

UM CAMINHO URBANO, SUAS EDIFICAÇÕES E COMÉRCIOS NO INTERIOR DE GOIÁS: A TRADICIONAL RUA RIO PRETO

DOI 10.4025/revpercurso.v9i1.34756

Jean Carlos Vieira Santos

Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia. Pós Doutor pela Universidade do Algarve (Portugal). Atualmente, é Professor e Bolsista BIP da Universidade Estadual de Goiás - UEG.
E-mail: svcjean@yahoo.com.br

Renata Dias Borges Clemente

Graduada em Geografia pela Universidade Estadual de Goiás – UEG Campus Quirinópolis/GO. E-mail: renata.dias2559@gmail.com

RESUMO: Este artigo objetiva analisar o tradicional comércio existente na Rua Rio Preto, na cidade de Quirinópolis (Goiás), com vistas a compreender as relações sociais, culturais e econômicas tradicionais ainda existentes nesse território. Nessa perspectiva, a pesquisa buscou compreender como esse comércio é visto na dinâmica urbana atual, salientando que a preservação dos bens históricos e culturais não pode ser resultado de apenas um segmento da sociedade, mas sim um dever de todos, sendo dotada de interesses, estratégias e práticas que valorizem a memória urbana. Para a construção do trabalho, foram fundamentais o referencial teórico, os trabalhos de campo e a aplicação de questionários com 30 comerciantes e 100 consumidores, apresentando os principais resultados da investigação.

Palavras-chave: Espaço Urbano; Patrimônio Edificado; Comerciantes; Quirinópolis.

AN URBAN WAY, ITS BUILDINGS AND TRADE IN GOIÁS INTERIOR: THE TRADITIONAL RIO PRETO STREET

ABSTRACT: This article aims to analyze the existing traditional trade in Rio Preto Street, in the city of Quirinópolis (Goiás), seeking to understand the social, cultural and economic traditional relationships still existent in that territory. From this perspective, the research sought to understand how this trade is seen in the current urban dynamics, noting that preservation of historical and cultural property cannot be the result of only a segment of society, but a duty of all, that is endowed with interests, strategies and practices that enhance the urban memory. To the construction of this work, the theoretical background, the fieldwork and the questionnaires with 30 merchants and 100 consumers were fundamental, presenting the main results of the research.

Key-words: Urban Space; Built Heritage; Traders; Quirinópolis/GO.

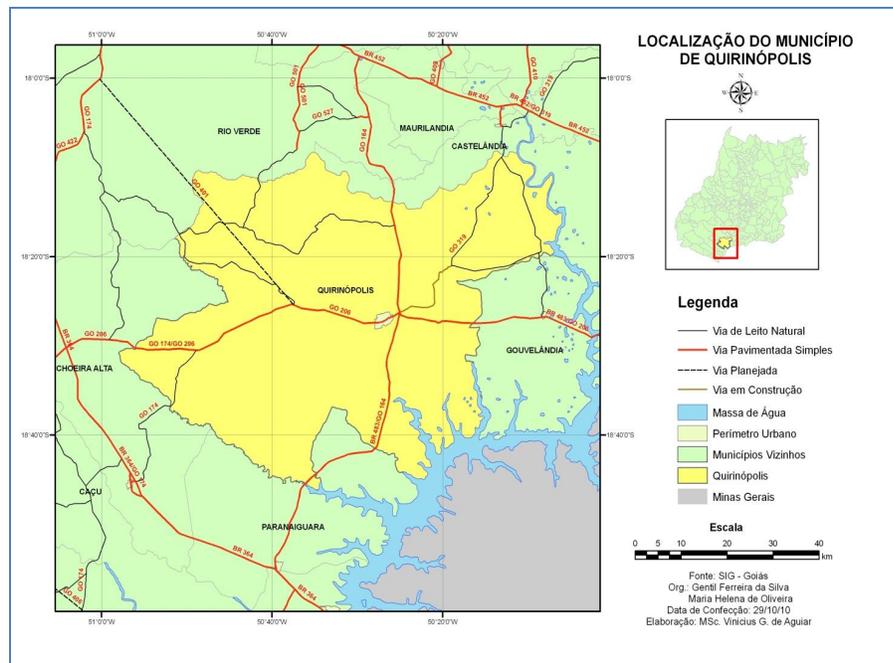
1 INTRODUÇÃO

As transformações socioeconômicas ocorridas nas três últimas décadas do século XX implicaram modificações em comércios existentes nos espaços urbanos das cidades pequenas.

Nesse sentido, o presente artigo objetiva analisar o tradicional comércio existente na Rua Rio Preto na cidade de Quirinópolis, Goiás (Figura 1), com o intuito de compreender as relações sociais e econômicas ainda existentes, tendo em vista a disposição de novos espaços para a reprodução comercial no intraurbano quirinopolino.

Nessa perspectiva, a pesquisa buscou levantar algumas análises e responder às seguintes questões: Quais são as relações comerciais tradicionais? Quem são os sujeitos (clientes/consumidores) que continuam fiéis ao comércio na Rua Rio Preto? Como esse comércio é visto na dinâmica urbana atual? O recorte de estudo encontra-se localizado na parte mais antiga do urbano de Quirinópolis, considerado um subcentro comercial da cidade. Conforme Lopes (2011, p. 63), tais áreas urbanas “[...] se caracterizam, de maneira geral, pelo poder de atração de consumidores de todas as regiões da cidade”.

Figura 1: Município e área urbana de Quirinópolis.



Fonte: Josiane de Azevedo Costa e Lorraine Gomes da Silva (2015).

O presente trabalho se justifica pela não existência de pesquisas no curso de Geografia da Universidade Estadual de Goiás (UEG) – *Campus* Quirinópolis e de outras universidades abordando o tradicional comércio na Rua Rio Preto, com seus bares, lanchonetes, armazéns e a antiga rodoviária. E para atingir os objetivos propostos, a pesquisa parte da discussão da categoria geográfica espaço, chegando à organização espacial dos sujeitos envolvidos com os

antigos empreendimentos comerciais nessa parte da cidade. Para Limonad (2007, p. 161-162), nessa organização espacial urbana, as:

[...] relações de classe e produção, de dominação e hegemonia, não existem por si sós e sua reprodução não se dá em um mundo desterritorializado e a-espacial. Essas relações materializam-se no espaço e o estruturam no decorrer da história como litígios territoriais de caráter político ou desigualdades econômicas e sociais.

Limonad (2007, p. 161) lembra ainda que o espaço urbano e sua “[...] história não podem ser dissociados e ambos estão indissolivelmente ligados à vida social, às condições materiais e ao desenvolvimento das forças produtivas e do meio técnico-científico”. Essa paisagem traz uma outra particularidade que chamou a atenção durante as pesquisas de campo: seu patrimônio edificado pontuado por uma arquitetura do século XX.

Para a construção do trabalho, foram fundamentais o referencial teórico (livros, jornais, internet e revistas), os trabalhos de campo, a aplicação de questionários e o trabalho de gabinete. De acordo com Braga (2011, p. 134-135), o trabalho de campo compõe as estratégias para produzir o conhecimento geográfico desde o seu início, “[...] em meados do século XIX. Como nas práticas escolares e/ou acadêmicas, o mesmo foi apropriado por quase todas as concepções de ensino ou de ciência, com destaque para as correntes empiristas”.

Na geografia, Moura e Silva definem a investigação de campo como excursões de campo que, por sua vez, são “[...] pesquisas que têm apresentado contribuições para o entendimento das relações socioespaciais produzidas pelo segmento e, com isso, uma melhor forma de uso do solo, do meio ambiente e dos diversos recursos humanos” (MOURA; SILVA, 2009, p. 16). Para Oliveira e Bueno (2009), a leitura das paisagens com potencialidades voltadas para os trabalhos de campo é relevante:

[...] para estudantes de Turismo, Geografia, Ensino Fundamental, Ensino Médio, Ensino Técnico e diversas áreas do saber, pois comporta uma multiplicidade de ações e práticas educativas, que tanto pode se dar no âmbito da própria área como na interação com outras, como é o caso da Geografia com a Biologia, Literatura, Arquitetura e outras que trabalham as diferentes paisagens (OLIVEIRA; BUENO, 2009, p. 49).

Braga (2011, p. 136) expõe, em sua obra, que a “[...] observação e a coleta de dados no campo devem ultrapassar o empirismo por meio de uma sistematização e articulação de diálogos entre os conhecimentos tratados durante toda a experiência”. Por meio das atividades

de gabinete foram efetuadas a correlação, interpretação e análise dos dados coletados. Espera-se, assim, que a discussão sobre os conteúdos históricos e comerciais tradicionais da Rua Rio Preto em Quirinópolis possa traduzir em um campo fértil para novas abordagens e diálogos acerca da preservação e revitalização de antigos espaços urbanos, bem como a valorização de relações com diferentes setores econômicos, sociais, culturais e ambientais.

