

Trabalho de Graduação

Curso de Graduação em Geografia

**AS DINÂMICAS ESPACIAIS DO COMÉRCIO E DO CONSUMO
EM PEQUENAS CIDADES: IPEÚNA (SP)**

Karlise Klafke

Prof(a).Dr(a). Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza

Rio Claro (SP)

2015

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Câmpus de Rio Claro

KARLISE KLAFKE

AS DINÂMICAS ESPACIAIS DO COMÉRCIO E DO CONSUMO
EM PEQUENAS CIDADES: IPEÚNA (SP)

Trabalho de Graduação apresentado ao Instituto de
Geociências e Ciências Exatas - Câmpus de Rio
Claro, da Universidade Estadual Paulista Júlio de
Mesquita Filho, para obtenção do grau de Bacharel
em Geografia.

Rio Claro (SP)

2015

KARLISE KLAFKE

AS DINÂMICAS ESPACIAIS DO COMÉRCIO E DO CONSUMO
EM PEQUENAS CIDADES: IPEÚNA (SP)

Trabalho de Graduação apresentado ao Instituto de
Geociências e Ciências Exatas - Câmpus de Rio
Claro, da Universidade Estadual Paulista Júlio de
Mesquita Filho, para obtenção do grau de Bacharel
em Geografia.

Comissão Examinadora

Profa. Dra. Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza (Orientadora)

Prof. Dr. Auro Aparecido Mendes

Prof. Dr. Enéas Ferreira

Rio Claro, ____ de _____ de _____.

910.971681 Klafke, Karlise

K63d

As dinâmicas espaciais do comércio e do consumo em
pequenas cidades : Ipeúna (SP) / Karlise Klafke. - Rio Claro,
2015

84 f. : il., figs., gráfs., tabs., quadros

Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Geografia)
- Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e
Ciências Exatas

Orientador: Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza

1. Brasil - Comércio. 2. Espaço. 3. Rede urbanaI. Título.

Ficha Catalográfica elaborada pela STATI - Biblioteca da UNESP
Campus de Rio Claro/SP

*Para minha mãe.
Sempre presente nas conquistas e dificuldades.*

AGRADECIMENTOS

Ao procurar por exemplos de como iniciar os agradecimentos notei que é de praxe agradecer em primeiro lugar à Deus, e sempre busquei entender os motivos que levavam a este costume: a religiosidade ou a simples tradição. Mas o fato é que no decorrer da caminhada para a consolidação desse trabalho, entendi que se Deus não estivesse presente naqueles momentos de desânimo e de dificuldades, se não tivesse posto as pessoas que abaixo assinalarei em minha vida que me apoiaram ou simplesmente estiveram lá sem se quer notar o bem que me faziam e se não fossem as oportunidades arquitetadas no decorrer da pesquisa, não teria sido possível que essas linhas tivessem sido traçadas, o que torna necessário o agradecimento à Deus por me iluminar e conduzir no decorrer desse processo.

Todo o apoio de minha mãe, Cleonir, que muitas vezes sem compreender as repercussões do que fazia me acompanhou a campos, compreendeu os fins de semana em que ficava no computador, os dias de *stress*, e que torceu e vibrou comigo a cada conquista direcionando todas suas orações e pensamentos positivos para que tudo se saísse bem, não só no decorrer desses cinco anos, mas acompanho ao longo dos anos, de perto, todos os passos e moldando a pessoa que me tornei sempre orientada pelo orgulho que sinto por ela e por sua trajetória. Obrigada Mãe.

Sem minha orientadora, Professora Silvia, não seria possível chegar a um tema que tanto me identifiquei. Diante de conversas, orientações, indicações de bibliografias e a possibilidade que me proporcionou de participar de tantos outros projetos, sempre acreditando em meu potencial e responsabilidade que permitiram um grande crescimento pessoal e profissional. Dedico toda minha admiração a essa indiscutivelmente excelente profissional e carinho a amiga que se tornou.

Ào meu noivo, Lucas, que foi peça essencial desde a construção do projeto até sua realização, acompanhando à campos, aplicando questionários, indicando eventos que me proporcionaram relevantes discussões e a exposição do trabalho, que participou de cada vírgula, revisando e indicando possíveis leituras e dedicando um carinho indescritível nos momentos de desânimo, sempre lembrando das motivações que construíam esse trabalho.

O meu irmão Thiago e minha cunhada Pamela, também foram pessoas indispensáveis nesse processo, tanto me apoiando como proporcionando momentos de distração. Também meu pai, Edmar, que mesmo distante sei o quanto torceu por mim.

Às queridas amigas “Brothers de Rio Claro”, Lá, Lu, Má, Ná, Sá e Yu, com toda compreensão de minhas ausências e a alegria que os encontros proporcionaram. À Amiga de

todas as horas Lika e sua família sempre acolhedora, a tia Ro e o tio Zé. Sem contar com os amigos que conheci no decorrer dos cinco anos de curso e tornaram-se essenciais, em especial Graveto, Felipinho, Isa, Panda e Ste. Sem esquecer do papel essencial das “Deliders” nos primeiros anos de faculdade que mostraram um novo significado à atividade física e a necessidade de se ter “raça” e dedicação a tudo que se faz e, à “CF13” que animava as madrugadas de segunda-feira e permitiu que proporcionasse um dos momentos mais felizes à minha família, a formatura. Não posso esquecer da turma 52 como um todo e dos colegas de laboratório, que trouxeram momentos de risadas e trocas de conhecimento, especialmente ao Victor que prontamente se disponibilizou a me auxiliar na aplicação de questionários.

Peças fundamentais dessa caminhada foram os professores que ministraram com carinho e dedicação cada disciplina que compunha o curso de geografia e trouxeram a partir das aulas, leituras, campos, seminários um conhecimento sem igual, embora tenha a garantia de que preciso estudar e apreender muito mais com eles e tantos outros professores para alcançar seus potenciais. Em especial o Professor Anderson que me proporcionou a primeira iniciação científica, as professoras Maria Antônia e Maria Bernadete que me deram uma outra visão da licenciatura, me livrando de preconceitos. Também os Professores Auro e Sandra sempre presentes no laboratório, apresentando-se disponíveis e alegres com minhas conquistas e, o Professor Enéas que além de professor descobri ser um excelente cantor. As professoras Carminha e Angela, que embora de outras universidades e sem me conhecer, me receberam muito bem em seus ambientes de trabalho, se mostrando interessadas e dispostas a auxiliar em meu trabalho. Por fim, os funcionários da Biblioteca, do Departamento de Geografia e da Seção Técnica de Graduação essenciais ao funcionamento da universidade.

Devo apresentar minha gratidão aos funcionários da Prefeitura Municipal de Ipeúna e aos funcionários e alunos da E. E. Prof. Marcelo Mesquita, os comerciantes e a população de Ipeúna como um todo, que me garantiram todo o material que compuseram às análises da pesquisa. Em especial ao pessoal do protocolo, ao Secretário Tiago que se mostrou aberto a entrevistas e prestou esclarecimentos necessários à pesquisa e fornecendo material para o mapeamento e a coordenadora Fátima que direcionou os questionários aos alunos e funcionários da escola.

Por fim, à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo pelo financiamento da pesquisa mediante processo número 2013/27115-2 e, ao parecerista que, mesmo anônimo, teceu importantes considerações acerca da pesquisa.

*Não contemplar as pequenas cidades é esquecer
uma parte da realidade urbana.
(Endlich)*

RESUMO

O Consumo apresenta-se como importante categoria de análise do espaço, uma vez que, as relações expressas pela sociedade capitalista, especialmente no período pós guerra, alteraram as formas e os conteúdos das cidades e da rede urbana. Essas mudanças acarretam na reestruturação dos papéis desempenhados pelas cidades de diferentes níveis hierárquicos, em especial as pequenas cidades. Diante da rede urbana as pequenas cidades tenderam a ganhar ou perder centralidade de acordo com sua inserção regional e, apesar da importância dessas cidades, poucos são os autores que têm se debruçado em seu estudo, sendo dado maior enfoque às cidades médias e às metrópoles. Nesse contexto o presente trabalho tem o objetivo de compreender as dinâmicas do comércio e do consumo em pequenas cidades diante do exemplo de Ipeúna (SP). Essa cidade tornou-se foco do trabalho ao passo que está inserida no contexto da região administrativa de Campinas (SP) e apresenta dinâmica peculiar diante da complexidade de suas articulações, refletindo o ambiente de competitividade da rede urbana ao qual Ipeúna busca se inserir apesar de guardar as relações de um tempo antigo em seu interior.

ABSTRACT

Consumption is an important category of space studies, because of the capitalist society that was consolidate in the post war period, and changed the forms and contents of cities and the urban network. These changes result in the restructuring of the roles played by the cities of different levels, particularly small towns. Given the urban network small towns tended to be more or less centrals, according to their regional integration and, despite the importance of these cities, there are few authors who have examined in their study, being given greater focus at intermediate cities and big cities. In this context the present study aims to understand the dynamics of trade and consumption in small towns, the study will explore the case of Ipeúna (SP). This town has become the focus of the work because it is inserted in the context of the administrative region of Campinas (SP) and has peculiar dynamics on the complexity of your joints, thus reflecting the atmosphere of competitiveness of the urban network and the mechanism of Ipeúna to insert on it, despite the relations of an ancient time on its inside.

LISTAS

Lista de Figuras

Figura 1. Ciclo de Vida do Produto Tradicional.....	8
Figura 2. Ciclo de Vida do Produto <i>High Tech</i>	8
Figura 3. Região de Influência – Campinas (SP).....	28
Figura 4. A Macrometrópole Paulista.....	31
Figura 5. Entrada de Ipeúna (SP) e Edra.....	36
Figura 6. Novo Mini Distrito Industrial. Ipeúna – SP.....	37
Figura 7. Indicações de Pontos Turísticos em Ipeúna – SP.....	45

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Empregos Formais por Setor em 2010. Ipeúna – SP.....	43
Gráfico 2. Arrecadação de Impostos em 2010. Ipeúna – SP.....	44
Gráfico 3. Valor Adicionado em Milhões de Reais Correntes em 2010. Ipeúna – SP.....	44
Gráfico 4. Relevante para Fazer Compras. Faixa Etária de 15 à 19 anos. Ipeúna – SP.....	60

Lista de Mapas

Mapa 1. Localização de Ipeúna – SP.....	27
Mapa 2. Percurso Percorrido: Entrada à Praça Central de Ipeúna (SP).....	40
Mapa 3. Localização dos Estabelecimentos Comerciais. Ipeúna – SP.....	56

Lista de Quadros

Quadro 1. Número de Estabelecimentos por Setor em 2012. Ipeúna – SP.....	42
Quadro 2. Atividades Comerciais Segundo Classificação CNAE. Ipeúna – SP.....	47
Quadro 3. Estabelecimentos Comerciais. Ipeúna – SP.....	49
Quadro 4. Tempo do Comércio no Local. Ipeúna – SP.....	49
Quadro 5. Número de Funcionários por Estabelecimento. Ipeúna – SP.....	52
Quadro 6. Relação com os Funcionários. Ipeúna – SP.....	52
Quadro 7. Média de Clientes por Dia no Comércio. Ipeúna – SP.....	52
Quadro 8. Especialização dos Estabelecimentos Comerciais. Ipeúna – SP.....	55
Quadro 9. Local que Prefere Fazer Compras. Faixa Etária 15 à 19 anos. Ipeúna – SP.....	61

Lista de Tabelas

Tabela 1. População de Ipeúna (SP).....	35
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
Detalhamento dos Procedimentos Metodológicos.....	3
CAPÍTULO I: <i>A Flexibilidade: reestruturações produtiva e interurbana</i>	6
1.1. Reestruturação Interurbana.....	11
1.2. As Transformações do Consumo.....	19
1.3. Comércio e Consumo em Pequenas Cidades.....	24
CAPÍTULO II: <i>A Pequena Cidade de Ipeúna (SP)</i>	26
2.1. Formação territorial de Ipeúna (SP).....	32
2.2. Comércio e Consumo em Ipeúna (SP).....	38
CAPÍTULO III: <i>Análise Empírico-Conceitual sobre a Dinâmica do Comércio e do Consumo na Pequena Cidade de Ipeúna (SP)</i>	41
3.1. Economia e Participação Setorial em Ipeúna.....	41
3.2. O Comércio Varejista na Cidade de Ipeúna.....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	64
ANEXOS	68

INTRODUÇÃO

Os estudos acerca da localização comercial tomaram importância principalmente a partir do século XVII, quando se consolidou o capitalismo comercial diante do contexto das grandes navegações e trouxe como desdobramento a intensificação do comércio entre regiões que viviam em condições naturais, organizações sociais e culturais diversas. Autores como Thunnen (1826), Christaller (1933) e Weber (1909) espacializaram as indústrias, as atividades primárias e as terciárias em função dos custos de transportes, mão de obra, energia, etc., definindo os tamanhos e as vantagens da aglomeração urbana e a amplitude dos mercados. Já após a II Guerra Mundial com a realocação das indústrias, das comunicações e da utilização agrícola do território, George (1991) trouxe importantes colaborações as geografias econômica e urbana que traziam desdobramentos às indústrias, às cidades, ao comércio, ao transporte e ao consumo. No entanto, os desdobramentos socioespaciais dessas localizações trazidas por autores como Castells (2008), Harvey (2004) e Lefèbvre (2004, 2008) que deram as formas iniciais às formulações críticas dos estudos urbanos e regionais de cunho marxista no estudo do consumo.

