuem apenas uma pausa de vinte minutos para fazer suas refeições.

Se antes as pessoas iam até a praça e passavam horas e horas consumindo aquele espaço através do lazer e da contemplação das áreas verdes; hoje, com a atividade comercial, a relação mudou completamente. Os trabalhadores substituíram os residentes do bairro e diariamente vão até a praça somente para comprarem suas refeições e fazê-las de forma rápida, não pelo lazer e sim pela necessidade imposta pelo capital.

Ortigoza (2001) ressalta que é a reprodução das relações de produção que nos dá a base de nossa problemática. Isto porque os lugares da alimentação, além de serem um espaço do consumo, passam a provocar o consumo do espaço. Isso se revela pelo fato de o espaço da praça ter sido o palco para a construção dos trailers através do corte de algumas árvores e da impermeabilização do solo, pois alguns comerciantes construíram calçadas ao redor dos seus estabelecimentos.

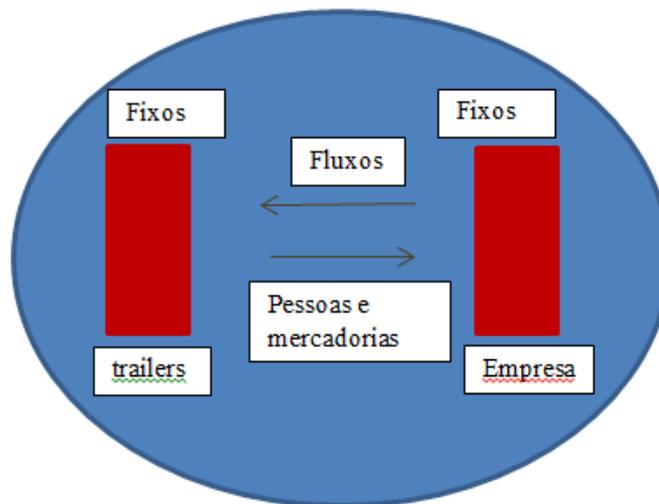
A dispersão de empresas transnacionais levou consigo novas formas de consumo, aflorando contradições e a dualidade das relações entre o novo e o velho. “O novo não consegue se impor sem um atrito, pois o que já existe muitas vezes resiste, exigindo uma transformação dos lugares, de modo sucessivo” (ORTIGOZA, 2001, p. 56). Refletindo sob o pensamento de Ortigoza (2006) nos leva a questionar se o cenário anterior (o lazer) ainda resiste ou cedeu lugar de vez para a prática comercial e uma nova forma de consumo do espaço da Praça do Trabalhador pela comunidade. Pelas análises feitas chega-se à conclusão de que o comércio modificou totalmente o espaço, não somente pelas novas

formas construídas em nossa área de estudo, mas também na modificação da relação entre comunidade e praça.

O espaço urbano como produto e condição das relações sociais de produção está ligado a fatores de desigualdades socioeconômicas e espaciais, assim como às particularidades dos atores locais e do contexto regional de implantação, sempre considerando a pressão do global nos lugares.

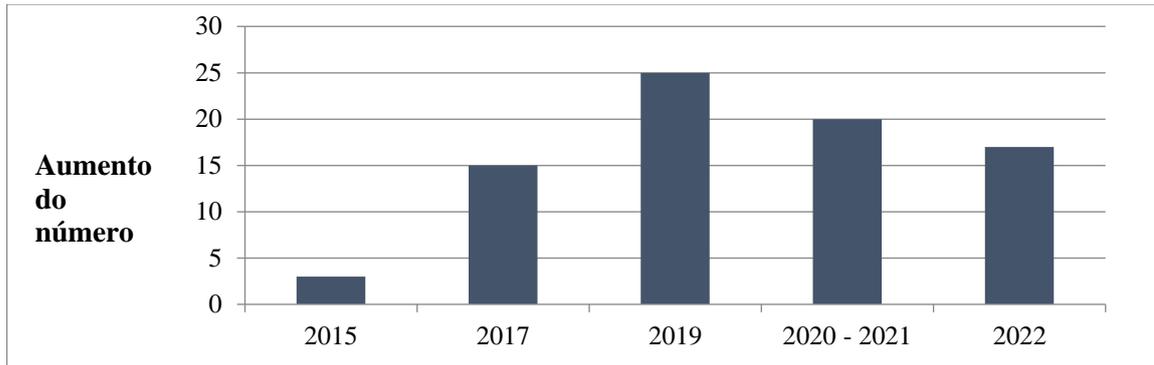
O capitalismo global agindo no local cria uma rede de fixos e fluxos que funciona diariamente seguindo a lógica da generalização da mercadoria, funcionando como um sistema, onde a circulação de capital é a regra primordial. A fluidez do capital é retratada pela ausência da forma física do dinheiro, já que todos os comerciantes aceitam como pagamento o vale refeição dos trabalhadores e transferências bancárias pelo sistema PIX. No âmbito desta pesquisa, essa rede é definida pelos fixos (trailers e empresa) e fluxos (as pessoas e as mercadorias vendidas pelos comerciantes). A atividade comercial ajuda a alicerçar uma nova estrutura econômica no âmbito do local como demonstramos na figura abaixo.