2 ESPAÇO URBANO: PONTO DE PARTIDA CONCEITUAL

A observação do espaço urbano permite perceber a espacialização das diferentes classes sociais – áreas deterioradas, segregadas, nobres ou em processo de valorização –, além da historicidade da sociedade e de suas áreas comerciais, como a Rua Rio Preto, na paisagem mais antiga da cidade de Quirinópolis. Nesse contexto, dialoga-se com Costa (2010, p. 21), pois, ao tratarmos da categoria espaço:

[...] esse deve ser considerado como um conjunto de relações sociais realizadas através de formas que se apresentam como testemunho de uma história escrita por processos do passado e presente. Pois o espaço se define como um conjunto de formas que representam relações sociais do pretérito e atuais.

Assim, torna-se relevante discutir o conceito de espaço urbano neste trabalho, pois a produção do espaço urbano capitalista tem uma lógica na necessidade de aglomeração que o capital apresenta, “[...] mas também na necessidade de ocultar contradições sociais. Isso fez com que essa produção resultasse em diferentes lugares, lugares de diferentes classes e diferentes grupos, lugares contraditórios” (CAVALCANTI, 2001, p. 16-17). Ainda segundo Cavalcanti, (2001, p. 14), tal espaço urbano:

[...] é o aspecto visível do espaço, é sua expressão formal, aparente. Enquanto dimensão formal, expressa o conteúdo, as relações sociais que a forma. Assim, ele é histórico, social e concreto. O espaço é conteúdo, são as relações sociais em movimento e que se materializam espacialmente.

A observação do espaço urbano permite compreender e perceber a atual espacialização comercial na Rua Rio Preto sem, no entanto, negar sua tradição e história. Conforme Costa (2010, p. 23) o entendimento da produção do espaço não deve se restringir ao âmbito da política, da economia ou da cultura, “[...] mas da imbricação das três abordagens para o

melhor entendimento das espacialidades sociais, da realidade econômico-social dos lugares em diferentes momentos históricos”. Diante disso, vale lembrar que o espaço urbano é:

[...] o lugar onde se processa a reprodução da família, da força de trabalho (classe trabalhadora) e das relações sociais de produção (bens de produção), que historicamente se concatenam em diferentes graus e intensidades conforme o estágio de desenvolvimento das forças produtivas, concernente principalmente ao desenvolvimento do meio técnico-científico (LIMONAD, 2007, p. 148).

Então, o espaço urbano é “[...] um verdadeiro campo de forças cuja aceleração é desigual” (COSTA, 2010, p. 21). Lopes (2011, p. 61) caracteriza esse tipo de espaço, no contexto de sua área central, como uma “[...] área densamente ocupada, não permitindo a instalação de novos empreendimentos comerciais, além do aumento do valor do solo, que também dificulta o acesso de novas atividades comerciais a essa área”.

Com base em Damiani (1999, p. 161), nota-se que é preciso incorporar, às vias de mobilidades como a Rua Rio Preto, no espaço urbano de Quirinópolis, “[...] a crítica da vida cotidiana, que põe o acento na reprodução das relações sociais. O cotidiano se torna um nível de análise do real importante quando a reprodução social atinge inteiramente a reprodução da vida”.

Dessa maneira, compreendem-se as maneiras de viver o comércio no espaço urbano e os costumes do povo de forma absoluta, por mais rigorosos que sejam os processos reprodutores envolvendo cada comércio local. Nessa vertente, o cotidiano da Rua Rio Preto é criado também pelos comércios existentes, mas ele não é alheio e “[...] nem marginal, embora seja desigual a outros setores, momentos e situações [...]. O cotidiano, como simulacro da vida plena assim modelado, permite ao modo de produção funcionar” (DAMIANI, 1999, p. 163).

O cotidiano, em relação aos âmbitos econômico e político, amplia o universo de análise para outras relações entre os indivíduos e o espaço urbano, “inclusive particulares, locais. Inclui o vivido, a subjetividade, as emoções, os hábitos e os comportamentos” (DAMIANI, 1999, p. 163). De fato, o espaço urbano de Quirinópolis, especificamente a Rua Rio Preto, é definido pelo cotidiano e faz parte da história da sociedade local não só pelos seus aspectos econômicos e políticos, mas também porque já foi referência de chegada e partida da cidade.

No debate sobre o espaço urbano que se amplia à medida que as barreiras geográficas implodem e novas leituras surgem, autores como Costa (2010) e Carlos (1999) destacam que

as mudanças urbanas invadem de modo inexorável a vida das pessoas. Para o homem comum, isso significa a imposição de novos padrões de comportamento, novos valores, uma nova estética. Nesse sentido:

[...], não se vendem mais objetos, tijolos ou habitações, mas cidades. Isso significa dizer que o espaço torna-se mercadoria, entra no circuito da troca, e com isso espaços antes desocupados se transformam em mercadorias, entrando na esfera da comercialização. (CARLOS, 1999, p. 175).

Segundo Carlos (1999, p. 175), “[...] o espaço geográfico articula duas dimensões, aquela da localização (um ponto no mapa) e aquela que dá conteúdo a essa localização, que a qualifica e singulariza”. Tal conteúdo é determinado pelas relações sociais que aí se estabelecem – o que confere ao espaço a característica de produto social e histórico.

Pelo fato de possuir uma materialidade indiscutível, o processo espacial tem uma dimensão aparente, visível na paisagem geográfica marcada pela heterogeneidade própria dos lugares, mas que também mostra o reprodutível. Nesse caso, há um mundo de imagens, formas e aparências que tendem à homogeneização de nossa sociedade e que pode ser mais bem apreciado na paisagem em que se veem os modos de ocupação (CARLOS, 1999).

É possível afirmar que as cidades turísticas “[...] são espaços visuais, presos ao mundo das imagens que impõem a redução e o simulacro. E que reduzem a apropriação enquanto mercadoria de uso temporário definida pelo tempo de não-trabalho” (CARLOS, 1999, p. 176). Ainda nesse contexto teórico de análise, Carlos (1999, p. 178), salienta que o espaço produzido serve cada vez mais às necessidades de acumulação; por conseguinte, as relações de produção “[...] que engendram as atividades de repartição e consumo realizam-se sob a égide da liberdade, igualdade, do reprodutível, do repetitivo, anulando as diferenças no espaço e no tempo, destruindo a natureza e o tempo social”.

Na obra *Novos caminhos da Geografia*, Carlos (1999, p. 178) diz que essa ideia está na origem da abordagem dos espaços urbanos turísticos e de lazer “[...] produzidos a partir de estratégias da reprodução, num determinado momento da história do capitalismo e que se estende cada vez mais ao espaço global”, criando novos setores de atividades. A Rua Rio Preto não é um espaço urbano turístico local, mas, se o poder público da cidade executar medidas de revitalização do patrimônio edificado desse lugar, acredita-se que pela sua história poderá ser um local de lazer para moradores e visitantes da cidade, onde poderão encontrar particularidades da sociedade quirinopolina.

Carlos (1999, p. 179) cita que o turismo representa a conquista de uma importante parcela do espaço urbano “[...] que se transforma em mercadoria (e que entra no circuito da troca)”, tornando-se um novo rentável ramo da atividade produtiva, sob essa determinação. Nesse sentido, os lugares urbanos “[...] passam a ter existência real em decorrência de sua trocabilidade por intermédio da atividade dos promotores imobiliários que se servem do espaço como meio voltado à realização da reprodução”.

Os espaços urbanos que tornam atrativos de cidades pequenas, médias e grandes são planejados a partir de:

Um movimento que, por sua vez, é orientado pelo desenvolvimento da informação e do marketing, que inventa lugares onde as pessoas devem passar férias, influenciando o consumidor com sua ideia de paraísos terrestres onde o cotidiano se encontra em aparente suspensão (CARLOS, 1999, p. 180).

As mudanças que ocorrem por meio de revitalizações de espaços urbanos constituem uma multiplicidade de relações sociais com a prática espacial que está na base do processo de geração de novas oportunidades comerciais, principalmente para os antigos comerciantes. Tais espaços se mantêm pela identidade com o lugar e os sujeitos que frequentam esses comércios e fogem “[...] à racionalidade homogeneizante hegemônica (imposta pela sociedade do consumo), que define um tempo e um modo de uso” (CARLOS, 1999, p. 182). Nesse entremeio:

[...] o espaço público tem uma multiplicidade de sentidos para a sociedade em função da cultura, dos hábitos e costumes. O público pode ser também o lugar da comunicação, do diálogo, da extensão do morar, onde as crianças podem brincar, os jovens namorar e todos podem se expor, conversar e reivindicar. Aqui, produz-se uma visibilidade que cria identidades – a identidade que humaniza as relações por laços de convivência e pela sensação de pertencer ao grupo e ao lugar (CARLOS, 1999, p. 184).