A Geografia do Comércio, subárea da Geografia Urbana, busca, conforme Ortigoza (2009), estudar a materialização das relações de consumo nas cidades, uma vez que as complexas relações de consumo apresentam impactos na produção do espaço urbano. A autora acredita assim que o consumo deve ser tomado como categoria de análise da produção do espaço urbano.

Diversos foram os autores que utilizaram dessa categoria para explicar os processos e as formas espaciais. Pintaui (1981) por exemplo, analisa a gênese e o desenvolvimento dos supermercados no Brasil, apontando as repercussões socioespaciais que essas formas comerciais traziam para o espaço urbano e as mudanças que orientaram a lógica da metrópole brasileira após a segunda Guerra Mundial, continua mostrando essas alterações ao estudar os Shopping-centers, Pintaui (1989), que passam a criar centralidades dentro do espaço urbano das cidades. No mesmo sentido Ortigoza (1996, 2001) apontou a materialização do consumo no espaço urbano a partir de estudos sobre as franquias no Brasil e o comércio de refeições prontas na metrópole Paulista. Em 2009, a referida autora coloca de forma contundente o consumo como categoria de análise geográfica.

Outra autora que utiliza-se do consumo para tecer a análise espacial é Salgueiro (1992, 1996), em seus estudos sobre Portugal indica o comércio como fator essencial para a estruturação da cidade. Nesse sentido, Villaça (2001), ao estudar as metrópoles brasileiras considera que a análise dos intraurbano deve ser entendida a partir dos deslocamentos humanos, sobretudo sobre os fluxos gerados pela população em função de sua força de trabalho e do consumo, pois esses fluxos se sobrepõem as lógicas de comunicação e transporte que regem as dinâmicas regionais. Vargas (2001), por outro lado, ao reconstruir a história das atividades terciárias, indica importância das atividades terciárias no que tange as articulações regionais.

Por fim, Cachinho (2002, 2006), Carreras (2005) e Lipovietsky (2007) demonstraram como os comportamentos de consumo da sociedade atual influenciam na dinâmica e na relação das cidades. A esse respeito Ortigoza (2009) discorre:

O comércio em geral e a venda a varejo, em especial, constituem atividades essencialmente urbanas e que exigem centralidade. As ligações do comércio com o espaço urbano fazem parte de um longo processo, porque o comércio varejista faz parte da própria razão de ser das cidades. É o comércio que promove a existência da cidade, justifica uma boa parte da sua organização interna, explica inúmeros movimentos que se desenvolvem no seu interior. (ORTIGOZA, 2009, p.18)

Dessa forma, aceitamos o consumo como categoria de análise do espaço geográfico conforme propôs Ortigoza (2009) para o desenvolvimento do presente trabalho, buscando compreender de que forma o consumo orienta as reestruturações urbana e da cidade no que tange as relações de comércio e de consumo entre pequenas cidades e seu entorno, dado o exemplo de Ipeúna.

Ipeúna é uma pequena cidade localizada no interior paulista, participando da rede urbana que envolve cidades como Campinas, Piracicaba, Rio Claro, Limeira, que caracterizam uma região muito dinâmica proporcionada pelas relações de competitividade e cooperação entre essas cidades; concentram grande parte da indústria nacional e possui relações de consumo muito desenvolvidas, constituídas por modernas formas comerciais. Nossa cidade de análise, Ipeúna, por outro lado, embora presente nessa rede urbana, apresenta características peculiares a essas relações distanciando-se em muitas de suas características da regularidade regional, tornando-se interessante recorte espacial. Ao que tange o comércio, Ipeúna apresenta uma configuração peculiar, em que permanecem as formas tradicionais destacando-se as relações de sociabilidade. Além disso, acredita-se que o comércio pode revelar as potencialidades de uma cidade, e acrescentaria também suas contradições.

Nesse sentido, buscaremos, a partir desse trabalho, compreender de que forma as relações interurbanas afetam as relações de comércio e consumo em Ipeúna, de forma a compreender a participação econômica do município, identificar os segmentos comerciais presentes e as demandas por novas formas de consumo da população.

Detalhamento dos Procedimentos Metodológicos

O ponto de partida do presente trabalho consistiu na observação direta da realidade urbana na pequena cidade de Ipeúna (SP), que possibilitou visualizar a incipiência de atividades comerciais para atender a demanda populacional, de forma a buscá-las em outras localidades. Definindo-se assim o recorte espacial de Ipeúna – SP, sem, contudo desconsiderar a sua relação mais imediata com algumas cidades da região.

A observação do cotidiano da pequena cidade se deu de forma sistemática, procurando identificar as aglomerações comerciais e os principais fluxos de pessoas pela cidade.

Junto à leitura da realidade, tornou-se imprescindível o levantamento bibliográfico quanto à temática proposta, ou seja, leituras relacionadas a pequenas e médias cidades, redes urbanas, zonas de influência, atividades comerciais e dinâmicas do consumo, trajetória histórica do processo de consolidação do espaço urbano de Ipeúna. A fim de compreender as dinâmicas observadas na leitura inicial.

Aliado a leitura e aos pressupostos teóricos, o levantamento de indicadores buscou estabelecer relações empírico-teóricas. Nesse sentido, em um primeiro momento buscou-se identificar as atividades econômicas predominantes na cidade quanto a mão de obra ocupada, evolução do PIB – Produto Interno Bruto, arrecadação de impostos, Valor Adicionado. Sendo coletados dados em instituições e centros de pesquisa, como: IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Censo 2010, fundação SEADE – Sistema Estadual de Análise de Dados, Prefeitura Municipal de Ipeúna (relação de contribuintes), RAIS – Relação Anual de Informações Sociais, CAGED – Ministério do Trabalho e Emprego, CNAE 2.0 – Classificação Nacional de Atividades Econômicas e REGIC – Região de Influência das Cidades.

Dadas as potencialidades e os principais aspectos dos estabelecimentos de comércio, como localização e área de atuação, foram elaborados os questionários a ser aplicados para os comerciantes. A princípio seguiu-se os endereços contidos na relação de contribuintes, mas ao notar que os dados não batiam com a realidade foi necessário

percorrer toda a cidade em busca dos estabelecimentos de comércio. Destaca-se que isso só foi possível devido o reduzido espaço urbano da cidade. Além disso, como o trabalho de campo foi realizado em 2014 e a Relação de Contribuintes fornecida pela prefeitura referia-se ao ano de 2013 foi preciso checar se de fato esses estabelecimentos estiveram presentes, para tal utilizou-se o Google Earth, que possuía imagens da cidade de 2011 e auxiliaram na busca por esses estabelecimentos revisitando e encontrando alguns, ou comprovando que de fato eles não existiam a partir de estabelecimentos que mostravam traços de abandono.

Os questionários permitiram assim, além de compreender as principais características dos estabelecimentos comerciais, que também foi auxiliada por conversas informais com os comerciantes, a espacialização dos estabelecimentos de comércio, a partir do *software* ArcGis confirmando suas aglomerações e concentrações.

Também foram aplicados questionários destinados a população residente para análise das demandas por novas atividades comerciais e os fluxos realizados para atender tais demandas. No entanto, para a aplicação deste questionário surgiram algumas dificuldades relacionadas a aceitação da população. A ideia inicial era realizar uma amostra estratificada por idade de 357 pessoas conforme a sugestão do livro “Quantificação em Geografia” para um total de 4.552 habitantes que representam a PEA – População Economicamente Ativa de Ipeúna, o que não foi possível, pois ao buscar as respostas em domicílios os habitantes se mostraram resistentes a responder sendo aplicados, nesta primeira fase, apenas 15 questionários em quatro horas de trabalho, portanto foram necessárias novas estratégias. O secretário Tiago Alves de Souza indicou que procurássemos a coordenadora da Escola estadual Marcelo Mesquita, Fátima, que auxiliou na distribuição de questionários para professores e alunos, resultando em 184 questionários respondidos, totalizando 199. No entanto 170 referiam-se a idade de 15 a 19 anos, representando uma amostra concentrada nesta faixa etária.

Os trabalhos de Campo foram concluídos com entrevista ao Secretário da Educação, Cultura, Esporte, Meio Ambiente e Turismo, Tiago Alves de Souza. O acesso a outros gestores públicos foi muito dificultado e pelo fato de o Secretário atuar na prefeitura desde 2003, primeiro no setor administrativo, depois como vereador e atualmente na referida secretaria lhe conferiu importantes contribuições para a pesquisa, na compreensão das políticas públicas desenvolvidas tanto no âmbito de suas secretarias quanto do comércio.

Junto a entrevista encontramos no site da Prefeitura notícias e leis municipais que se mostraram muito relevantes ao trabalho.

Por fim, a partir da sistematização dos dados que foram processados mapas a partir do ArcGis, em especial o de concentração comercial e relacionadas a pesquisa teórico-conceitual, apresentando como resultado o presente trabalho.

Em suma, a ideia central foi construir uma análise profunda da dinâmica comercial e de consumo na cidade de Ipeúna, para contribuir com futuras pesquisas sobre a temática, haja vista que, a maioria dos trabalhos sobre esta temática tem priorizado as metrópoles e cidades médias.

Para a melhor interpretação empírica-conceitual o trabalho se divide em três capítulos.

O Capítulo I explica como as mudanças ocorridas a nível produtivo estabeleceu a reestruturação interurbana e a novas formas de consumo de modo que as pequenas cidades alteraram seus papéis e passaram a atuar com maior centralidade diante da rede urbana. No entanto, sempre buscou-se ressaltar que, no caso do Brasil, o sudeste é privilegiado no que tange ao volume dessas alterações, não podendo generalizar as dinâmicas ali percebidas para o restante do país.

Já no Capítulo II entramos na análise do nosso recorte espacial, Ipeúna e seu entorno, de modo a compreender de que forma se constituiu a região concentrada do sudeste e como a formação territorial de Ipeúna se comportou diante dessa região, com destaque para os principais papéis econômicos desempenhados por Ipeúna e considerações preliminares acerca do comércio e do consumo na cidade.

No último capítulo, o Capítulo III, adentramos no espaço de comércio e consumo de Ipeúna que vai apresentar as suas peculiaridades locais, interações regionais e sobretudo as contradições políticas, econômicas e sociais ao que se refere a consolidação do comércio e o desenvolvimento/crescimento da cidade.

CAPÍTULO I

A Flexibilidade: reestruturações produtiva e interurbana.

A partir da segunda Guerra Mundial ocorreram mudanças na organização produtiva que promoveram as reestruturações urbana, da cidade e da sociedade. Essas transformações decorrem da alteração do sistema produtivo: do fordismo à flexibilização. A flexibilidade refere-se às mudanças tecnológicas do setor produtivo, à modernização dos transportes e sistemas de comunicação, à concentração econômica, à terceirização, dentre outros aspectos.

Somadas a isto, alteraram-se também as relações de consumo e a organização comercial, embutindo uma lógica do global no local. As pequenas cidades, diante desse contexto, têm suas mudanças pautadas nas relações estabelecidas com sua rede urbana, muitas vezes resistindo às alterações que transcreveremos a seguir, ou em outros casos às acompanhando. Antes de compreender as peculiaridades das pequenas cidades, no entanto, é preciso compreender como a reestruturação produtiva pós década de 1970 promoveu a globalização e conseqüentemente uma nova hierarquização dos espaços.

Benko, na segunda parte do livro “Economia e globalização na aurora do século XXI”, busca explicar a partir de diferentes correntes de que forma se comporta a lógica do sistema produtivo contemporâneo, apoiando sua análise na teoria da regulação¹. Segundo esta teoria, a organização fordista causou uma revolução no que se refere às condições de produção, trabalho e bens de consumo, ampliando o mercado para este último. Afirma o autor que, nos anos de 1960 e 1970 ocorreram as crises relacionadas com a oferta e a demanda proporcionada por essa organização, uma vez que as taxas de lucro eram muito baixas gerando conflitos de valor e de trabalho e a internacionalização da indústria que tirou o controle da produção do nível nacional. Assim era preciso que houvesse maior flexibilização nas organizações econômica, social e espacial a partir da promoção da desregulação dos mercados nacionais. Nesse sentido, como se caracteriza a flexibilidade?