Figura 3: Fixos e Fluxos oriundos da prática comercial na Praça do Trabalhador.



Organizado por: SANTOS, 2022.

A dinâmica imposta pelo capital controla o espaço, transformando-o em mercadoria e moldando-o conforme os seus desejos. Ver-se então a popularização do comércio e do consumo em uma área onde o uso baseava-se apenas no lazer e isso muda a partir do exercício das atividades comerciais e do crescimento do setor de serviços no interior e arredores da Praça do Trabalhador. O aumento do número de trailers e vendedores cresceu com o passar dos anos influenciado pelo crescimento da operação da *Contact Center*.

Gráfico 1: Retrospectiva do número de trailers no interior da Praça do Trabalhador.

Fonte: SANTOS, 2022. Pesquisa Direta.

Veja que há um salto de três trailers, em 2015, ano em que a empresa de telecomunicações se instalou nas proximidades da praça, para vinte e dois trailers em 2019. Foi nesse período em que a maioria das transformações espaciais na Praça ocorreram: a introdução dos trailers, a retirada de brinquedos, corte de árvores, construção e aumento de calçadas, que corroboraram para o desaparecimento de moradores que frequentavam aquele espaço para momentos de contemplação do verde e para práticas de lazer; e para o aparecimento de um grande número de trabalhadores (operadores de telemarketing) que passaram a consumir o espaço da praça pela atividade comercial agora presente nas vendas dos produtos alimentícios pelos comerciantes.

A chegada e permanência dos comerciantes se deu de forma aleatória e sem fiscalização nos primeiros seis meses; com o aumento de vendedores e trailers a prefeitura exigiu a apresentação de alvarás de funcionamento, o que levou a necessidade de os próprios vendedores se organizarem e criarem normas para quem decidisse comercializar seus produtos na praça.

A análise do gráfico também nos mostra a diminuição no número de comerciantes entre 2020 e 2022; a explicação para essa oscilação está na pandemia provocada pelo COVID-19 e as medidas de restrições para a diminuição dos casos provocados pela doença. O aumento de pessoas infectadas pelo novo vírus provocou uma verdadeira corrida contra o tempo dentro da operação da empresa Alma Viva do Brasil para que os atendimentos continuassem e não comprometessem os resultados para a sua contratante. Demissões e migrações para o atendimento *Home-Office*, onde os trabalhadores passaram a exercer suas funções diretamente de sua residência, foram ações tomadas pela *Contact Center* afim de diminuir os impactos negativos provocados pela nova doença mundial.

A diminuição no número de trabalhadores dentro da empresa refletiu diretamente no número de comerciantes presentes no interior da praça. Sem ter para quem vender, alguns trailers foram fechados, caindo de 25 para 17 trailers, entre o início de 2020 ao início de 2022. Esse efeito dominó

afirma a discussão de Santos (1989) ao refletir que o espaço é interligado, que qualquer impacto em um ponto do sistema, refletirá diretamente no sistema como um todo.

O espaço se revela como um instrumento de poder e de contradições entre o que antes era público e o que agora se torna privado, pois os comerciantes se tornaram proprietários de pequenas parcelas de terreno de uma praça pública. Nesse jogo podemos perceber como a generalização da mercadoria transforma a paisagem urbana por meio da substituição da vegetação por construções de metais, o aumento do número de veículos e pessoas no local, construção de calçadas, desaparecimento de equipamentos urbanos para o lazer e de práticas ilícitas como roubo e uso de drogas, que corroboram para a modificação no(s) uso(s) do espaço; como retrata a figura a seguir.

Figura 4: Mosaico de fotos representando o antes e depois da chegada do comércio na área de estudo.



Em A e C, a praça do trabalhador antes das atividades comerciais. Em B e D, as mudanças na área de estudo devido ao comércio.

Fonte: Google Earth (2012). Organizado por: SANTOS, Emilson (2022).

A figura acima mostra os resultados da chegada do comércio na parte da praça analisada, o que desencadeou várias transformações espaciais e modificações no uso do espaço pela nova relação entre a comunidade do bairro Dirceu com a Praça do Trabalhador. O grande número de motocicletas estacionadas no meio-fio (desnível entre a calçada de pedestres e o pavimento onde passam os carros) da praça ao mesmo tempo que somou na modificação da paisagem fez surgir novos problemas na dinâmica local, como: engarrafamentos, roubos e acidentes, que também servem como explicação para o distanciamento dos moradores em relação ao espaço da praça, sem deixar de mencionar o aumento do número de assaltos na região, pois, o grande número de trabalhadores causou também a atração de assaltantes.

Essas mudanças ficam ainda mais evidentes quando analisamos as falas dos moradores sobre como a instalação da empresa Alma Viva e dos comerciantes na praça provocaram as alterações na relação comunidade – praça.