Ademais, o uso enquanto forma de apropriação realiza-se no espaço urbano. É a partir de realidades como a Rua Rio Preto, em Quirinópolis, que encontramos novos recortes na discussão geográfica do espaço urbano. Porém, não se propõe aqui uma nova construção do espaço e do novo funcionamento desse território, a partir da destruição da história que ainda existe, mas sim um debate para pensar a preservação e revitalização dessa história.

Ao evitar o abandono do poder público que foi vivenciado durante os trabalhos de campo para a elaboração deste artigo, recupera-se (ou, no mínimo, preserva-se) a história dessa importante via de mobilidade da cidade. É fundamental dar continuidade aos domínios históricos e atuais da Rua Rio Preto e de seu entorno, um território de comércios vizinhos

reunidos por uma continuidade territorial, ao passo que o moderno se instala em outras partes da cidade. Segundo Geiger (GEIGER, 1996, p. 238):

Espaço, propriamente dito, como o espaço urbano, corresponde a um nível mais elevado da produção social. Na medida que as características deste espaço produzido têm a ver com as estruturas econômicas, sociais, culturais, políticas, elas passaram a ser o centro de atenções de autores (GEIGER, 1996, p. 238).

Pode-se dizer que os espaços urbanos históricos e modernos são apropriados por populações diversas, seja social ou culturalmente. Em cidades do interior de Goiás e do Brasil, muitos bairros e ruas que surgem são batizados com os nomes de pessoas do lugar ou de fora, são sujeitos de alguma relevância política, econômica, social e histórica. Especificamente, no caso do recorte de análise deste artigo, o nome dado é para homenagear uma importante drenagem do município que é afluente do Rio Paranaíba.

3 CIDADES PEQUENAS E SEU COMÉRCIO: UMA DISCUSSÃO PARA SE PENSAR O URBANO DE QUIRINÓPOLIS

A geografia urbana é uma área do conhecimento científico que estuda as cidades ao defini-las e teorizá-las a partir das escalas grande, média e pequena. Quirinópolis pode ser definida como cidade pequena, pois possui aproximadamente 50 mil habitantes. De acordo com Cavalcanti (2001, p. 12), a “[...] geografia é uma das ciências que tem se dedicado à análise da cidade e da vida urbana. E suas categorias de análise vão orientando um determinado olhar para a cidade”.

Nessa vertente, o presente trabalho visa também pensar a cidade pequena com seus elementos sociais, econômicos e culturais, contribuindo com outras percepções urbanas, como as áreas ocupadas por prédios comerciais. Cavalcanti (2001) discorre que, no caso desta investigação, a cidade pequena pode ser compreendida como um *locus* privilegiado da vida social, visto que, mais do que abrigar a população, ela produz um modo de vida. Santos (2010, p. 180) lembra que, na rede urbana da microrregião de Quirinópolis:

[...] as funções ou papéis das cidades não são tão diferentes, na maioria, os serviços prestados são para atender ao agronegócio, com exceção de São Simão e Lagoa Santa que também atendem aos setores de lazer e turismo. Esses pequenos núcleos urbanos são cidades locais capazes de responder às necessidades vitais reais ou criadas de toda uma população, função que implica uma vida de relações.

A economia dessas cidades pequenas é dinamizada e compreende o agronegócio e os setores de serviços. Santos (2010, p. 180), afirma, ainda, que “[...] as pequenas cidades do interior goiano contam com significativa estrutura bancária e comercial, dispõem de profissionais da área da saúde. Em algumas, existem teatros, emissoras de rádio e jornais locais impressos”, como é o caso de Quirinópolis. Diante disso, o próprio autor aponta outra característica marcante do comércio nas pequenas cidades goianas:

Nas pequenas cidades do interior de Goiás, os grupos familiares responsáveis pelos pequenos meios de hospedagens ainda existem e é a maioria, mas parcialmente, têm procurado realizar investimentos focados na especialização para conseguir acompanhar a complexidade e modernização do setor hoteleiro regional, significando uma busca por profissionalização (SANTOS, 2010, p. 192).

De fato, tais características apresentam as mudanças comerciais nessas cidades. Essa diversidade econômica (e, porque não, cultural) presente nas cidades pequenas e “[...] a riqueza de sua vida cotidiana colocam aos estudiosos, particularmente aos geógrafos, o desafio permanente de compreendê-las, explicá-las, de aprendê-las” (CAVALCANTI, 2001, p. 30). Convém salientar que nas cidades pequenas, como Quirinópolis, também existem:

[...] as facilidades de transportes e também as novas formas de organização do trabalho agrícola, um número considerável de trabalhadores na agricultura vive na cidade, que se torna um reservatório de mão de obra. Talvez seja esse um dos motivos pelos quais, a partir de certo volume demográfico, tais localidades são capazes de atrair e reter população (SANTOS, 2003, p. 280).

Em Quirinópolis, ainda existe um grande consumo, nos pequenos comércios, de base familiar ou pelas relações de amizade. Essas pequenas cidades também:

[...] oferecem os meios para o consumo final das famílias e administrações e o consumo intermediário das empresas. [...] na realidade, com a modernização da agricultura e a instalação de uma produção corporativa, assim como de uma circulação, distribuição e informação corporativas, a demanda cumprida pelas cidades acaba sendo majoritariamente reclamada pelas empresas, ou em todo caso tal demanda é privilegiada no estabelecimento dos planos regionais. [...] as cidades médias têm como papel o suprimento imediato e próximo da informação requerida pelas atividades agrícolas e desse modo se constituem em intérpretes da técnica do mundo.

Em muitos casos, tal definição serve para cidades pequenas como Quirinópolis, pois a atividade urbana passa a ser utilizada para atender às relações próximas e necessárias com a produção regional, principalmente das usinas sucroalcooleiras.

Quirinópolis reúne “[...] atividades e profissões tradicionais e novas, abrigando também formas de burguesia e de classes médias tradicionais e modernas” (SANTOS, 2003, p. 282). Portanto, essa cidade pequena lidera os aspectos técnicos da produção regional, deixando os fatores políticos para aglomerações maiores do estado de Goiás, como Goiânia, Rio Verde e Anápolis, em virtude do papel da metrópole (capital e cidades médias) na condução direta ou indireta do chamado mercado global.

O papel das cidades pequenas no processo político é limitado e incompleto, como também confusamente percebido. Essa não é apenas uma realidade das cidades médias, como afirma Santos (2003, p. 284): nas cidades menores e médias, “[...] as oscilações sazonais podem ser bem nítidas, reduzindo as oportunidades de emprego. De modo geral, essas oscilações sazonais, relacionadas com os calendários agrícolas e estes com a especialização moderna da produção”.

Nesse contexto, os pequenos núcleos urbanos do interior de Goiás ainda são lugares da festa da padroeira, do encontro do rodeio de peões, das brincadeiras de crianças em praças públicas e de um modo de vida muito próximo do rural. Nessas cidades não se fazem presentes a concentração de automóveis (congestionamentos), a aglomeração de indivíduos e a necessidade de madrugar para chegar aos trabalhos que estão localizados no espaço urbano distante do endereço de residência. Existe um viver cotidiano, onde os modos e costumes culturais tradicionais ainda permanecem, mas sem bloquear o desenvolvimento moderno.

Utilizando as palavras de Corrêa (1997, p. 279), pode-se caracterizar as cidades pequenas como um conjunto de lugares com “[...] pessoas, mercadorias, capital e informação sobre o espaço geográfico”. Elas apresentam menor dinâmica econômica que as cidades médias e grandes, sendo importante lembrar que os:

Complexos padrões de interações entre centros urbanos emergiram ou ganharam força, definindo uma crescente interdependência entre cidades e áreas, expressa por interações: entre grandes cidades localizadas na mesma região ou em regiões distintas; entre uma grande cidade e centros menores localizados tanto na hinterlândia como fora dela; e entre cidades pequenas localizadas na mesma região ou em centros diferentes (CORRÊA, 1997, p. 283).

Vale destacar que, nas redes geográficas citadas por Corrêa (1997) – isto é, nas localizações articuladas entre si por vias e fluxos, em que as interações espaciais efetivamente se realizam a partir dos atributos das localizações e das possibilidades reais de se articularem entre si – estão as cidades pequenas, porém atuando em uma escala diferente das cidades médias e metrópoles. Os centros comerciais urbanos dessa rede diferenciam-se entre si tanto como lugares centrais, como também enquanto centros especializados, o que ocorre predominantemente revelando uma forte divisão territorial do trabalho entre eles. As interações espaciais constituem parte integrante e tradicional do temário geográfico.