Para Benko (1996) a flexibilidade atinge várias formas, a saber: a técnica (com a introdução e difusão de tecnologias de eletrônica, garantindo o controle das economias

¹ Não é foco da pesquisa discutir as diferentes teorias, nesse sentido aceitaremos as resoluções de Benko (1996) que toma essa teoria como a mais adequada para explicar os ciclos de vida dos produtos em diferentes regiões e períodos. Tomando por base as “(...) transformações do processo e da organização do trabalho, da estrutura das qualificações (manufatura, mecanização, organização científica ou taylorismo, automatização, informática de produção).” (p.111 e 112)

de escala), as estruturas industriais (a desintegração vertical, promovendo uma maior divisão do trabalho), a estrutura do capital (o capital se concentra em algumas corporações que destinam seu uso para diferentes regiões do globo em forma de investimento), o trabalho (os trabalhadores devem ser qualificados a desenvolver diversos tipos de função e adaptáveis a eventuais mudanças na produção, seja tecnológica ou locacional), o mercado de trabalho (há a estratificação do mercado de trabalho, entre trabalhos permanentes e temporários, além disso, há flexibilidade nos salários que são individualizados de acordo com as qualidades de cada indivíduo), o consumo (a sociedade se reorganizou de forma que o tamanho das famílias diminuiu, mas aumentou sua quantidade, além disso, todos passaram a consumir, desde os privilegiados até os desfavorecidos necessitando a ampliação da gama de produtos para cada tipo de consumidor e redução do ciclo de vida dos produtos) e o papel do Estado (intervenção mínima do Estado, que reduz os gastos públicos e a menor interação nos domínios econômico e social, assim foram promovidas privatizações e reduzidas as políticas de assistência pública).

Chesnais (1996), no livro “A Mundialização do Capital”, explica que as transformações no capitalismo estão ligadas a forma de acumulação (organização das empresas em oligopólios que garante articulações industriais, comerciais e financeira, em um movimento de rivalidade e cooperação), a prática social (o Estado para de agir em prol do bem-estar social e as desigualdades passam a normatizar as relações, com o fim das conquistas trabalhistas surgindo novas formas de trabalho, sobretudo o subemprego), a revolução nos sistemas de comunicação (novas tecnologias como satélite e cabo mantém a conexão de mercadorias, finanças e produção).

Assim, com base em Benko (1996) e Chesnais (1996) pode-se considerar que a flexibilização pode estar baseada nas políticas estatais que privilegiam as empresas, bem como na importância que ganham os sistemas de informação e a estruturação das relações interindustriais, que promovem a mundialização do capital².

No entanto, não se pode dizer que a alteração do fordismo para a flexibilidade se deu de forma homogênea e total, as duas formas de acumulação capitalista coexistem

² Algumas diferenças devem ser destacadas acerca do termo mundialização, globalização, multinacionalização e internacionalização como bem destacou Sposito (1998). Conforme a autora, Mundialização refere-se a expansão das relações capitalistas de produção e sua capacidade de imposição em diversos pontos do mundo. Já globalização refere-se a homogeneização de usos e costumes (cultura articulada ao econômico). E os dois últimos conceitos referem-se a expansão de grandes empresas pelo mundo. No item em questão discutiremos, principalmente, acerca da mundialização do capital, no entanto nos itens seguintes e no trabalho como um todo nos interessa a globalização e seu reatamento sobre o consumo.

e tem diferentes rebatimentos espaciais, ou seja, nas diferentes localidades sua evolução está em diferentes estágios de desenvolvimento.

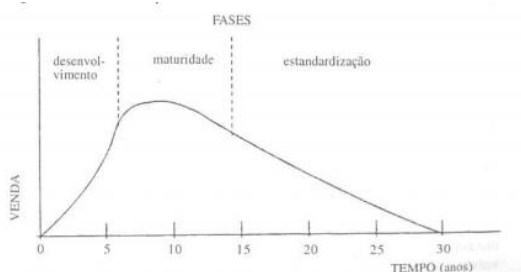
Benko (1996) explica as lógicas de localização industrial no contexto da globalização. Para o autor, a localização refere-se, sobretudo, ao grau de dependência do produto para com a informação, ou seja, a dependência da indústria com a facilidade de acesso aos meios de comunicação, a proximidade com universidades e institutos de pesquisa, a mão de obra altamente qualificada combinada a barata, a presença de vias de rápido acesso e ao acesso ao conhecimento e informação. A esse conjunto de externalidade positivas pode-se considerar imersas no que Santos (2001) chama de meio-técnico-científico-informacional que

(...) é marcado pela presença da ciência e da técnica nos processos de remodelação do território essenciais às produções hegemônicas, que necessitam desse novo meio geográfico para sua realização. A informação, em todas as suas formas, é o motor fundamental do processo social e o território é, também, equipado para facilitar a sua circulação. (p.38)

Também, Santos (2001) denota a importância do papel do Estado na atuação em prol das “produções hegemônicas” no território³, criando estruturas que tornam possível sua fluidez. No entanto, segundo o autor, o meio-técnico-científico-informacional geografa-se de forma contínua em algumas áreas e de modo disperso em outras, selecionando e excluindo lugares.

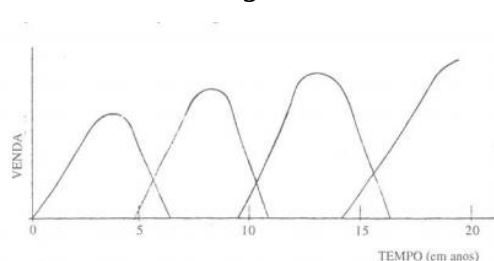
Nesse contexto, Benko (1996), utiliza-se dos ciclos de Vernon para explicar as diferentes localizações das indústrias tradicionais e das indústrias *high-tech*, conforme as Figuras 1 e 2.

Figura 1: Ciclo de vida do produto tradicional



Fonte: Benko (1996) p.137

Figura 2: Ciclo de vida do produto high-tech



Fonte: Benko (1996) p.139

³ Souza (2013), ao analisar os conceitos da pesquisa sócio-espacial faz interessantes considerações acerca do território. É importante entendermos o papel do território enquanto resultado das relações de poder ou, segundo o autor, como um “campo de forças”, ou seja, os diferentes agentes disputam para o controle de um determinado espaço, sendo que um território pode sobrepor o outro, assim sendo a atuação de um território não é definido pelos limites fronteiriços. O autor ainda reitera que os conflitos gerados por essa luta de poderes se manifesta no lugar, no cotidiano.

As Figuras 1 e 2 demonstram três fases do ciclo de vida dos produtos: desenvolvimento, maturidade e estandardização. Na Figura 1, observamos um ciclo maior de vida do produto e a presença da fase de estandardização que representa que não há mais necessidade de investimentos tecnológicos, pois já se alcançou parcela considerável do mercado de consumo, assim a indústria é transferida dos países centrais para a periferia. Já na Figura 2, observamos ciclos de vidas menores, com investimentos constantes na produção, assim a dependência da informação é mais evidente e as indústrias vão se localizar onde há maiores incentivos a inovação conforme destacado anteriormente. Benko (1996) indica que esses modelos possuem limitações pois desconsideram o desenvolvimento espaço-temporal dos lugares e os diversos ramos de produtos.

Aceitas as limitações do ciclo, destacamos a sua importância ao que se refere ao comportamento do consumidor. O produto tradicional após o domínio do mercado não tem mais a necessidade de inovar, pois o consumidor utilizará aquele produto por um longo período, já o produto de *high-tech* possui uma necessidade de inovação constante para se manter no mercado.

As Inovações menores são permanentes, são uma necessidade de adaptar os produtos à evolução da demanda num mercado que é cada vez mais internacional e instável e a fim de ajustar as novas tecnologias, em particular para desenvolver a automação. (BENKO, 1996, p.138)

Sobre as mudanças no consumo discutiremos mais adiante no item 1.2. As Transformações do Consumo, mas é importante destacar que o novo consumidor demanda por inovações nos produtos que aumenta a competição entre diferentes empresas e acelera as alterações produtivas, muito disso é facilitado pela terceirização. Entendido o papel das inovações voltamos a análise das localizações diante da reestruturação produtiva.

A localização das indústrias assim apresenta-se de forma mais complexa do que a representada por Vernon, Benko (1996) explica que depende de aglomerações industriais já existentes (economias de aglomeração), vocação para inovação, “deseconomias de aglomeração” (reduzindo a concentração industrial e dispersando a atividade). Assim nascem alguns espaços industriais e outros, já existentes necessitam renovar-se constantemente ou desaparecem por não atender as necessidades do sistema produtivo.

Nesse sentido, Chesnais (1996) explica o papel do investimento externo direto (IED) na seleção dos locais “conectados” ao capitalismo. Para o autor, existe uma polarização econômico-social na tríade Europa, Estados Unidos e Japão que determinam os fluxos de capital internacionalizado, de forma que os países devem reger políticas para atrair esses capitais. No caso dos países periféricos, para evitar uma “desconexão forçada” as classes hegemônicas buscam fazer concessões que ampliam o poder e a acumulação da tríade promovendo o que Smith (1988) chama de desenvolvimento desigual.

Smith (1988) analisa a divisão internacional do trabalho a partir do movimento dialético de “igualização” e de “diferenciação” no âmbito dos setores econômicos, das nações e regiões, das transformações econômicas e das lutas de classe. Assim a “diferenciação” atuaria no campo da divisão do trabalho e a “igualização” no campo dos meios de circulação e da exploração do trabalho. Cabe assim compreender qual a posição do Brasil frente a essas determinações.

O subdesenvolvimento frente as desigualdades globais é colocado a prova por Furtado (1992), que determina que o subdesenvolvimento é causado pelo “(...) *desequilíbrio na assimilação de novas tecnologias produzidas pelo capitalismo industrial, o qual favorece as inovações que incidem diretamente sobre o estilo de vida(...) tem como contrapartida o atraso na absorção de técnicas produtivas eficazes.*” (p.42), ou seja, os países de capitalismo tardio (lê-se os países latino americanos), modernizaram suas relações de consumo (estilo de vida), mas o sistema produtivo não acompanhou essa modernização tornando necessária a importação de tecnologia para atender as demandas de consumo, assim continua o autor, “*A adoção de padrões de consumo imitados de sociedades de níveis de riqueza muito superiores torna inevitável o dualismo social.*” (p.44).

É possível compreender portanto que o subdesenvolvimento articula também as relações de desigualdade no espaço interno dos países. No caso do Brasil, explica Furtado (1992), a abertura econômica que ocorreu no período da ditadura militar, ou até mesmo nos governos anteriores a ditadura, promoveu um crescimento econômico, mas não o desenvolvimento, pois as empresas nacionais encontraram-se desprotegidas, promovendo a concentração de renda e a diferenciação regional quanto a difusão do meio-técnico científico informacional, como explica Santos (2001):

Hoje, pode-se falar de uma *região concentrada* que abrange, *grosso modo*, os Estados do Sul (Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul), além de São

Paulo, Rio de Janeiro, e parcelas consideráveis do Mato Grosso do Sul, Goiás e Espírito Santo. Trata-se de uma área contínua, onde uma divisão do trabalho mais intensa que no restante do país garante a presença conjunta das variáveis mais modernas – uma modernização generalizada – ao passo que, no resto do país, a modernização é seletiva, mesmo aquelas manchas ou pontos cada vez mais extensos e numerosos onde estão presentes grandes capitais, tecnologias de ponta e modelos elaborados de organização. (p.43, *grifos no original*)

Acerca da formação dessa região concentrada no Brasil, descreveremos com maior detalhe no Capítulo II que trata-se da caracterização do entorno de Ipeúna, nesse momento utilizamos dessa citação de Santos para explicar que a flexibilização do capital trouxe diferenças notáveis na divisão do trabalho internacional e nacional.

Assim, torna-se relevante neste trabalho, entender de que forma se esboça essa divisão do trabalho internacional e nacional principalmente nas relações interurbanas brasileiras a fim de compreender o papel das pequenas cidades diante do contexto da flexibilização, bem como se desenvolvem as relações de consumo no período atual e por fim como elas atingem as pequenas cidades.

1.1.Reestruturação Interurbana

A reestruturação produtiva, colocando em pauta a flexibilidade alterou também as relações que as cidades estabelecem entre si ao passo que a indústria se dispersou das metrópoles, levando junto delas o comércio e os serviços para atender as novas demandas, de forma a configurar relações de complementariedade e competitividade entre as cidades dos mais variados níveis hierárquicos, desde uma pequena vila até as cidades globais. Assim compreender as pequenas cidades requer um olhar multiescalar pois o papel que cada cidade exerce depende do contexto regional em que está inserida.

Nesse contexto cabe também destacar que ao utilizarmos as nomenclaturas: pequenas cidades, cidades médias e metrópoles, estamos nos referindo a como essas cidades se articulam e não ao tamanho de sua população ou de sua área, assim a compreensão desses termos se dá pela centralidade exercida por uma cidade. A esse respeito Sposito (2009) explica acerca dos termos pequenas e médias:

Porque eles não são adjetivos suficientes para caracterizar as cidades não metropolitanas, vamos dizer assim, no entanto, para se começar um debate, reconhece-se que essas cidades têm tamanhos, níveis de complexidade inferiores ao metropolitano, ainda que isso não seja suficiente do ponto de vista conceitual, quer dizer, a realidade das cidades pequenas e médias é extremamente plural para que se continue adotando, no plano teórico-

conceitual, esses dois adjetivos, então todo esforço da rede de pesquisa⁴ é este: não se precisar usar, com a frequência o grau de generalização que se usa, esses dois termos, essas duas expressões: Cidades pequenas e Cidades médias. (SPOSITO, 2009, p.13)

A autora ainda explica que diversas são as articulações que devem ser levadas em consideração para se caracterizar uma cidade, a saber: cidade e campo (em cidades pequenas e médias essa relação tende a ser muito expressiva), cidade e natureza (existe nessas cidades uma maior consciência da importância da natureza no processo urbano), cidade e região (a relação entre pequenas e médias cidades pode favorecer o desenvolvimento regional ou alavancar uma única cidade em detrimento das outras), continuidade e descontinuidade (as relações que se estabelecem pelos meios materiais que configuram uma relação de proximidade e as que se estabelecem por meios imateriais, permitindo o contato com o distante) e, concentração e dispersão (as grandes empresas escolhem sua localização de acordo com as possibilidades que as cidades dão para se realizar o consumo, assim atuam a partir da polarização e difusão).