Quadro 1: A relação comunidade – praça, frente a ação comercial.

Sujeito A	A gente costumava levar os nossos filhos pra brincar nos fins de semana (...) tinha uns jovens que jogava bola na praça antigamente, mas hoje não dá pra fazer nada, tá tudo tomado por essas vendas.
Sujeito B	As pessoas daqui do bairro sempre iam pra praça, ficava lá sentados horas e horas, mas hoje quase não tem mais bancos, só os dos trailers mesmo; sem falar na violência que tem agora, a gente sempre ouve falar que alguém foi roubado.
Sujeito C	É visível que tudo mudou depois que a Alma Viva chegou aqui (...) É um vai e vem de pessoas, mas quem é mesmo aqui do bairro só vai agora na praça pra comprar comida e vai embora. Ninguém fica muito tempo ali, mas toda hora tem gente porque a alma viva emprega milhares de pessoas.

Fonte: SANTOS, 2022. Pesquisa Direta.

A análise da fala dos residentes do bairro demonstra como a atividade comercial modificou a relação que a comunidade mantém com a praça do trabalhador. Nota-se que antes do comércio se instalar na área, o uso se baseava completamente no lazer, após o crescimento das atividades comerciais o consumo do espaço voltou-se para o modelo capitalista do compra e vende. A dinâmica foi reestruturada, a comunidade passou também a ser consumista dos produtos a partir de uma nova necessidade imposta na região. A atividade comercial cria novas necessidades de consumo, transforma o espaço e modifica os seus usos.

CONCLUSÃO

O espaço geográfico no mundo contemporâneo é utilizado para atender os desejos de uma sociedade capitalista que tem o consumo, uma das suas principais características. O espaço consumido se torna também o espaço do consumo, o que é retratado pelas transformações espaciais e modificações no seu uso pela lógica capitalista. O capitalismo transforma o espaço em mercadoria, altera a paisagem urbana, regula e impõe novas dinâmicas, ordens e desordens, e provoca ao final desses processos o acúmulo de capital que por sua vez causará novas transformações em outras áreas.

Esse trabalho se faz importante por buscar discutir essas questões sob a análise do espaço urbano de Teresina, somando aos estudos já realizados na capital piauiense e servindo como base para pesquisas futuras que se ocupem em analisar as atividades comerciais na cidade e especificamente no bairro Dirceu. A partir das análises realizadas por essa pesquisa foi verificado que o uso/consumo da Praça do Trabalhador foi alterado pelas práticas comerciais devido a chegada de uma empresa transnacional em seus arredores propiciando o aparecimento de comerciantes em seu interior.

Também verificou – se que a nova dinâmica local foi marcada pelo corte de árvores que deram lugar a trailers comerciais, aumento da impermeabilização do solo, desaparecimento de equipamentos urbanos para o lazer da população e o aparecimento de novos equipamentos para atender a uma nova demanda, como cadeiras e mesas de plásticos para os trabalhadores; o embate entre o público e o privado; problemas ambientais, como o aumento do número de lixo na praça; e problemas sociais, tais como: violência, insegurança e assaltos, que ajudam a explicar a mudança no uso do espaço da Praça do Trabalho.

A partir dos nossos estudos concluímos que a atividade comercial é de suma importância para a vida econômica das cidades, contribuindo para a fluidez, circulação e acumulação do capital e alterações na paisagem urbana. Portanto, as análises na área de estudo proporcionaram identificar que o uso do espaço da Praça do Trabalhador sofreu mudanças com o exercício das atividades comerciais,

pois antes destas práticas, o consumo do espaço da praça do trabalhador se resumia ao lazer e foi substituído por outra(s) forma(s) de consumo: o das mercadorias vendidas pelos comerciantes.

REFERÊNCIAS

CARLOS, A. F. A. **O Lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CASTANHERA, N. P. **Estatística aplicada a todos os níveis**. Rio de Janeiro: InterSaberes, 2013.

PARKER, A. J. Um olhar sobre as transformações no comércio: teoria e prática. In: BARATA SALGUEIRO, T. (org.). **Globalização e reestruturação urbana**. Lisboa: Universidade de Lisboa/CEG, 1998. p. 51-64.

PINTAUDI, S.M.; FRUGOLI, H. **Shopping-Centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: EDUNESP, 1992.

SANCHÉZ, F. O urbano no mundo da mercadoria. In: Carlos, A. F.A., Lemos, A. I. G. (Orgs.) **Dilemas Urbanos: Novas Abordagens sobre a cidade**. São Paulo, Contexto, 2005.

SANTOS, M. **Técnica espaço tempo: Globalização e meio-técnico científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.

ORTIGOZA, S. A. G. **As franquias e as novas estratégias do comércio urbano no Brasil**. 1996. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1996.

ORTIGOZA, S. A. G. **O tempo e o espaço da alimentação no centro da metrópole paulista**. 2001. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2001.