Dentro dessa discussão teórica surgem os comércios em cidades pequenas, uma abordagem que também é de cunho geográfico. Desse modo, referimo-nos à produção da vida cotidiana das pessoas que vivem na cidade pequena e nela realizam suas atividades e o arranjo espacial decorrentes dessas atividades (lazer, descanso, trabalho, educação etc.). Nessa vertente, é importante avançar sobre as áreas comerciais tradicionais a partir de uma análise teórica que possibilite chegar à Rua Rio Preto.

“Nessa escala, a análise pode ser sistematizada a partir de alguns elementos como: as habitações e os imóveis de uso comercial, o equipamento de serviços e características socioprofissionais” (CAVALCANTI, 2001, p. 13). Na microrregião de Quirinópolis, uma referência urbana regional se destaca na:

[...] comercialização de produtos rurais, vendas varejistas, prestação de serviços diversos e outros inseridos na formação espacial que também se organizam para atender às cidades próximas, pois estabelece-se uma hierarquização da oferta de bens e serviços. Essa hierarquia está fundamentada na ideia de rede urbana, definida por um grupo de cidades próximas que estabelecem relações econômicas, políticas e sociais (SANTOS, 2010, p. 179-180).

Ao contrário das áreas comerciais nos pequenos núcleos urbanos, Lopes (2011, p. 63) cita que nas grandes e médias cidades existem os shopping centers e hipermercados que se caracterizam, de maneira geral, pelo poder de atração de consumidores dos referidos lugares, “[...] que buscam facilidades em estacionamento, mobilidade, pagamento, variedades, rapidez e segurança. São novas formas de comércio que criam novas centralidades, com significativas modificações no espaço urbano”.

É notável que as áreas comerciais são responsáveis pela dinâmica urbana, com a geração de descentralizações, de novas centralidades e de uma nova organização espacial. O comércio “[...] é responsável por ligar a produção de bens ao seu oferecimento para o

consumo e conseqüentemente, fluxos” (LOPES, 2011, p. 64). As obras analisadas indicam que o processo comercial é uma necessidade da vida urbana. Nesses termos, a localização do comércio em geral:

[...] é discutida por teorias clássicas e pesquisadores da atualidade, e está intrinsecamente relacionada a organização do espaço urbano. Essas teorias visam estabelecer definições teóricas no que concerne ao comportamento locacional dos agentes econômicos (LOPES, 2011, p. 65-66).

Essas teorias destacam principalmente que, em geral, a decisão locacional para a implantação de uma unidade comercial se dá de forma incerta, ou seja, por ser o urbano um ambiente instável e mutável, “[...] a aposta em uma localização adequada hoje não significa que este mesmo local terá as mesmas vantagens no futuro” (LOPES, 2011, p. 66). No caso específico do comércio da Rua Rio Preto em Quirinópolis, sabe-se que sua localização estava associada ao antigo acesso à cidade, uma vez que, em outros tempos, essa via era um dos “portais de entrada ou acesso ao urbano” para quem chegava de cidades como Caçu, Cachoeira Alta, entre outras da região.

Não se pode negar que o comércio é “[...] organizado e participa da reorganização do espaço urbano através de sua localização e da atração exercida” (LOPES, 2011, p. 66). Pintaudi (2008, p. 124) afirma que as “[...] formas comerciais são partes da metamorfose da forma urbana, que se torna fluída [...]”. Assim sendo, pode-se considerar que há variadas motivações que levam os consumidores a determinadas áreas comerciais urbanas, as quais podem ser definidas como fixas, no caso da Rua Rio Preto.

Com a expansão tecnológica, são comuns nos espaços urbanos os “autosserviços” que, nas palavras de Lopes (2011, p. 69), favorecem “[...] o livre acesso de clientes consumidores aos produtos, os quais necessitam de embalagens padronizadas”. Incluem-se nesse novo modelo comercial os supermercados, hipermercados e as lojas de conveniência, sendo que, em Quirinópolis, existem os supermercados Lucas (Rede), Agrovale e Varejão que são os principais da cidade. Todavia, nenhum está localizado nas proximidades da Rua Rio Preto, dado que tais estabelecimentos comerciais buscaram as áreas mais desenvolvidas, nobres e dinamizadas da cidade. No Brasil:

[...] os primeiros registros do surgimento do Autosserviço datam do final de década de 1940, quando em 1949, se deu a implantação da Sears. Essa loja tinha características do Autosserviço, com caixas registradoras modernas, assistência técnica na própria loja e um estacionamento próprio.

Posteriormente, na década de 1950, foi inaugurado o Sirva-se, em São Paulo, considerado o primeiro supermercado brasileiro (LOPES, 2011, p. 69).

Após o surgimento dos primeiros supermercados no Brasil, a criação de novas unidades se acelerou em todas as regiões brasileiras. Com base na citação acima, percebe-se que o aparecimento dos supermercados no país tem pouco mais de seis décadas. Nesses termos, Castro (1997, p. 155) arrazoa que se pode caracterizar o comércio urbano como parte do imaginário social, visível e interpretável, repleto de simbolismos “[...] presentes nas relações dos homens entre si e com o seu meio, os quais materializam-se nos diferentes modos de organização sócio espacial”.

O domínio comercial urbano possui um inegável valor social, econômico e cultural para os sujeitos do lugar. Mais do que fonte de sobrevivência para os proprietários, é um meio de vida por excelência, em que os diferentes sujeitos não conseguem abandonar os espaços cheios de relações sociais. Esse espaço urbano comercial “[...] é ao mesmo tempo continente e conteúdo dos seus signos e símbolos” (CASTRO, 1997, p. 157).

Não há uma urbanização vertical no comércio da Rua Rio Preto, mas não podemos negar que existe uma extensão horizontal repleta de conteúdos e densidades, produzindo importantes efeitos sobre o individual e coletivo do lugar. Tais relações comerciais urbanas se fazem presentes nas:

[...] construções – ruas, praças, monumentos, bairros, quarteirões, cidades – transformam-se em imagens, caminhos e representações da alma coletiva. Estas representações geográficas constituem então um modo de ser, um modo de falar da Terra (CASTRO, 1997, p. 178).

De fato, o comércio urbano tradicional é um elemento fundamental para o entendimento das relações socioeconômicas urbanas, posto que a atividade comercial em centros urbanos vai além de sua função clássica de abastecimento de materiais e de serviços necessários à população: ao ter uma construção de vida social entre o consumidor e o comerciante, o comércio, como atividade claramente indissociável do fato urbano, sempre interferiu na ordenação da cidade, contribuindo para a conformação das principais áreas funcionais urbanas.

Desse modo, o comércio vem se favorecendo na medida em que a cidade se torna mais atrativa, o que serve tanto para os residentes como para os sujeitos visitantes e traz benefícios para a cidade além da função econômica e de centro cultural e social da comunidade. Quase sempre, os comércios tradicionais estão localizados no centro da cidade e têm enfrentado

dificuldades por causa de outros comércios mais modernos. Com isso, pode haver uma reestruturação das relações entre estabelecimentos tradicionais nos centros urbanos que, quando devidamente articulados, podem se revestir das características de um centro comercial aberto.

4 A RUA RIO PRETO E SEUS COMERCIANTES

O surgimento dos primeiros supermercados no Brasil, como apresentado neste artigo, não levou ao desaparecimento de áreas comerciais urbanas, como as existentes na Rua Rio Preto, em Quirinópolis. Os estabelecimentos que são objetos de estudo deste trabalho não podem ser incluídos no novo modelo de comércio ressaltado anteriormente, pois nenhum deles apresenta características de “autosserviço” – os estacionamentos existentes são a própria rua, ou seja, o espaço público, e não o privado.

Muitos proprietários têm sua residência anexada ao comércio, e o gerenciamento e atendimento são feitos pela base familiar. No que tange a esse ponto, Cachinho (1994 apud LOPES, 2011, p. 71) afirma que esse modelo é “[...] centrado na pequena empresa familiar, onde o pequeno comerciante e a loja tradicional concorrem com as grandes organizações de venda e as novas formas comerciais”. Apesar de já discutido o conceito de cidade pequena anteriormente, é importante destacar as palavras de Santos (2010, p. 183) – nos pequenos núcleos urbanos da microrregião de Quirinópolis, muitos comércios são:

[...] estabelecimentos simples e com gestão de base familiar, [...]. Pautados nos laços de consanguinidade. Nas pequenas empresas são encontrados poucos trabalhadores exógenos, decorrendo disso, a noção de herança demarca esses lugares de pequenas iniciativas privadas.

Muitas vezes, as pequenas empresas, ao sofrerem a pressão da concorrência das grandes redes comerciais, não resistem no mercado e se veem obrigadas a encerrar a atividade. Na contramão, a tradicional atividade comercial na Rua Rio Preto se mantém viva e chega às primeiras décadas do século XXI não como uma forma resistência, pois um ponto que assegura essa existência se deve ao fato de os consumidores manterem hábitos de compras do século XX.