Nesse sentido, deve-se levar em conta complexas articulações para caracterizar uma cidade e não apenas seu tamanho populacional ou espacial. Para a presente análise não se considerou todas as articulações destacadas por Sposito (2009), mas as considerações tecidas no Capítulo II mostraram-se suficientes para a caracterização da cidade de Ipeúna.

Resolvida (neste trabalho) a questão da nomenclatura retomamos a importância de um olhar multiescalar. Diversos são os autores que destacam a importância de se compreender uma realidade a partir das interações realizadas por uma cidade. Como Smith (1988) que elenca oito escalas para a compreensão dos movimentos de “diferenciação” e “igualização” no desenvolvimento desigual, desde a escala do corpo até a escala global; Brandão (2007) também destaca a importância de múltiplas escalas existentes entre o global e o local para a compreensão das abordagens econômicas que por muito tempo negligenciaram a dimensão espacial, além disso destaca a importante contribuição de Lefèbvre com o materialismo histórico geográfico, em que o espaço é condição e meio para a reprodução do capitalismo; Santos (1996) explica que para compreender a escala local é preciso compreender de onde vem as forças operantes quanto ao lugar geográfico, econômico ou político, pois os eventos locais relacionam-se com sua escala de origem, são os espaços derivados, nesse sentido Endlich (2006) em seu estudo sobre os papéis desempenhados pelas pequenas cidades do norte do Paraná,

⁴ A autora refere-se ao RECIME: Rede de Estudos sobre Cidades Médias.

destaca a necessidade para o olhar interestelar no estudo das pequenas cidades, uma vez que qualquer recorte territorial contempla mais de uma escala geográfica como repercussão de fatores endógenos e exógenos para a produção do espaço.

Assim, para a compreensão da cidade de Ipeúna, nesse trabalho, também mostrou-se necessário entender o contexto em que a cidade está inserida e suas interações com as cidades, principalmente, de seu entorno, como veremos nos capítulos II e III, privilegiando, sobretudo, as escalas local e regional, sem desconsiderar a importância das demais escalas, no entanto, para a compreensão das interações de comércio e consumo e levando em consideração o tempo de execução do trabalho essas escalas demonstraram resultados satisfatórios, apesar de que análises mais profundas sobre o comportamento de consumidores necessitariam entrar na escala do indivíduos.

Por hora, para compreendermos essas interações que a cidade realiza, cabe compreendermos como se organizam as relações hierárquicas entre as cidades e como se dão suas interações. Sabe-se que a reestruturação no sistema capitalista levou a alterações nas relações interurbanas pois requereu a desconcentração das atividades das metrópoles para médias e pequenas cidades, possibilitadas sobretudo pela modernização dos sistemas de transporte e de comunicação.

Assim as interações entre as cidades de uma região para Sposito et al (2007) passou a ser de complementaridade e concorrência.

Diante desse contexto, Henrique (2012) nos explica:

(...) toda cidade, independente do tamanho, será foco de organização, atração ou centralização de uma região. As cidades são elementos articuladores de espaço. (...) Toda cidade atrai, articula e, por isto, intensifica-se funcionalmente e diversifica-se, levando a uma gradativa expansão funcional. Deste modo, no aprimoramento e especialização, vão acontecendo esses rearranjos que definem seu papel na rede urbana, como cidades com diferentes potencialidades de articulação, com diferentes construções e possibilidades dentro da rede urbana e de suas regiões. (p. 65)

As articulações são definidas segundo Villaça (2001) pela circulação e possibilidade de deslocamento material e imaterial. Nesse sentido, expressam-se dois tipos de articulação regional coexistentes, aquelas determinadas pela continuidade territorial e aquelas que se estruturam a partir dos fluxos de informação. No contexto da continuidade, Ullman (1959) afirma que o advento do automóvel e de vias de rápido acesso foi fundamental para reafirmação de algumas centralidades em detrimento de outras. Portanto, a acessibilidade se torna crucial na formação de redes urbanas e definição de centralidades.

Observa-se também, que com a organização do meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 1996) a formação dessa rede deixa de depender apenas da continuidade territorial, imposta pelas redes hierárquicas, e passa a estabelecer relações de acordo com conectividade entre diferentes centros. Assim, como afirma Sposito et al (2007), os fluxos ultrapassam as regiões de comando de um determinado centro, podendo interagir com cidades fora de sua área de ação em uma dinâmica de complementaridade ou de concorrência. Portanto, o fluxo de informações é determinante no estabelecimento de relações entre cidades, de modo que, segundo Carlos (1996) se estabeleça relações entre o local e o mundial.

Corrêa (1997) ao descrever as localidades centrais nos países subdesenvolvidos⁵ destacou algumas teorias que considera importantes ao estudo geográfico, em um primeiro momento, dentre as teorias clássicas, destacou a teoria de Christaller que define a centralidade a partir da oferta do setor terciário, constituindo uma hierarquia em que, cidades de mesmo nível hierárquico desempenham papéis e possuem alcance espacial semelhantes. Para o autor, essa teoria foi de extrema relevância quando aplicada nos países subdesenvolvidos e a partir dela, desenvolveu-se outras teorias que o autor acredita traduzir de forma complementar as interações de redes nos países subdesenvolvidos, a saber: as teorias das redes dendríticas, dos mercados periódicos e dos dois circuitos.

Segundo o referido autor, as redes dendríticas representam uma rede imatura que pode evoluir conforme se aprofundam as relações de produção, consumo e circulação, se caracterizam pela origem colonial e por possuir uma *cidade primaz* que concentra o comércio atacadista, a renda e a elite regional e, numerosos pequenos centros com comércio varejista indiferenciado; os centros intermediários são ausentes devido as relações atacadistas entre a *cidade primaz* e os pequenos centros, na *hinterlândia* dessas cidades estabelecem-se mercados periódicos constituídos principalmente por mascates atendendo a demandas não atendidas pelos pequenos centros. Assim os mercados periódicos referem-se a pequenos núcleos de povoamento que se transformam em localidades centrais quando recebem esses mercados, o deslocamento desse mercados é explicado pela teoria dos lugares centrais de Christaller, se movem de acordo com o alcance espacial máximo de cada parada, reduzindo os

⁵ Não é a intensão do trabalho discutir subdesenvolvimento, países periféricos, países de capitalismo tardio, países em desenvolvimento. Quando utilizarmos esses diferentes termos estamos nos referindo apenas à terminologia utilizada pelo autor. Cabe apenas compreender que quando tratamos dos países em questão nos referimos as peculiaridades da América Latina e ao Brasil em especial.

custos de transporte; conforme a acessibilidade vai se tornando mais viável e as condições de vida dos consumidores melhora os mercados periódicos vão reduzindo seu deslocamento e os consumidores aumentando, até que comerciante passe para uma localização fixa, essa redução está associada também à mudanças no padrão cultural e na estrutura das atividades comerciais, sendo que o autor destaca a coexistência de mercados fixos e periódicos, embora esses últimos tenham reduzido muito sua atuação. Os mercados periódicos segundo Corrêa (1997) ainda são muito presentes no nordeste, onde as atividades determinam certa sazonalidade nas relações comerciais. Por último, o autor analisa a contribuição de Milton Santos acerca dos dois circuitos da economia: *circuito inferior e superior*, análise a qual daremos maiores ênfase por acreditarmos que possui maior proximidade as interações que ocorrem no sudeste brasileiro e consequentemente aproxima-se as relações estabelecidas em Ipeúna.

Segundo Santos (1979), o *circuito superior* refere-se aquele diretamente vinculado a modernização tecnológica (discutida no item anterior), já o *circuito inferior* é aquele em que os indivíduos são pouco, ou nada beneficiados pelas alterações ocorridas no período pós guerra. Esses dois circuitos conforme Corrêa (1997) se intercala, e não devem ser vistos como opostos, há principalmente uma dependência ao que se refere ao circuito inferior ao superior. Para exemplificar, Corrêa explica que a classe média participa dos dois circuitos dependendo de seu grau de isolamento.

Na rede urbana, conforme Santos (1979) os circuitos se comportam com alcance máximo ou mínimo conforme a hierarquia: metrópole, cidades intermediárias e cidade local⁶. O *circuito inferior*, nesse contexto possui alcance espacial mínimo, no entanto é maior em cidades locais do que em cidades intermediárias e metrópoles sucessivamente. O papel desse circuito no comércio em pequenas cidades será melhor discutido no item 1.3 desde capítulo quando trataremos do comércio em pequenas cidades. Já o *circuito superior* possui maior relevância em metrópoles e cidades intermediárias, as cidades locais por sua vez não desempenham funções nesse circuito.

A partir desse entendimento Corrêa (1997) busca compreender o funcionamento da rede urbana brasileira. As redes urbanas segundo o autor partem de três princípios: 1) divisão territorial do trabalho; 2) existência de pontos fixos; e, 3) interação e diferenciação hierárquica entre esses pontos. Nesse sentido, não existe um

⁶ Milton Santos em seus trabalhos prefere utilizar os termos intermediária e local ao invés de médias e pequenas, isso porque o autor entende que esses termos são mais adequados para explicar o alcance da influência das cidades. Assim o alcance das pequenas cidades é local, por isso cidade local e as cidades médias possuem o papel de intermediação entre metrópole e cidade local.

único padrão de interação da rede, mas cada rede com suas particularidades se comportará de forma diferenciada, o aspecto que aproxima as diferentes redes urbanas diante da globalização segundo o autor é a fragmentação.

Para o autor no Brasil diversos são os períodos de origem das cidades e os agentes que promoveram o desenvolvimento dessas cidades, o que torna as relações entre as cidades ainda mais complexas. Explica que tendencialmente até a Segunda Guerra Mundial a rede urbana brasileira se comportava como o modelo hierárquico apresentado por Christaller. Assim, nesse período, a rede urbana brasileira diferenciava-se sobretudo pelo papel desempenhado pelos seus centros na distribuição de bens e serviços.

A industrialização, a melhoria geral da circulação, o desenvolvimento de uma estratificação social mais complexa, criando níveis de demanda mais diferenciados, a modernização do campo e a incorporação de novas áreas, levaram a uma complexificação funcional dos centros urbanos brasileiros. A posição de cada centro na hierarquia urbana não é mais suficiente para descrever e explicar a sua importância na rede de cidades. É necessário que se considere suas especificações funcionais, sejam industriais ou vinculadas aos serviços. (CORRÊA, 1997, p.99 e 100)

Nesse sentido as cidades vão se integrar de forma mais complexa podendo participar de uma ou mais rede urbana se comportando, segundo o autor, como metrópole, capital regional, centro sub-regional, centro de zona ou centro local. No entanto essa integração não se deu de forma homogênea no Brasil e se concentrou no sudeste, sobretudo no estado de São Paulo, conformando um país de desigualdades espaço-temporais.

A respeito da complexificação da integração das cidades na rede urbana Endlich (2006) destaca duas mudanças qualitativas.

A primeira diz respeito às possibilidades técnicas e à natureza das relações econômicas que ampliam e tornam comuns fluxos entre espaços não contíguos (...), se a rede urbana podia ser compreendida na dimensão espacial contígua da região, já que as relações interurbanas ocorriam basicamente com fluxos materiais de pessoas e mercadorias, a rede atual ficou mais complexa, pois além desses fluxos, outros se sobrepõem aos mesmos, imateriais ou virtuais, em virtude da circulação das informações e dos investimentos de capital. Estes novos fluxos prescindem da contigüidade espacial já que se realizam por redes geográficas, nas quais a distância física pouco ou nada representa. Neste sentido, os núcleos urbanos extrapolam áreas contíguas como espaço de suas relações econômicas.