Se os consumidores permanecem, os capitais para investimentos são pequenos e os proprietários desses comércios não seguem exigências de adequação das estratégias aos novos hábitos, como o uso do cartão de crédito e de sacolinhas personalizadas com a marca da empresa. Portanto, pode-se afirmar que essa rua é o “[...] lugar que se desenvolve a vida em todas as suas dimensões, é a porção do espaço apropriável para a vida” (CARLOS, 1996, p. 20-25).

No que diz respeito à localização dessa área comercial, pode-se afirmar que é um lugar de fácil acesso e servido por uma infraestrutura adequada, com energia, asfalto e rede de esgoto. Essa via tem um bom número de circulação de pessoas, porém, o estacionamento de clientes e o de descarga de mercadorias são os mesmos. A localização facilita o atendimento a um público amplo, pertencente a várias classes socioeconômicas, por estar próxima à área central.

Durante os trabalhos de campo, foi possível compreender que as questões comerciais do objeto de estudo apontam para a relação necessária entre o morador da região urbana e os comerciantes. Nelas estão a venda e a compra de alimentos, de bebidas e equipamentos agrícolas, uma tradição do lugar, pois é um comércio que ainda atende o morador da zona rural. Em função do abandono do poder público, o lugar traz consigo marcas negativas, como espaço de prostituição e de forte violência.

Há, porquanto, uma complexidade de relações comerciais legais e ilegais na Rua Rio Preto, o que colocou para este artigo a difícil tarefa de compreender tal lugar, uma missão científica nada simples diante dos problemas encontrados, mas não esgotados. São muitos problemas urbanos visíveis, mas também é possível perceber um lugar de tradição e história, com sua geografia cheia de imagens lembradas pela memória e que reconstitui, ao longo dos dias, o lugar pesquisado. Mais do que tentar qualificar o que é positivo em separado daquilo que é negativo, foi importante o cuidado da pesquisa, para não criar outros preconceitos.

Antes de apresentar os resultados do campo, com a intenção de dar voz aos comerciantes da Rua Rio Preto, vale dizer que o sujeito comerciante é definido por Bueno (1996, p. 149) como “vendedor, lojista, negociante”. É aquele que tem a arte de comercializar e atender seus clientes, os quais são também denominados como consumidores.

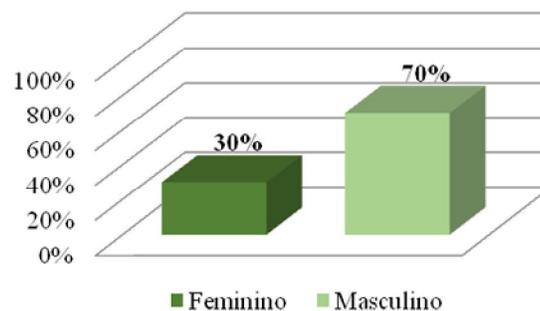
A seguir serão apresentados os resultados de um inquérito aplicado juntos aos sujeitos comerciantes. A pesquisa foi realizada entre os dias 5 de agosto de 2016 e 19 de novembro do mesmo ano. O questionário foi aplicado com 30 comerciantes do lugar.

A Figura 2 mostra que, dentre os proprietários dos comércios, 70% são do sexo masculino e 30%, do feminino. O que existe é o predomínio de homens na gestão de comércios que são pequenas empresas ou simplesmente organizações familiares; porém, muitos deles contam com a ajuda da esposa ou de outro membro da família.

Nos trabalhos de campo, foram colhidos alguns depoimentos informais. A partir do universo pesquisado, verificou-se que o comerciante mais antigo tem seu comércio aberto há 38 anos, e um outro entrevistado disse que tinha acabado de chegar há apenas um mês. Ademais, 60% dos comerciantes já tiveram outras profissões, sendo que trabalharam em oficinas de bicicletas, farmácias, como costureiras e/ou trabalhadores rurais.

Outros 40% dos entrevistados disseram que sempre foram comerciantes, pois a maioria aprendeu a atividade com parentes ou amigos ligados à família e, por gostarem do ofício, não procuraram mudar de atividade. Segundo alguns inquiridos, eles até pensaram em mudar de profissão, mas, por falta de oportunidades e até mesmo de recursos, essas possibilidades foram descartadas.

Figura 2: Gênero dos comerciantes.



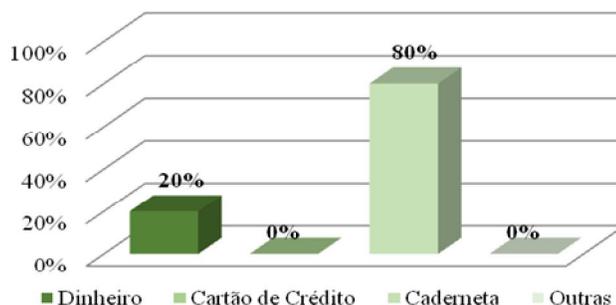
Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

Durante a aplicação do inquérito, procurou-se saber se uma antiga relação comercial dos sujeitos do cerrado ainda permanece na Rua Rio Preto: o uso da caderneta como forma comercial. Nesse tipo de caderno, o proprietário do estabelecimento escreve os nomes e valores dos produtos adquiridos pelos seus clientes com uma data estabelecida para o pagamento, podendo ser semanal, quinzenal ou mensal.

A Figura 3 mostra que 20% dos comerciantes vendem seus produtos à vista/no dinheiro e, surpreendentemente, 80% ainda utilizam a tradicional caderneta. Entre os entrevistados, nenhum faz uso de cartões de crédito, mas alguns confidenciaram

informalmente que essa mudança será necessária, pois é uma possibilidade de aumentar as vendas.

Figura 3: Formas utilizadas na venda de produtos.

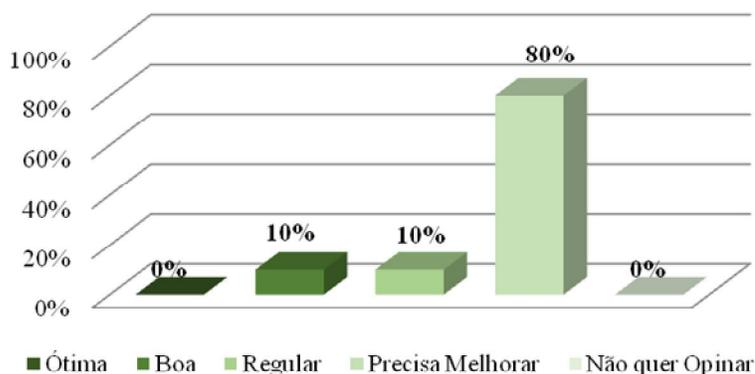


Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

Durante a investigação de campo, foi possível visualizar um pequeno número de comerciantes que utilizam o cartão de crédito, mas não conseguimos conversar com eles e, por isso, obteve-se o resultado de 0%, o que não retrata a realidade na sua totalidade. Os hábitos da modernidade já se fazem presentes no lugar, especialmente os usos de celular, internet e o cartão de crédito propriamente dito.

No caso da Figura 4, é possível ver a opinião dos inquiridos sobre a infraestrutura urbana da Rua Rio Preto. Para 80% dos sujeitos entrevistados, é necessário melhorar principalmente nos aspectos segurança, sinalização, iluminação e limpeza. Isso indica que o governo local pouco se faz presente no lugar, pois não existe nenhum projeto de preservação ou revitalização por parte do órgão público municipal.

Figura 4: A infraestrutura urbana na Rua Rio Preto.

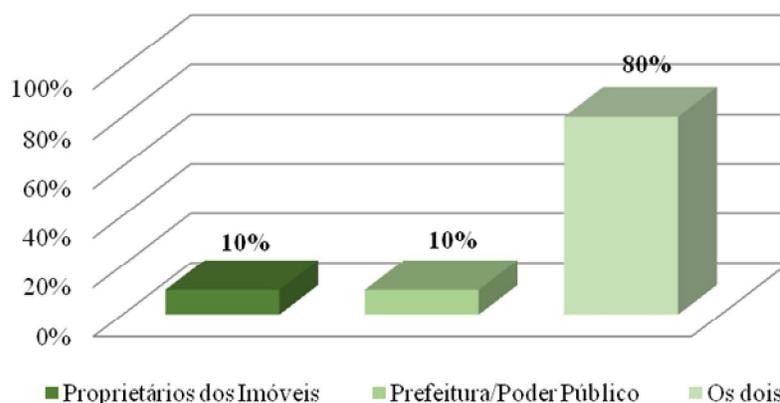


Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

Essa via urbana de Quirinópolis nos fez pensar, durante os trabalhos de campo, que a cidade é cheia de particularidades e diferenças, não só discrepâncias comerciais, mas econômicas, sociais e de interesse político, pois parece que a Rua Rio Preto foi esquecida pelos governantes municipais. Se analisarmos a cidade pelos bairros, vamos compreender que na área urbana investigada existem muitos tipos de cidades constituindo um espaço de desigualdades demarcado por enormes diferenças de interesses e esquecimentos. O novo sempre parece ser mais importante, enquanto o histórico vira uma ilha de abandono cercada pelo moderno.