A segunda alteração a ser assinalada consiste na qualidade das interações, pois se tornam mais comuns as relações baseadas na cooperação e especialmente na competição, embora as interações fundamentadas na hierarquia e na lógica territorial permaneçam. Há uma contribuição teórica significativa de Camagni (1993) a respeito da natureza das interações verificadas na rede urbana (...) ele se baseia nas novas tendências de

organização das empresas e nas lógicas desenhadas a partir das mesmas: territorial (espaço de atuação definido pela ‘gravitação’, ou seja, tem um alcance limitado e submetido ao custo do transporte, pode ser explicada pela teoria clássica); competitiva (menor relevância dos custos de transportes, o que representa a possibilidade de conquistar um mercado maior, sendo o espaço importante como pontos estratégicos que associados ao *marketing* podem ajudar as empresas a ampliarem seus alcances) e *em rede* (uso intensivo das redes, tendo em vista relações com fins complementares, notadamente com a finalidade de inovação). (p.181)

Entende-se portanto que não é somente a oferta de bens e serviços que estabelecem centralidades entre as cidades, importa também o papel da indústria no período atual. A esse respeito Cleps (2003) explica que a indústria atuou como fonte de atração do setor terciário quando ocorre a interiorização produtiva no estado de São Paulo, esse setor terciário trouxe para o interior paulista uma modernização que causou profundos impactos nas relações entre as cidades.

A partir desse entendimento acerca da reestruturação interurbana cabe compreender de que forma as pequenas cidades se comportam diante da rede urbana e que papéis desempenham.

Corrêa (2011) diferencia os papéis desempenhados pelas pequenas cidades antes e após a Segunda Guerra mundial, determinando suas características no período pré década de 1950 e pós década de 1950.

Assim no período pré década de 1950 a rede urbana brasileira era caracterizada pela baixa integração nacional (destacando-se a integração regional por meio de ferrovias) e o baixo grau de urbanização. Nesse contexto, as pequenas cidades possuíam, segundo o autor, um limite superior de 10.000 habitantes, forte relação entre o rural e o urbano, cujo rebatimento se dá em sua elite local ser composta principalmente por fazendeiros e que a diferenciação funcional entre essas cidades se realizar a partir de sua produção agrícola. Além disso o setor terciário nessas cidades era pouco desenvolvido atendendo a demandas agrícolas.

Já no período pós década de 1950, ocorre a integração nacional proporcionada pelos fluxos materiais e imateriais, como descritos anteriormente ocorrendo a generalização da industrialização e da urbanização. Nesse sentido, as pequenas cidades passam a compor um limite superior de 50.000 habitantes (não sendo fixo e variando bastante), ocorrendo a industrialização do campo e esvaziando a cidade da mão de obra dele proveniente, assim o comércio passa a atender interesses gerados pelo capital global, se compondo de filiais e cadeias de lojas, além disso o ritmo de vida se altera nessas cidades ligadas a aceleração dos fluxos materiais e imateriais. (CORRÊA, 2011)

Endlich (2006) completa o pensamento de Corrêa:

Pensando na realidade das pequenas cidades, sinaliza-se para a reestruturação promovida pelo capitalismo, para o qual agora interessa a desconcentração espacial das atividades. Este processo tem sido destacado como forma de impulsionar e viabilizar a instalação de atividades industriais e de serviços em pequenas cidades, quiçá trazendo novas possibilidades econômicas. (ENDLICH, 2006, p.43)

A respeito da diferenciação funcional e as novas possibilidades econômicas que ocorrem nas pequenas cidades no período contemporâneo, Corrêa (2011) aponta a ocorrência de cinco estruturas produtivas em pequenas cidades: 1) lugar central em que há predomínio de atividades agrícolas; 2) centro especializado, onde verifica-se a dependência em relação a uma atividade industrial específica; 3) reservatório de força de trabalho, servindo a uma atividade econômica; 4) centro que vive de recursos externos, ou seja, as receitas federais tornam-se a principal fonte de renda; e, 5) subúrbio-dormitório, próximos a um centro maior de forma que permita a migração pendular.

No entanto, as mudanças provenientes do modo de produção flexível não se dão igualmente em todos os espaços. As pequenas cidades nas diferentes regiões do Brasil se traduzem de modo diferenciado de acordo com a complexidade oferecida conforme afirma Endlich (2006), as cidades que não estão inseridas em grandes aglomerações, em geral, não oferecem oportunidades de atração para novos habitantes, ou que mantenha os antigos que migram em busca de oportunidades.

Assim, cabe destacar que Ipeúna (SP), recorte espacial deste trabalho, localiza-se em uma das aglomerações urbanas mais dinâmicas do Brasil, a chamada macrometrópole brasileira, o que favorece o desenvolvimento oportunidades para a cidade.

Com isso, as transformações no quadro interurbano, como também as mudanças provenientes do consumo, tem repercussão nos espaços intraurbanos das cidades, desse modo, acreditamos que as mudanças comportamentais e espaciais possuem rebatimento em pequenas cidades que podem dinamizá-las ou retraí-las ainda mais, de acordo com o contexto regional em que estão inseridas, uma vez que as cidades correspondem às dinâmicas de suas regiões. Assim compreendida a importância do comércio e do consumo nas interações das redes cabe compreendermos de que forma as relações de consumo se alteraram a partir da reestruturação produtiva.

1.2.As Transformações do Consumo

Foi possível notar até o momento que a busca por bens e serviços tem determinado as relações que as cidades estabelecem entre si, de modo que o consumo é determinante de centralidades e atração de fluxos. Também já vimos que as alterações na estrutura produtiva determinaram mudanças nos comportamentos dos consumidores, assim cabe nesse momento compreender as formas que o consumo tem tomado na atualidade.

O comércio, desde a origem da cidade na Antiguidade⁷, teve o papel fundamental na organização espacial da sociedade, para não dizer que foi ele próprio que deu origem a esta organização, de forma que Ortigoza (2009) afirma que o comércio é a própria razão de ser da cidade. Nesse sentido, desde sua origem até os dias atuais o comércio tem alterado suas formas e se adaptado a novos modos de consumo, movendo/gerando mudanças estruturais nas cidades e nas redes urbanas. Pintaudi (2001) a respeito das formas comerciais analisou a metrópole de São Paulo e as mudanças em sua organização interna baseado nas transformações comerciais, desde a entrada dos supermercados, lojas de departamentos até os *shopping centers*, revelando a importância do consumo na configuração espacial da cidade.

Assim pode-se dizer que a dinâmica de consumo está atrelada a produção flexível, conforme destacamos com base nas Figuras 1 e 2 presentes no início deste Capítulo I. Segundo Ortigoza (2009), ao tomar o consumo como categoria de análise, explica que a produção do espaço contempla todas as fases da produção: produção, circulação, comércio e consumo, no entanto, no período atual, é a partir do consumo que a mercadoria se viabiliza, tornando-se principal etapa da produção e rege as dinâmicas da sociedade.

O comércio em geral e a venda a varejo, em especial, constituem atividades essencialmente urbanas e que exigem centralidade. As ligações do comércio com o espaço urbano fazem parte de um longo processo, porque o comércio varejista faz parte da própria razão de ser das cidades. É o comércio que promove a existência da cidade, justifica uma boa parte da sua organização interna, explica inúmeros movimentos que se desenvolvem no seu interior. Essas relações entre a cidade e o comércio são dinâmicas e a cidade vai se tornando produto das decisões e das práticas de diversos atores, entre eles os comerciantes, os consumidores, os promotores imobiliários e os produtores/fabricantes. Por outro lado, a cidade é condição e meio para que

⁷ As relações entre origem das cidades e o comércio não constituem foco deste trabalho, mas podem ser encontradas, dentre outros, nas obras: “Urbanização e Capitalismo” de Maria E. B. Sposito, “História da vida Privada” de Antoine Prost e na obra de Heliana C. Vargas “O Espaço terciário”.

as práticas desenvolvidas por estes agentes continuem a se realizar. Daí a importância da dimensão espacial na análise do comércio e do consumo. (ORTIGOZA, 2009, p.18)

Do mesmo modo, Pintaui (2001), demonstra que as alterações sofridas pela sociedade atual diante do novo paradigma de produção provocam mudanças nas formas da cidade e na sua dinâmica, de modo que o comércio e os serviços passam a dominar o espaço urbano da metrópole em detrimento dos estabelecimentos industriais. A autora ressalta que ainda que as formas, em si, não se alterem, a sua qualidade (função) é alterada. Destaca-se que a autora refere-se às metrópoles, pois como já vimos e destacaremos mais adiante a indústria se retirou da metrópole para se (re)localizar em cidades médias e pequenas do interior paulista, levando junto a elas demandas por comércio e serviços antes ausentes nessas localidades e reestruturando as relações entre essas cidades.

Nesse sentido, Cachinho (2006) explica que assim como a produção regia a configuração da cidade no período das Revoluções Industriais, o consumo guia o espaço na sociedade contemporânea, instaurando-se uma sociedade do espetáculo. Cabe, assim, desvendar as mudanças que atingiram os indivíduos e que regem as novas dinâmicas sócioespaciais de comércio e de consumo.

Para Lipovsky (2007), o consumo evoluiu e se distingue em três grandes momentos, acompanhando as mudanças no processo histórico, algumas mais lentas e outras mais abruptas.

A fase I refere-se do período da I Revolução Industrial até o período da Segunda Guerra Mundial em que ocorreu a Modernização Fabril, Aumento da velocidade dos fluxos de informação e de transporte e a construção da cultura do consumo e democratização do acesso aos produtos.

Fase I que assiste à constituição, no lugar dos pequenos mercados locais, dos grandes mercados nacionais tornados possíveis pelas infra-estruturas modernas de transporte e de comunicação: caminhos-de-ferro, telégrafo, telefone. Aumentando a regularidade, o volume e a rapidez dos transportes que servem as fábricas e as cidades, as redes ferroviárias, em particular, permitiram a expansão do comércio em grande escala, o escoamento regular de enormes quantidades de produtos, a gestão dos fluxos de produtos de um estágio de produção ao outro. Esta fase coincidiu também com o aperfeiçoamento de máquinas de fabrico contínuo que, aumentando a rapidez e a quantidade dos fluxos, permitiram elevar a produtividade com custos mais reduzidos, abrindo caminho à produção em massa. (LIPOVETSKY, 2007, p. 23-25)

A Fase II, por sua vez, delimitada pelo período pós II Guerra Mundial, até 1970, destaca-se para a abundância de desejos dos consumidores com o aumento de

poder de compra dos salários (ao menos dos países centrais) e a democratização de produtos como automóvel, televisão e eletrodomésticos, bem como a partir da difusão do crédito e da gestão da produção em economias de escala, redução da margem de lucro e aumento da quantidade de produtos, difundindo o consumo de massa e a obsolescência programada.

(...) a passagem da fase I à fase II não pode ser encarada como uma ruptura, mas como um prolongamento, uma vez que ambos os estádios aplicam os princípios da organização industrial fordiana. Já a fase III é completamente distinta, no sentido em que faz entrar a produção, a distribuição e os serviços na era das opções e diferenciações sobre multiplicadas. (LIPOVETSKY, 2007, p. 69)

Portanto a Fase III refere-se ao período atual e as mudanças decorrentes da flexibilização do capital, ligada às tecnologias de informação. Nesse período destaca-se o hiperconsumo, a individualização do consumo (a exclusividade), o fim da competição de classes por *status* e busca pela qualidade de vida, e o consumo imaterial do tempo e do espaço.

Nesse sentido Cachinho (2006) afirma que o consumo não se resume a fazer compras, trata-se de uma experiência proporcionada pelos lugares do consumo que fazem com que estes se transformem em espaços de lazer e de encontro. Assim o lazer, as férias, a cultura e a recreação tornam-se mercadorias, bem como os espaços: *Shoppings Centers*, Parques, etc, e o consumo de modo geral se expande para todos os estratos sociais⁸.

Diante deste contexto as relações de concorrência se intensificam e Salgueiro (1996) ao analisar as mudanças sofridas pelo comércio explica a necessidade de que os comerciantes têm de criar novos mecanismos para atrair a clientela:

Com o aumento da concorrência e a diversificação e a variabilidade dos comportamentos dos consumidores, os produtores precisam de conhecer a evolução das tendências de mercado para melhor adequarem os seus produtos às necessidades; de igual modo é preciso informar aos consumidores sobre novos produtos, fazer promoções. (SALGUEIRO, 1996, p.3)

Diante deste contexto, além das mudanças ocorridas ideologicamente, como resume Ortigoza (2001, 2009) sobre o consumidor que deixa de ser nacional e torna-se mundial, ocorre a intensificação dos fluxos de informação, por meio da televisão e da *internet* por exemplo, a partir da qual ocorreu a massificação da cultura, promovendo a

⁸ Os sistemas de crédito têm grande relevância na democratização do consumo bem como os mercados informais que trabalham com cópias ou popularizam produtos que estão em ênfase nas mídias.

homogeneização dos modos de vida, comportamentos e cultura a partir da criação de necessidades aos consumidores.

Com isso, Carreras (2005) afirma que:

O consumo de bens, de produtos e de serviços, de tempos e de espaços deve-se configurar como a variável explicativa fundamental da sociedade contemporânea, com o desenho de uma nova cultura que se debate entre o local e o global, e com impactos decisivos no social e no econômico, administrada apenas por um sistema político mais rígido do que poderia se esperar. Esta nova configuração deve levar a uma reclassificação das atividades econômicas e a uma reflexão sobre o papel predominante da distribuição e da gestão. (p. 23)

O autor explica que as interações proporcionadas pelo global invadem o local, sobrepondo-se a sua lógica. Sobre essa relação global/local, Salgueiro completa:

O comércio diferencia-se regionalmente ao escoar produções locais (agricultura e artesanato), mas ele foi sempre um veículo de contacto e de informação sobre o mundo exterior, ao trazer aos mais recônditos cantos do planeta as novidades da produção industrial. (SALGUEIRO, 1996, p.17)

Resulta assim, em uma homogeneização das mercadorias, que segundo Salgueiro (1996) é diferenciada regionalmente a partir da decoração, técnicas de venda, preços e características dos comerciantes ocorrendo mudanças estruturais nas formas de comércio. Acerca deste assunto, Pintaudi (2001) descreve que surgem novas formas comerciais, que se em um determinado momento o comércio necessitava buscar locais centrais, essas novas formas comerciais criam centralidades.

Assim, em detrimento ao comércio local, com técnicas e formas tradicionais, surgem novas formas comerciais, como os grandes armazéns, que inauguram um sistema de consumo no estilo *self-service*, no qual o consumidor se relaciona diretamente com a mercadoria, sem intermediários, além disso, possibilita um grande número de estoque, o que reduz o valor da mercadoria e sobretudo, recria centralidades de forma que não precisa se localizar em centros comerciais, pois possui grande poder de atração de consumidores. Seguido dos grandes armazéns e suas lógicas, surgem também as lojas de departamento, os supermercados, os hipermercados, os *shopping centers*, as lojas de conveniência, os *outlets* e as ruas *shopping*, cada qual com suas particularidades e aprofundando cada vez mais as relações de consumo como essenciais a vida humana. (LIPOVETSKY, 2007, ORTIGOZA, 2009, PINTAUDI, 2001).

Salgueiro e Cachinho (2009), explicam que essas novas formas comerciais revelam que os consumidores buscam cada vez mais lojas especializadas com serviços diferenciados e exclusivos, de fora que os princípios de proximidade e a hierarquia

deixam de ser essenciais nas relações de comércio, ocorrendo assim a transformação dos espaços de consumo em verdadeiros espaços de prazer e sedução.

No entanto, Salgueiro (1996) nos adverte que não se pode dizer que a presença dessas novas formas substituiu completamente os antigos estabelecimentos comerciais. Essas permanências podem estar atreladas as rugosidades do espaço (SANTOS, 1996). Desse modo, coexistem comércio independente (forma tradicional), comércio associado (economias de escala), agrupamentos de compras (cooperativas), comércio integrado (reúne diversas funções), sucursais (cadeia de lojas), grandes armazéns (no mesmo lugar diversos produtos), armazéns populares (versão pouco sofisticada do anterior), grandes superfícies generalistas (hipermercados), grandes superfícies especializadas (loja de brinquedos por ex.), *franchising* (comércio integrado) (SALGUEIRO, 1996).

As formas comerciais estão assim atreladas a interação entre o global e o local que são expressos principalmente pelos modos de vidas e de consumo, com a contradição entre cultura massificada e peculiaridades locais e pelas formas comerciais em que se misturam as lógicas tradicionais locais e as lógicas modernas e inovadoras.

Nesse sentido, cabe ressaltar que, embora a maior parte dos autores mencionados possua estudos que têm por base a realidade de metrópoles, a implicação dessas relações se generaliza no espaço, atingindo também cidades menores. Assim, os desdobramentos da globalização atingem e geram efeitos em populações de cidades médias, de pequenas cidades, de vilas e de espaços rurais, gerando impactos profundos sobre as dinâmicas de comércio e de consumo do local e, conseqüentemente, na organização socioespacial da cidade como demonstra Ortigoza (1996) ao tratar da interiorização das franquias no estado de São Paulo:

(...) o processo de desconcentração industrial e comercial faz parte do processo da nova divisão social do trabalho, da diversificação e modernização da economia como um todo, pois o setor terciário foi sofisticando-se e o número de estabelecimentos ligados a prestação de serviços foi aumentando consideravelmente. Isso significou uma transformação acelerada do espaço urbano, redefinindo funções. (ORTIGOZA, 1996, p.51).

Nesse sentido, Gomes (2010) explica que as pequenas cidades passam a assumir novas dinâmicas territoriais a partir de conteúdos de tecnologia, ciência e informação que demonstram que elas não podem mais ser entendidas apenas como centros locais.

Com base nas contribuições teóricas apresentadas, passamos a compreensão do comércio e do consumo nas Pequenas Cidades.

1.3. Comércio e Consumo em Pequenas Cidades.

As pequenas cidades se antes possuíam seu comércio voltado para satisfazer principalmente as suas demandas agrícolas, com as reestruturações produtiva e interurbana passou a modernizar e diversificar seu quadro comercial. Isso porque ao ampliar seus papéis necessitou atender às novas demandas e, os meios de comunicação e informação ao chegar nas pequenas cidades interferem na formação cultural de seus cidadãos.

O consumo se generaliza em qualquer localidade que receba influência das mídias de forma semelhante. Ortigoza (2001,2009), Cachinho (2002), Salgueiro (1992,1996), Pintaui (2001), Lipovetsky (2007), Carreras (2005) explicam que há, a partir do consumo, cada vez mais a integração dos lugares no mundo, com as mesmas lojas, mesmos signos, mesmas marcas, padrões de estabelecimento, por fim uma mesma identidade de consumo. No entanto, Cachinho (2002) as diferenciam pelo potencial de lugares.

A organização do aparelho comercial das cidades, em termos de *mix* de funções e de estrutura espacial, sempre manteve uma estreita relação com a dimensão e as características dos mercados e, desnecessário será dizer, com a ordem de grandeza dos aglomerados urbanos. Os lugares mais pequenos, em consequência do seu tamanho e área de influência, possuem um potencial de mercado relativamente diminuto, pelo que o número de funções presentes é muito reduzido e os estabelecimentos que a disponibilizam quase sempre se aglomeram na área central. Pelo contrário, nos grandes aglomerados populacionais, o potencial de consumo eleva-se e com este o número e a variedade de funções. (CACHINHO, 2002, p.109)

Cachinho (2002) diferencia assim, os lugares pequenos (que aqui chamamos de pequenas cidades), quanto a sua influência diminuta, número de funções reduzido, e a presença de uma única aglomeração central. A influência diminuta se justifica em primeira instância pelo baixo número de habitantes, exceto em casos em que a cidade se manifesta como referência na oferta de um bem ou serviço, esse baixo número de consumidores, geralmente não atrai atividades centrais para que ocorra uma potencialidade de atração, assim Salgueiro (1992) explica que as atividades comerciais se realizam a partir de um ponto fixo, dessa forma o objetivo é atrair o maior número de consumidores a um menor custo, assim a fixação nesse local deve se apresentar como um local central.

Nesse sentido, Santos (1979) ao pensar de que forma a economia nos países subdesenvolvidos se comporta faz uma divisão em dois circuitos, o superior e o inferior.

Conforme o autor nas pequenas cidades é possível notar a presença dos dois circuitos, no entanto, a influência desses circuitos não é externalizada, sendo a atuação do circuito superior limitada, assim as atividades apoiam-se basicamente nas atividades do circuito inferior. O circuito inferior possui alcance espacial máximo nas pequenas cidades e absorvem grande parte da oferta de trabalhadores.

Assim quando tratamos da modernização comercial em pequenas cidades Santos (1979) nos chama a atenção que muitas vezes essas cidades não possuem uma dimensão mínima requerida para que ela se realize, nesse sentido não podemos realizar generalizações, é preciso analisar cada caso.

Endlich (2006) explica que em muitos casos essas cidades não apresentam nem condições mínimas para o exercício da urbanidade, ou seja, não atendem a demandas básicas da população para que se considere um aglomerado urbano, apresentando baixa diversidade e um pequeno número de estabelecimento de comércio.

Já ao que se refere a distribuição dos estabelecimentos de comércio nas pequenas cidades, a monocentralidade resulta, sobretudo devido, das dimensões do local, para Salgueiro (1992) existem três níveis de atração para os estabelecimentos comerciais: comércio de esquina (que atende à demanda da rua), comércio de bairro (como o próprio nome diz atende à demanda do bairro) e centro (tende a atrair demandas internas e externas). No caso de espaços urbanos reduzidos esses três níveis ocorrem em um mesmo lugar, com pequena dispersão de estabelecimentos.

Ressalta-se mais uma vez que as relações de comércio e de consumo estabelecidas em pequenas cidades depende muito das condições proporcionadas pela rede urbana em que estas estão inseridas, nesse sentido, as cidades localizadas em centros de aglomeração tendem a ter seus papéis ampliados e consequentemente um quadro comercial diversificado. No caso do Brasil a concentração do estado de São Paulo apresenta configurações para as pequenas cidades muito peculiares ao restante do país.

Contudo, ao analisar a reestruturação produtiva e suas repercussões no espaço interurbano e urbano das pequenas cidades, notamos que essas cidades apresentaram importantes evoluções nos últimos anos que promoveram sua maior inserção no contexto da globalização. No entanto, as pequenas cidades ainda resistem com muitas das características que as tornam peculiares a modernização contemporânea. Nos próximos Capítulos compreenderemos as peculiaridades do comércio e do consumo da cidade de Ipeúna (SP) como exemplo às proposições descritas até o momento.

CAPÍTULO II

A Pequena Cidade de Ipeúna (SP)

A partir do Capítulo I foi possível entender que as cidades desenvolvem seu perfil econômico de acordo com os papéis que desempenham em relação a rede em que estão inseridos, seja a rede impulsionadora a partir da cooperação ou na concorrência entre as cidades. Nesse sentido, propomos nesse capítulo, para a compreensão do comércio e do consumo em Ipeúna, a caracterização da cidade de Ipeúna, pautada em um primeiro momento na compreensão de seu entorno e em um segundo momento na retomada de sua formação territorial.

Ipeúna, é uma cidade localizada no interior paulista (conforme Mapa 1) cuja área total do município é de 190.010km², da qual pequena parcela é destinada a área urbana. Possui 6.016 habitantes (IBGE – Censo 2010) sendo que 86% deles residem na cidade.

O município pertence à região administrativa de Campinas (SP), cuja rede urbana, de acordo com as regiões de influência é constituída da seguinte forma: Campinas (capital Regional A) – Piracicaba (capital Regional C) – Rio Claro (Capital Sub-Regional A) – Ipeúna (Centro local) (REGIC – 2007).

A publicação do REGIC (2007) analisa a influência que as cidades desempenham umas em relação às outras de acordo com a atração de seus serviços exercem. Assim, conforme Figura 3, pode-se observar que Ipeúna está diretamente a um nível inferior a Rio Claro conforme a rede citada, no entanto, pode relacionar-se diretamente com as cidades que compõe a rede, inclusive com as de mesmo nível hierárquico (como Charqueada), ou com outras cidades fora da região de influência a que se insere.

A região administrativa de Campinas está inserida no contexto da Macrometrópole Paulista, a região mais concentrada do Brasil em termos de população, centros de pesquisa e universidades, indústrias, serviços, investimentos em P&D, estradas de rodagem, meios de comunicação e informação. Essas características garantem a região crescimento econômico de destaque no país, representando, conforme a EMPLASA – Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano (2011), 1/3 do PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil, além disso apresenta o centro mais dinâmico do país.