Para 100% dos comerciantes que responderam ao inquérito, se as residências e os prédios comerciais da Rua Rio Preto fossem restaurados, esse lugar poderia se tornar atrativo para a população residente de Quirinópolis e os visitantes que chegam à cidade. De acordo com os dados citados na Figura 5, 80% disseram que a responsabilidade de preservar e recuperar o patrimônio edificado local tem de ser dividida entre os proprietários dos imóveis e o poder público municipal. Entretanto, nenhum desses agentes se compromete com a preservação dos patrimônios históricos do município, tampouco os presentes nas zonas urbana e rural.

Figura 5: Responsabilidade de preservar o patrimônio histórico e edificado do município.



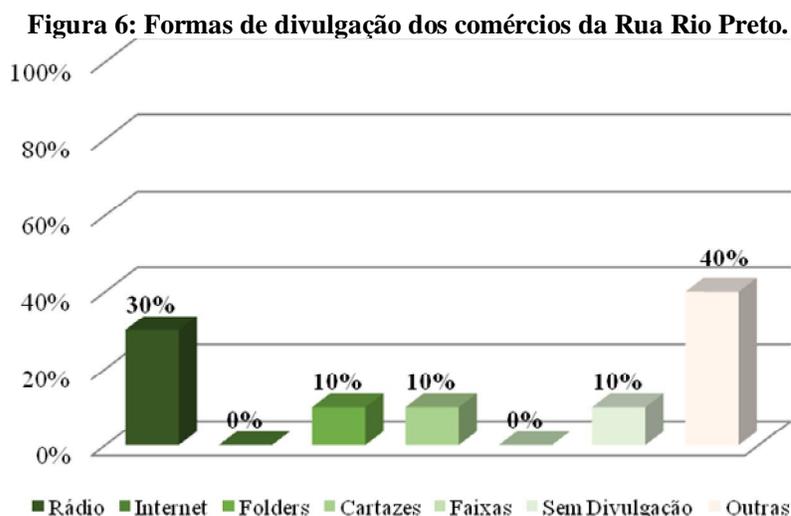
Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

A preservação dos bens históricos e culturais não pode ser resultado de apenas um segmento da sociedade, e sim um dever de todos. É preciso que a comunidade tenha consciência da importância de tais elementos e cobre do estado local. São fundamentais as ações concretas de agentes sociais, desde que sejam dotadas de interesses, estratégias e

práticas que valorizem a memória urbana. Diante disso, 100% dos inquiridos desconhecem qualquer lei ou projeto municipal para proteger o patrimônio edificado da cidade.

Durante as pesquisas de campo foi confirmado que, para 100% dos comerciantes, a via de mobilidade investigada faz parte da história da cidade, ao passo que, informalmente, alguns inqueridos disseram que praticamente o comércio da cidade nasce na Rua Rio Preto, pois essa paisagem era a principal via de saída para a zona rural e outras importantes cidades da região, como Caçu, São Simão, Paranaiguara, Jataí e Cachoeira Alta. Era também um ponto de partida para outros estados, sobretudo Minas Gerais, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul – antigamente, essa rua foi um centro comercial frequentado por muitos fazendeiros que faziam suas compras.

A Figura 6 destaca que 30% dos inqueridos utilizam as emissoras de rádio da cidade para divulgar o estabelecimento ou, como eles dizem, “fazer propaganda” – essa divulgação é feita principalmente nas duas rádios AMs da cidade. Outros 40% assinalaram que o estabelecimento comercial é conhecido pelo “famoso boca a boca”, ou seja, os clientes antigos e novos comentam com amigos, familiares etc., e isso traz novos consumidores. Para 20%, o trabalho de mídia é realizado por meio de folders e cartazes, e 10% disseram não ter nenhum trabalho de divulgação, nem por meio de clientes mais antigos e fiéis ao comércio.



Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

Nos relatos informais obtidos durante os trabalhos de campo, um comerciante afirmou que:

[...] na década de 1970, o prefeito da época proibiu os ônibus que iam para a fazenda a parar num ponto que ali tinha. Aí eles paravam na ponte do Rio das Pedras, as pessoas faziam as suas compras e o dono do estabelecimento na Rua Rio Preto tinha que andar cerca de 5 km para levar as compras de seus clientes de bicicleta até o ponto de ônibus. Com o passar do tempo, eles foram reivindicando melhorias e, com isso, o prefeito da época fez a rodoviária aqui da Rua Rio Preto para melhorar as condições das pessoas que ali passavam e compravam. Com isso também chegou o asfalto, foi muito bom pra nós (*sic*), né? (DEPOIMENTO INFORMAL DE CAMPO, 2014).

Os comerciantes inquiridos ressaltaram que os produtos mais vendidos em seus comércios da Rua Rio Preto são: roupas, tecidos, remédios, gás, água mineral, carvão, bebidas, pneus, entre outros. Os bares e o prédio da antiga rodoviária são pontos de encontros que marcam a musicalidade sertaneja e, para muitos entrevistados, são um espaço de lazer e diversão dos moradores.

5 UM OLHAR PARA OS CONSUMIDORES DA RUA RIO PRETO

Quando se pensa na Rua Rio Preto, em Quirinópolis, logo vem à mente um centro comercial tradicional que tenciona abastecer as famílias que moram na zona urbana e rural do município. Nesse viés, Lopes (2011, p. 67) pondera que as necessidades dos consumidores geram “[...] modificações históricas na forma de se comercializar”, mas parece que, nessa parte do urbano quirinopolino, os clientes dos comércios da Rua Rio Preto ainda valorizam as tradições que ali permanecem.

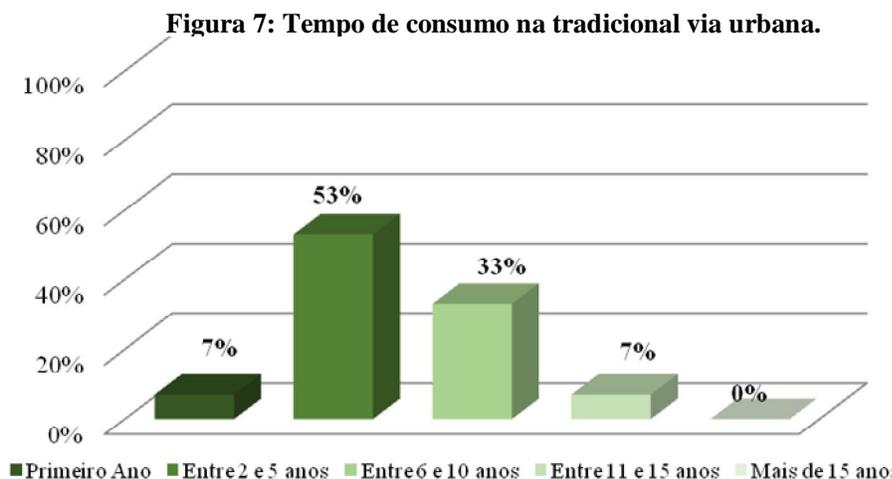
Ao analisar o objeto investigado neste artigo, entende-se que algumas mudanças ocorreram e acompanharam os novos modos de vida dos consumidores, mas determinadas características das últimas décadas do século XX, como as formas de venda em caderneta, ainda se mantêm. Portanto, será relatado aqui o resultado da pesquisa de campo feita com 100 consumidores que frequentam os comércios da Rua Rio Preto. Tal metodologia foi realizada entre os dias 5 de agosto de 2016 e 19 de dezembro do mesmo ano, objetivando conhecer esses sujeitos.

O primeiro dado coletado está relacionado ao gênero dos sujeitos consumidores, em que a maioria (60%) é masculina, principalmente por haver nessa via urbana muitos botecos (conhecidos também como bares e lanchonetes) e mercados, além de o local ser utilizado como via de saída da cidade, facilitando as compras de fazendeiros e outros sujeitos que estão em deslocamento. Os principais perfis citados pelos clientes desses comércios são:

aposentados, donas de casa, vaqueiros, vendedores, caminhoneiros, produtores rurais e autônomos.

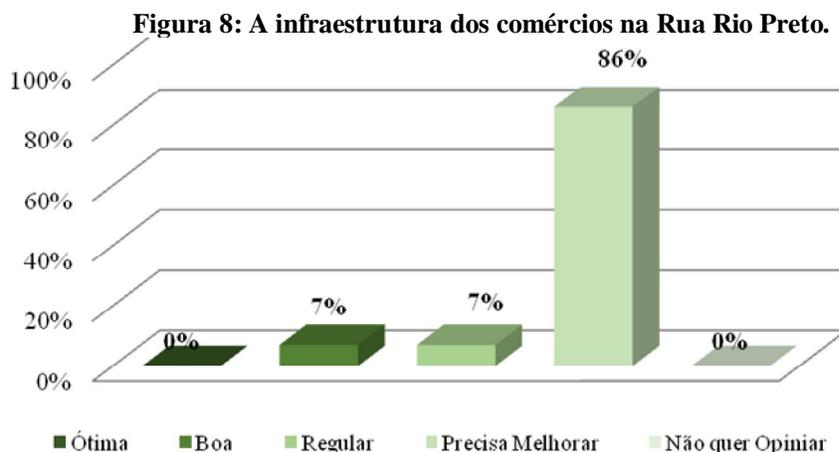
Sobre a origem dos consumidores da Rua Rio Preto, o maior número (90%) diz respeito ao município de Quirinópolis, oriundos dos bairros Centro, Vila Parreira, Onício Resende e fazendas, especialmente das zonas rurais do Salgado, Pedra Lisa, Cachoeirinha do Rio Preto e Serra da Confusão. Esses dados mostram que a região possui uma clientela de várias partes do município, extravasando os limites da Rua Rio Preto ou até mesmo a sua aglomeração física (a cidade).

Nesse contexto, a Figura 7 demonstra que 53% dos consumidores compram no lugar entre dois e cinco anos. Os clientes mais tradicionais representam um universo de 7%, pois frequentam os estabelecimentos dessa via urbana há mais de uma década – dentre esses indivíduos, muitos confienciaram que os avós e pais tinham (e/ou) têm) o hábito de frequentar essas lojas desde a década de 1970.



Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

Enquanto isso, na Figura 8 é possível compreender a opinião das pessoas sobre a infraestrutura dos comércios em uma das vias mais antigas do urbano quirinopolino. Segundo 86% dos inquiridos, os prédios não estão em condições adequadas, sendo necessários investimentos de melhorias. Muitos entrevistados disseram informalmente que o patrimônio edificado e a via pública estão abandonados e que precisam ser restaurados e recuperados, mas não acreditam que algum projeto (ou ação) será feito pelos proprietários e governantes locais.



Fonte: Organizado por Clemente, 2016.

De acordo com os sujeitos que responderam aos questionários, os principais produtos consumidos são: rações, remédios, gás, produtos da cesta básica, bebidas, quitandas, bebidas, doces e salgados. A maioria (87%) afirmou que tem preferência em comprar nesse território por ser mais barato que em outros comércios da cidade. Para 93% dos consumidores, se a via urbana e o patrimônio edificado fossem restaurados e inseridos em agendas culturais públicas e privadas, a paisagem atrairia mais pessoas, e não somente os residentes de Quirinópolis, o que criaria novas formas de uso para esse lugar.

Nenhum entrevistado considera que a responsabilidade de recuperação e preservação é somente dos proprietários dos imóveis; no entanto, para 93%, essa deveria ser uma ação em conjunto (sociedade e poder público), pois todos têm de ajudar a preservar o patrimônio histórico da cidade, uma parte da vida e memória de cada morador.

Na contramão do que é vivenciado por comerciantes e consumidores da Rua Rio Preto em Quirinópolis, Abreu (2012) arrazoá que, depois de um longo período em que só se cultuava o que era novo – o que resultou num ataque constante e sistemático às heranças vindas de tempos antigos –, eis que atualmente o cotidiano urbano brasileiro se vê invadido por discursos e projetos que pregam a restauração, a preservação ou a valorização de diversos vestígios do passado. Nesses termos, a valorização:

[...] do passado das cidades é uma característica comum às sociedades desta virada de milênio. No que diz respeito a “países novos”, como o Brasil, essa

tendência é inédita e reflete uma mudança significativa nos valores e atitudes sociais até agora predominante (ABREU, 2012, p. 19).

Para o autor, a valorização do passado (ou do que sobrou dele na paisagem) ocorre de forma generalizada no mundo, refletindo a emergência de uma nova relação identitária entre os sujeitos do final do século XX e os conjuntos espaciais que lhes dão ancoragem no planeta, sejam eles os Estados-nações, as regiões ou os lugares. Os poderes públicos de Quirinópolis não olham para o passado da Rua Rio Preto como uma das dimensões mais importantes de sua história, que ainda vive na cultura e no cotidiano do lugar.

É fundamental que o poder público e a sociedade em geral se engajam decisivamente num movimento de preservação do que sobrou de seu passado, numa indicação de que muitos aspectos mudaram na forma como a sociedade do interior de Goiás se relaciona com as suas memórias. Entretanto, não é comum encontrarmos discursos e ações concretas de preocupação com o passado dessa cidade goiana.

O patrimônio edificado e o descaso do poder público

Neste trabalho é fundamental analisar a importância e o significado do patrimônio edificado da Rua Rio Preto, bem como o papel dos gestores ligado ao poder público de Quirinópolis. Inicialmente, são citadas as palavras de Ghirardello e Spisso (2008, p. 13) em relação ao patrimônio, que diz respeito a “[...] todos os bens materiais e imateriais, naturais ou construídos, que uma pessoa ou um povo possui ou consegue acumular”. Assim, pode-se dizer que patrimônios arquitetônicos são “[...] as edificações que adquiriram significação histórica e cultural em determinada sociedade” (DIAS, 2005, p. 27) – entendemos que esse caso é específico de muitas edificações existentes no objeto de estudo deste artigo.

O patrimônio edificado da Rua Rio Preto é destacado na obra de Santos (2012, p. 208) sobre turismo e lazer em Quirinópolis:

A imagem mostra parte do patrimônio histórico edificado, com destaque para o antigo terminal rodoviário na Rua Rio Preto. Nessa rua é possível conhecer ainda residências e comércios construídos em meados do século XX, simbolizando a dinâmica urbana pretérita.

Em seu trabalho, o autor ressalta que, se bem preservada pelo poder público local, a referida rua pode se tornar um atrativo turístico ou um ambiente de visitação na cidade. Desse modo, Garófalo e Pinho (2011) expõem que as políticas públicas, consideradas irrelevantes no passado, hoje assumem papel preponderante e dominante, pois são fundamentais para se compreender o espaço público e estão ligadas à interferência do homem, às suas ações e políticas de usos e apropriações.

Diante desse ponto de vista teórico, pode-se afirmar que os espaços públicos (praças, ruas, áreas de lazer, prédios públicos e calçadas) de Quirinópolis, especialmente o patrimônio edificado da Rua Rio Preto, não está sendo preservado, e o descaso público é imenso. Espera-se que este trabalho possa chegar aos diversos gestores do município e esclarecer os setores públicos e privados, assim como a sociedade, sobre a importância e as vantagens de revitalizar essa tradicional via pública da cidade, pois estruturar o seu comércio e aumentar a oferta de espaços de lazer e cultura pode proporcionar uma melhora na qualidade de vida de seus moradores.

De fato, ações de revitalização podem levar a uma qualidade dos serviços urbanos prestados e a uma melhora dos equipamentos de infraestrutura urbana, além de agregar valor aos prédios comerciais e residências que fazem parte da história local. Para que essas ações aconteçam, é imprescindível o apoio de lideranças municipais e, sobretudo, da comunidade quirinopolina. O setor privado envolvido com o projeto de revitalização poderá ganhar com o fortalecimento de atividades culturais, de lazer e até mesmo turísticas, que devem ser incluídas no processo de revitalização. De acordo com Santos (2013, p. 81-82), o poder público:

[...] tem por fim responder as necessidades das populações residentes visando responder o seu bem-estar. [...] esse tem papel fundamental nas políticas de educação, saúde, segurança, transporte, meio ambiente, turismo, lazer, entretenimento, cultura, atividades esportivas, entre outros. Ele é o principal regulador dos usos e apropriações espaciais, examinando e fiscalizando os diversos grupos econômicos em cada nova atividade criada, cuja resposta determinará futuras decisões no âmbito das gestões públicas e desenvolvimento regional.

Para o autor citado, é função do poder público, em conjunto com a sociedade, executar o planejamento de ocupação e uso do solo, acentuar ou atenuar as assimetrias regionais, redefinir a estrutura das cidades, definir acessibilidades e outros equipamentos públicos. Essas são questões primordiais para uma política de ambiente que condicionam, igualmente, as outras áreas políticas setoriais.

De acordo com Santos (2013), a qualidade de vida das populações relaciona-se com a ocupação do território, pelas articulações entre os espaços urbano e rural que são, muitas vezes, condicionadas a informações incompletas que se efetuaram ao longo dos anos. Nesses termos, o poder público local e suas organizações são responsáveis pelos arranjos e pela revitalização de lugares como a Rua Rio Preto.