Mapa 1. Localização de Ipeúna (SP)

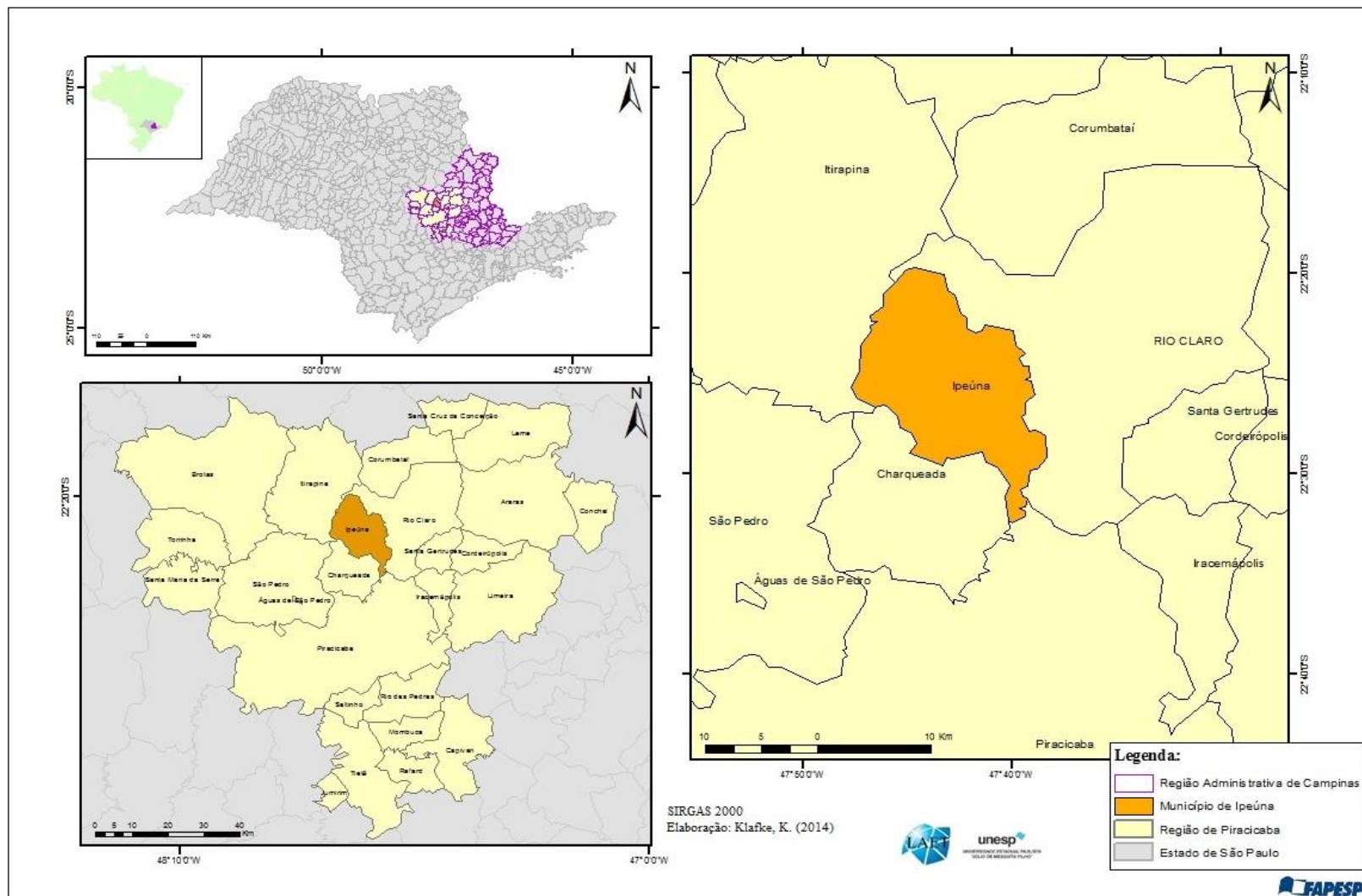
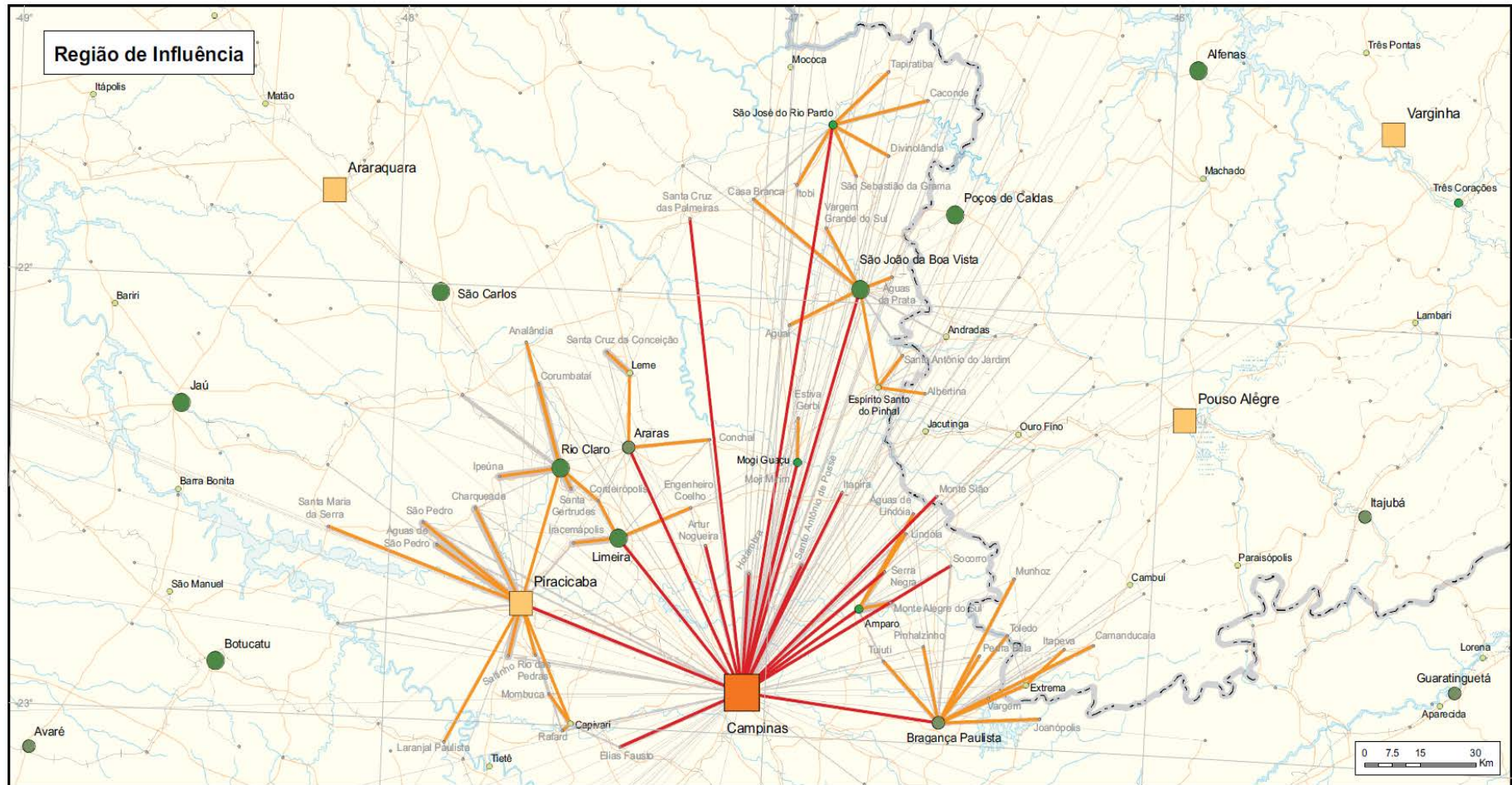


Figura 3. Região de Influência - Campinas (SP)



Fonte: REGIC (2007)

Nesse sentido deve-se ressaltar que as características dessa região não podem ser generalizadas para o restante do país, uma vez que os processos que privilegiaram a formação dessa aglomeração não se manifestaram da mesma forma em outras localidades, seja por motivos históricos ou de interesse público e/ou privado, como ressaltaremos em seguida.

A origem da macrometrópole está intimamente ligada ao processo de industrialização do Brasil, iniciada no início do século XX e sua posterior desconcentração na década de 1970.

A industrialização no Brasil foi financiada pela cultura cafeeira do estado de São Paulo, que predominou como principal atividade econômica até o final do século XIX e acumulou capital suficiente para a origem da indústria nesse estado. Em um primeiro momento a indústria se concentrou nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro, privilegiada pela presença da elite cafeeira que promoveu o desenvolvimento da indústria, conforme já destacado, pela existência de mão de obra estrangeira atraída também pela atividade cafeeira e pelas ferrovias de escoamento de café.

A indústria se desenvolveu nesse período permitindo o desenvolvimento urbano dessas cidades e com o adensamento urbano promoveu a expansão da indústria para as cidades de seu entorno, configurando a metrópole de São Paulo. No entanto, esse adensamento provocou o aumento do custo do solo, dificultou a circulação e ocorreu também a formação e fortalecimento dos sindicatos na metrópole, esses problemas e o desenvolvimento dos meios de comunicação e informação levaram as indústrias a procurar novas localizações.

Além disso, a partir da década de 1950, conforme Selingardi-Sampaio (2009) a indústria brasileira assistiu a um processo de modernização e diversificação, pautada nos projetos desenvolvimentistas dos governos do período, sempre reconcentrando a indústria no estado de São Paulo. No entanto, a partir da ditadura militar, buscando maior integração política entre as regiões o governo promoveu políticas de incentivo às migrações de capitais para outras regiões do país, em especial o norte e nordeste, promovendo a instalação de parques industriais nessas regiões.

Assim a indústria se expandiu, principalmente, para outras capitais nacionais, porém, explica a autora, São Paulo nunca deixou de concentrar a maior parte das indústrias do país. Junto a esse movimento as indústrias localizadas em São Paulo se dirigiram para cidades médias do interior paulista criando polos industriais como por

exemplo o petrolífero em São José dos Campos e Paulínia, o de pesquisas e centros tecnológicos em Campinas, etc.

Esse segundo movimento se configurou por diversos motivos. Segundo a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Regional (2011) com a crise do café a economia do interior paulista foi reciclada, diversificando a agropecuária e a expandindo para os setores secundário e terciário (o agronegócio), o que permitiu a consolidação uma adensada rede urbana a partir de vias de acesso, bem como a diversificação da produção, o desenvolvimento de um denso sistema viário e instalação de instituições de ensino e pesquisa.

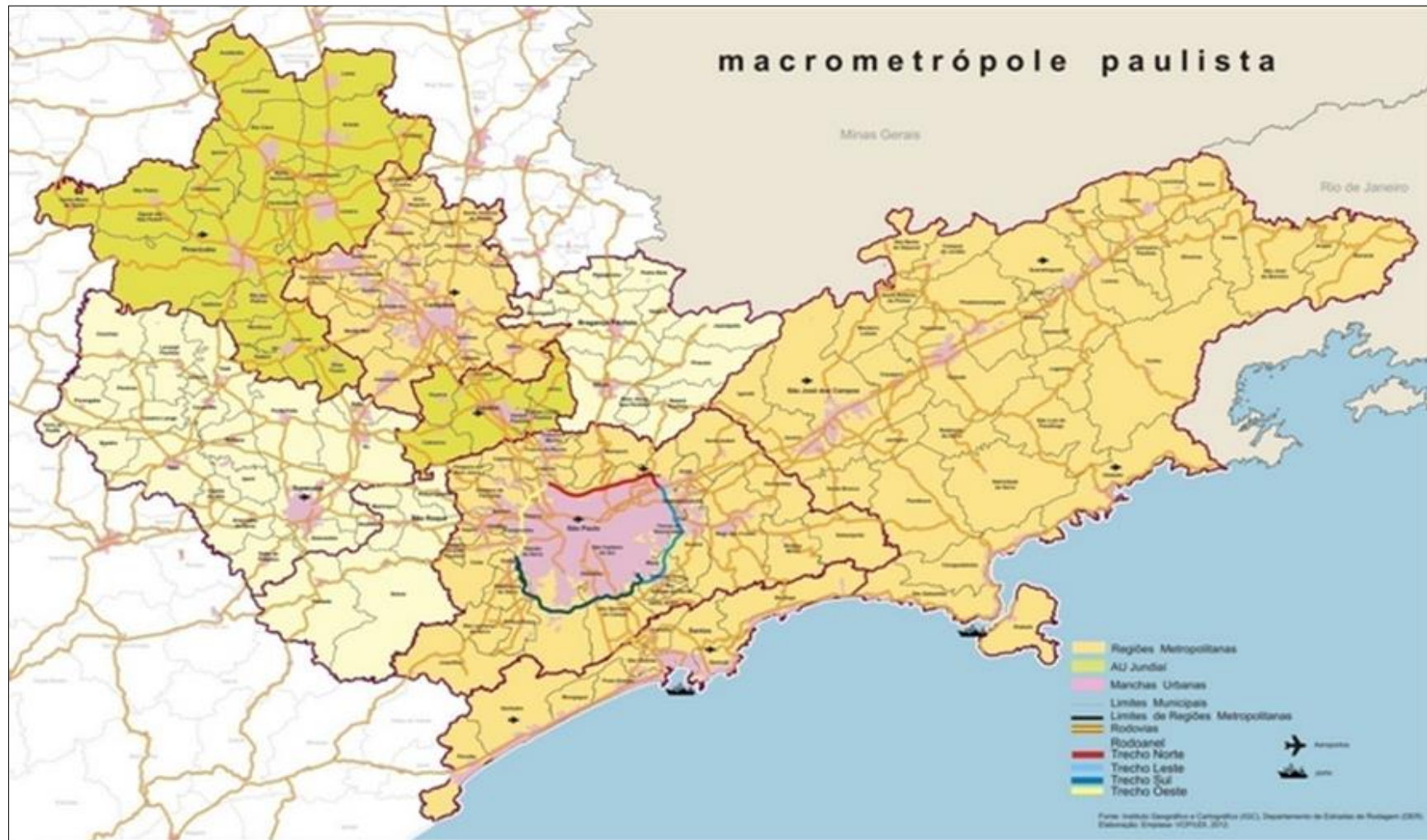
Assim a indústria encontrou perfeitas condições para se expandir para essas regiões configurando segundo a EMPLASA (2011) a Macrometrópole Paulista constituída, conforme Figura 4, pelas Regiões Metropolitanas de São Paulo, Campinas, Baixada Santista e do Vale do Paraíba e Litoral Norte, pelas aglomerações urbanas de Jundiaí, Piracicaba e Sorocaba e pelas microrregiões de São Roque e Bragantina, somando 173 municípios.

Selingardi-Sampaio (2009) ainda destaca que a interiorização da indústria privilegiou as principais rodovias do Estado de São Paulo: Bandeirantes, Anhangüera, Castelo Branco, Washington Luiz, Dom Pedro, Dutra, Anchieta, Fernão Dias, de modo que as cidades com acesso à essas rodovias possuem maior potencial de localização industrial.