Diante desse quadro, pode-se dizer que o poder público ainda assume um papel decisivo na preservação e conservação do patrimônio edificado dos municípios, sobremaneira injetando fundos públicos. No entanto, é importante ressaltar que:

Nem sempre, porém, o que é proposto pelas políticas estatais chega aos lugares, levando os sujeitos a criarem suas posições políticas e concepções de usos e, assim, passam a se articular de diversas formas, sobretudo, baseados naquilo que é histórico e cultural e não de acordo com as forças políticas estatais, fortalecidas pelo recorte administrativo (SANTOS, 2013, p. 83).

No caso específico dos comércios existentes na Rua Rio Preto, foi verificado que a atuação da administração pública local está distante das necessidades em relação às ações comerciais existentes que são realizadas pelos sujeitos locais, o que tem fortalecido a visão preconceituosa de grande parte da população quirinopolina. Não existem projetos e metas de responsabilidade dos políticos e funcionários dos diferentes níveis territoriais que operam de forma direta no local, principalmente por meio dos órgãos administrativos da prefeitura de Quirinópolis.

No âmbito local, as competências comerciais e de preservação ou não do patrimônio edificado se relacionam com a sensibilização de cada sujeito local com suas raízes territoriais, mas sem capacidades técnicas e financeiras de criar infraestruturas e equipamentos que fortaleçam as relações comerciais no lugar. Logo, é fundamental juntar esforços entre os diversos segmentos da sociedade para proporcionar conhecimentos que levem ao desenvolvimento cultural e social do lugar.

A Rua Rio Preto precisa ser cuidada pelo fato de fazer parte do patrimônio da cidade de Quirinópolis (GO), pois foi também a partir dessa via de mobilidade que o comércio da cidade praticamente nasceu. Pode-se afirmar que foi o começo de tudo, uma parte importante da história que tem de ser preservada como qualquer outro patrimônio edificado. Os comerciantes do referido logradouro, de fato, se sentem abandonados pelo poder público e solicitam mais atenção, segurança e infraestrutura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se que esta pesquisa tenha conseguido alertar sobre a atual situação de áreas que estão esquecidas pelo poder público no interior de Goiás, como os antigos centros das cidades; os antigos locais de concentração de atividades comerciais, de serviços e de gestão; as antigas áreas industriais e áreas residenciais, distintas em termos de forma e conteúdo social; as antigas áreas de lazer; e, entre outras, aquelas de reserva para futura expansão. É fundamental pensar que o espaço urbano de pequenas cidades também se transforma por intermédio da política e de ações no território, considerados conceitos-chave no estudo da Geografia.

Especificamente no caso deste trabalho, a palavra “espaço” teve seu uso associado indiscriminadamente a diferentes escalas da cidade, do bairro, da rua e da casa. Esse espaço foi entendido a partir de relações que implicam em custo, tempo, comércio e valorização histórica. As relações comerciais entre consumidores e vendedores são, por outro lado, influenciadas pelo fato de ambos pertencerem ou não ao mesmo lugar, bairro ou rua.

Nessa discussão, pode-se dizer que as cidades pequenas organizam um papel de vivência, respeitando as escalas, ao passo que os sujeitos assumem um papel de comerciantes ou consumidores na rede urbana. Em Quirinópolis, a Rua Rio Preto, com seus produtos vendidos nos comércios mais antigos, a antiga rodoviária e o seu patrimônio edificado foram mostrados como uma potencialidade urbana pouco valorizada pela sociedade e poder público local.

Destarte, durante os trabalhos de campo, foi possível verificar que os comerciantes dessa importante via pública se sentem abandonados pela população e prefeitura, principalmente por falta de segurança e pelo fato de o referido local manter os antigos prédios sem o devido cuidado. Nesse viés, foi possível compreender que diversos comércios foram fechados por falta de investimentos ou porque os donos morreram e seus filhos não quiseram continuar o negócio, posto que, à época, as lavouras estavam mais rentáveis; ainda assim, eles não venderam os prédios, e sim os alugaram, mesmo não estando em boas condições. Isso mostra que antigos comerciantes do lugar também eram proprietários de terra.

REFERÊNCIAS

ABREU, Maurício. Sobre a memória das cidades. In: CARLOS, A. F. A.; SOUZA, M. L.; SPOSITO, M. E. B. (Orgs.). **A produção do espaço urbano**. São Paulo: Contexto, 2012.

BRAGA, R. B. A (re)significação do conceito de natureza e ambiente no ensino básico: um reflexão sobre as heranças iluministas e o trabalho de campo como mediação pedagógica. In: CAVALCANTE, L. de S.; BUENO, M. A.; SOUZA, V. C. de. **A produção do conhecimento e a pesquisa sobre o ensino de Geografia**. Goiânia: PUC Goiás, 2011.

BUENO, F. da S. **Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: FTD; Lisa, 1996.

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

CARLOS, A. F. A. O consumo do espaço. In: CARLOS, A. F. A. (Org.). **Novos caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

CASTRO, I. E. de. Imaginário político e território: natureza, regionalismo e representação. In: CASTRO, I. E. de.; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Explorações geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

CAVALCANTI, Lana de Souza. Geografia da cidade – a produção do espaço urbano de Goiânia. In: CAVALCANTI, Lana de Souza. **Uma geografia da cidade** – elementos da produção do espaço urbano. Goiânia: Alternativa, 2001.

CORRÊA, R. L. Interações espaciais. In: CASTRO, I. E. de.; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Explorações geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

COSTA, Everaldo Batista. **A concretude do fenômeno turismo e as cidades patrimônio mercadoria**: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2010.

COSTA, Josiane de A.; SILVA, Lorraine G. da. Migração, trabalho e escola: a inserção dos alunos nordestinos no Colégio Estadual Independência no município de Quirinópolis em 2015. **Revista Mirante**, Quirinópolis, v. 8, n. 2, 2015, p.11-22.

DAMIANI, A. L. O lugar e a produção do cotidiano. In: CARLOS, A. F. A. (Org.). **Novos caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

DIAS, Adriana F. **A reutilização do patrimônio edificado como mecanismo de proteção**: uma proposta para os conjuntos tombados de Florianópolis. 2005. 176 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

GARÓFALO, Gílson de L.; PINHO, Terezinha F. de. **Políticas públicas**: limites e possibilidade. São Paulo: Atlas, 2011.

GEIGER, P. P. Desterritorialização e espacialização. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A. de.; SILVEIRA, M. L. (Orgs.) **Território** – globalização e fragmentação. São Paulo: Hucitec, 1996.

GHIRARDELLO, N.; SPISSO, B. **Patrimônio histórico**: como e por que preservar. Bauru: Canal Seis, 2008.

LIMONAD, Ester. Urbanização e organização do espaço na era dos fluxos. In: SANTOS, Milton; BECKER, Bertha K. **Territórios, territórios** – ensaios sobre o ordenamento territorial. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

LOPES, Michelly de Lourdes. **A espacialização do varejo no espaço intraurbano**: o caso da rede Bretas de supermercados em Uberlândia (MG). In: ALVES, L. A.; RIBEIRO FILHO, V. O espaço intraurbano de Uberlândia (MG): perspectivas geográficas. Uberlândia: Edibrás, 2011.

MOURA, Poliana S.; SILVA, Mirella L. Trabalho de campo nas paisagens turísticas do destino Canastra – Minas Gerais. In: SANTOS, Jean, C. V. (Org.). **Paisagens e destinos turísticos na pesquisa geográfica**. Uberlândia: Composer, 2009.

OLIVEIRA, Francielle F. de; BUENO, Kamilla F. Estudantes turistas na cidade de Lagoa Santa (Goiás): das águas termais ao relatório de campo. In: SANTOS, Jean, C. V. (Org.). **Paisagens e destinos turísticos na pesquisa geográfica**. Uberlândia: Composer, 2009.

PINTAUDI, S. M. O consumo do espaço de consumo. In: OLIVEIRA, M. P.; COELHO, M. C. N.; CORREA, A. M. (Orgs.). **O Brasil, a América Latina e o mundo**: espacialidades contemporâneas. Rio de Janeiro: Lamparina; FAPERJ; ANPEGE, 2008.

SANTOS, Jean Carlos Vieira. **Políticas de regionalização e criação de destinos turísticos entre o Lago de São Simão e a Lagoa Santa no Baixo Paranaíba Goiano**. 367 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-graduação em Geografia do Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2010.

SANTOS, Jean Carlos Vieira. Turismo, lazer e atrativos: contemplações, usos e apropriações de paisagens. In: URZEDO, M. da F. A. **Quirinópolis** – mãos e olhares II: história & imagem. Goiânia (GO): Kelps, 2012.

SANTOS, Jean Carlos Vieira. **Região e destino turístico**: sujeitos sensibilizados na geografia dos lugares. São Paulo: All Print, 2013.

SANTOS, Milton. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2003.