Cleps (2003) explica ainda, que a interiorização da indústria no estado de São Paulo levou a criação de demandas de comércio e de serviços, principalmente ao que se refere às novas formas comerciais destacadas no capítulo anterior, como *Shopping Centers*, Hipermercados, Lojas de Departamentos etc. Nesse sentido, a desconcentração industrial, acompanhada da desconcentração populacional, desenvolveu também para o interior paulista, a partir de 1970 essas formas comerciais, acompanhando as demandas de consumo e a interdependência entre a indústria e o comércio. Conforme Cleps (2003) essa desconcentração ocorreu inicialmente

(...) com os estabelecimentos de grande porte (hipermercados, shopping centers e outros) que, devido à falta de espaço nos centros urbanos ou até mesmo devido à especulação imobiliária nesses espaços, passaram a se instalar em áreas periféricas urbanizadas que dispunham de amplos terrenos livres, ou próximo às rodovias rumo ao interior paulista como a Anhangüera, a Bandeirantes, a Washington Luiz, a D. Pedro e outras. (CLEPS, 2003, p.81)

Figura 4. A Macrometrópole Paulista



A esse respeito Ortigoza (1996) explica que essas formas comerciais significaram transformações aceleradas do espaço urbano e redefine suas funções, de modo que os impactos gerados nas cidades do interior são muito maiores do que as implicações nas metrópoles. Assim pra Cleps (2003) isso promoveu impacto sobre os comércios tradicionais presentes nas cidades médias paulistas, pois não conseguiram competir com essas modernas redes internacionais.

Embora Ortigoza (1996, 2001) e Cleps (2003) não tenham se referido as pequenas cidades ao estudar o processo de desconcentração comercial, analisando os impactos principalmente sobre a reestruturação do espaço de metrópoles e cidades médias, nos últimos anos, essas novas formas comerciais atingiram também os espaços urbanos das pequenas cidades, causando transformações ainda mais expressivas sobre a estrutura urbana, as formas de consumo e o próprio comércio local. Além disso, as pequenas cidades que não absorveram essas formas comerciais sofrem da mesma forma a influência delas gerando fluxos para outras cidades, principalmente porque, conforme Ortigoza (1996) essas formas transformaram-se não só em consumo de produtos, mas em consumo de lazer e sociabilidade entre as pessoas.

Entendemos, portanto, que Ipeúna está localizada em uma das regiões mais dinâmicas do país quanto ao processo de industrialização e desenvolvimento comercial, cabe assim compreender de que forma a formação territorial de Ipeúna respondeu a essas dinâmicas dessa rede.

2.1. Formação territorial de Ipeúna (SP)

Ipeúna (SP), possui em sua história de formação territorial características que seguem a tendência da rede a qual se insere, entretanto, do ponto de vista natural apresenta algumas peculiaridades permitidas principalmente pela sua formação geológica, que entraram em pauta, mas não serão foco da discussão com base na descrição do perfil fisiográfico de Ipeúna realizado por Fagundes (2011). A história de Ipeúna é recuperada por Machado (2004) a partir de registros realizados pelo método de história oral, uma vez que não existiam outros registros da formação de Ipeúna e a cidade possui história suficientemente recente para realizar tal prática.

Como se sabe, a região sudeste, então capitania São Vicente, tem seu povoamento pautado no bandeirismo, em busca de minas de ouro, que foram

localizadas na região onde se encontra o estado de Minas Gerais, desse modo, no estado de São Paulo, mais precisamente na região onde se encontra Ipeúna tornou-se ponto de descanso de tropas de muares provenientes da agropecuária do sul do Brasil para atender as demandas na região das minas. Acerca desse período, Machado (2004) explica que houve doações de sesmarias e, em uma delas se estabeleceu o povoado São João Batista de Rio Claro onde se desenvolveram pequenos cultivos que garantiam a estadia dos viajantes.

As doações de sesmarias tinham por objetivo inicial a cultura da cana de açúcar e com a crise da cultura no Brasil e o sucesso do café, esta nova cultura aproveitou-se da estrutura criada pela primeira, no entanto impulsionou grande avanço, sobretudo ao que se refere ao transporte com a vinda da ferrovia que escoava a produção para o porto de Santos, que chegou a região em 1876.

Ipeúna, devido sua localização na borda da depressão Periférica, a configuração do relevo, tal qual apresentado por Fagundes (2011), não permite cultivos pela presença de escarpas e assim não ficou muito conhecida, se não pela Fazenda Serra D'Água que experienciou o plantio do café. Com o passar do tempo teve as terras divididas entre os herdeiros e como de costume no período realizaram-se doações para a Igreja, visando prestígio. Nessas áreas estabeleceram-se capelas e ao redor pequenas propriedades de subsistência que atendia a famílias humildes e onde era possível notar arruamentos e o cemitério que demarcava a sociedade em crescimento. (MACHADO, 2004)

Ainda segundo a referida autora *“(...) podemos afirmar, com base nos depoimentos orais, que Ipeúna vivenciou essa maneira especial de ocupação e urbanização do espaço, o que causou aumento do povoado, conferindo-lhe feições urbanas.”* (MACHADO, 2004, p.47) Tais como arruamentos e cemitérios.

Com isso, após algumas tentativas de tornar o povoado em Distrito de Paz, o título é atingido em 1897, e seus juízes, segundo a autora, eram moradores da localidade, como lavradores, pecuaristas e pequenos comerciantes, já que os grandes fazendeiros de seu entorno possuíam interesse político em Rio Claro, abrindo mão do povoado. Em 1894, por questões jurídicas necessitou alterar seu nome para Ipojuca, mas como já existia uma cidade com esse nome foi alterado para Ipeúna.

Com a crise do café, desenvolveu-se, no início do século XX, a atividade das caieiras em Ipeúna. Machado (2004) explica que as jazidas de cal foram descobertas no período da expansão ferroviária, no local explorava-se a madeira que foi utilizada na

construção de dormentes. Assim, a partir dessa atividade a localidade ganhou sustentação econômica, em 1925, ganhou traços de modernidade com a ponte do rio Passa Cinco.

Essa nova atividade econômica trouxe mudanças importantes para o Distrito em formação. Inicialmente, causou um aumento real de população, uma vez que a atividade exigia um grande número de trabalhadores. Além disso, na trilha da produção de cal, inúmeras atividades correlatas começaram a ser desenvolvidas tais como novas casas de comércio, que surgiram para atender a demanda do aumento populacional, e “frotas” de carros boi, que eram organizadas para dar conta do transporte da cal. (MACHADO, 2004, p.58)

Desse modo, pode-se dizer que foi a atividade das caieiras que proporcionou o processo de urbanização em Ipeúna, que, haja visto que o distrito não foi atingido pela malha ferroviária (isto se deve também a configuração de seu relevo e pela existência de poucas áreas de plantio, que faziam o transporte até a estação mais próxima, de Rio Claro, a partir de muares), retardou esse processo em tempos mais remotos, e proporcionou nesse momento o desenvolvimento de diversas atividades, pois, como o acesso era dificultado era preciso que as demandas populacionais fossem atendidas na própria cidade, assim pode-se dizer conforme Salgueiro (1992), Pintaui (2001) e Corrêa (1999) que a ausência da acessibilidade propiciou o desenvolvimento urbano, mas nesse caso, não criou uma centralidade. Além dessa atividade, desenvolveu-se uma forte economia rural voltada ao mercado interno, a partir da redução das grandes propriedades cafeeiras em pequenas propriedades familiares, fortalecendo as relações cidade/campo conforme expressas por Corrêa (2011).

Nesse contexto, de desenvolvimento urbano, após algumas tentativas fracassadas, em 1964 Ipeúna alcançou sua emancipação em relação à Rio Claro. No entanto Machado (2004) ressalta:

A instalação da prefeitura e da Câmara Municipal, entretanto, não gerou o aumento populacional, esperado pelo grupo que defendia a emancipação, ocorrido na maior parte das cidades brasileiras que se emanciparam durante as décadas de 50, 60 e 70. Ipeúna, em sua singularidade, continua, até os nossos dias, como uma pequenina cidade, localizada numa das regiões mais desenvolvidas do nosso país. (p.59)

E ainda,

Por ser uma cidade muito pequena, conservam-se até hoje, hábitos já perdidos na maioria das cidades que a rodeiam. Ali, as pessoas ainda mantêm o costume de “prosear” nas praças ou nas calçadas e, os mais velhos, quando rememoram os fatos, não estão somente tentando trazer o passado de volta, mas, também, vislumbrar possibilidades de articular o passado com presente. (...) Ali, onde as pessoas se conhecem pelo nome, pela ocupação, pelas

práticas religiosas, existem algumas resistências a “individualização” típica da vida moderna. A proximidade em que vivem preserva costumes já desaparecidos em sociedades com maior número de pessoas. (MACHADO, 2004, p.3)

Muitos desses hábitos são resultado do perfil demográfico do município. Como é possível observar a partir da Tabela 1, até a década de 1990 a população não cresceu significativamente, embora já na década de 1980 o município possui uma população predominantemente urbana. Além disso, cabe destacar um alto índice de envelhecimento da população já na década de 1990, que soma quase metade da população no período atual, este fato, em particular, resulta na resistência a mudanças no município, que acabam por impulsionar os jovens para fora da cidade em busca de novas oportunidades.

Tabela 1. População de Ipeúna (SP)

Censo	Total	Urbana	Grau de Urbanização (%)	Índice de Envelhecimento (%)
1970	1.836	647	35,24	14,82
1980	1.838	953	51,87	27,54
1991	2.685	1.767	65,81	31,91
2000	4.340	3.431	79,4	35,31
2010	6.016	5.178	86,07	44,13

Fonte: IBGE, censos 1970, 1980, 1991, 2000 e 2010, SEAD. Organização própria

Curioso torna-se o crescimento urbano a partir da década de 1990, tomando por base que na década anterior praticamente não houve um crescimento populacional relevante. Assim, deve-se destacar que desde a década de 1990 foram desenvolvidas políticas públicas favorecendo o desenvolvimento industrial. A partir disto nota-se que a população cresceu em ritmo acelerado nas últimas três décadas.

Destaca-se diante destas políticas a construção de dois “mini distritos industriais” no município, localizados às margens da rodovia de acesso da cidade. Nesses zoneamentos, configurados pelas leis municipais nº330 de agosto de 1988 e 486 de maio de 1998, foram realizadas doações de terrenos para diversas indústrias tais como Refrata Cerâmica, Ipeúna Ventilação Ltda-me, Edra Equipamentos espaciais ind. E com. Ltda., Fábrica de Rações Balanceadas para Animais, Edra Saneamento Básico Ind. E Com. Ltda., Indústria de Beneficiamento de Óleos Essenciais, Indústria de

fabricação de artefatos de cimento, Irmãos Scotton Cia Ltda., EMMÉ Lavanderia Industrial Ltda., conforme diversas leis municipais⁹, bem como a concessão de isenções fiscais para essas indústrias conforme lei municipal nº463 de 1996 art. 3º¹⁰:

As empresas que irão se instalar no Município ou ampliar suas instalações e atividades e participantes do Programa, poderão receber os seguintes incentivos:

I – isenção total ou parcial do Imposto Sobre Propriedade Predial e Territorial Urbana, até o limite de 05 (cinco) exercícios fiscais.

II – isenção total do preço público, referente à obtenção da Licença para construção de obras particulares.

III – isenção total ou parcial do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), até (SIC) o limite máximo de 12 (doze) meses.

IV – isenção da taxa de Alvará de localização, bem como de todos os Impostos e Taxas para legalização da inscrição junto ao Cadastro Municipal.

V – isenção para 03 (três) exercícios consecutivos a partir do ano de instalação, da taxa de Licença de Funcionamento.

VI – isenção total do Imposto Sobre Transmissão de Bem Imóvel adquirido para fins exclusivos de acomodações e instalações operacionais da empresa.

Nesse sentido notamos a importância que o poder público vem dando para a consolidação de uma economia industrial na cidade, a qual discutiremos no próximo capítulo. Na entrada da cidade já se enuncia a importância da atividade, principalmente em relação à indústria Edra (Figura 5) que configura principal referência para a população, conforme foi possível observar em conversas informais, ao que se refere mão de obra e crescimento econômico local.

Como é possível observar na Figura 5, tem um enorme destaque contribuindo para a projeção da cidade de Ipeúna, sua marca é facilmente visualizada ofuscando o letreiro que sinaliza a entrada da própria cidade

Figura 5. Entrada de Ipeúna (SP) e Edra.



Foto: Klafke, 2014

⁹ As Leis Municipais nºs 428, 454, 514, 555, 748, 749, 777, 778, 779, 780 e 803.

¹⁰ Disponível em: <http://www.ipeuna.sp.gov.br/camver/LEIMUN/1996/00463.pdf>

Em comemoração aos 50 anos de emancipação política da cidade, a prefeitura divulga em seu site uma notícia em junho de 2014 intitulada “Ipeúna, uma cidade rumo ao crescimento”¹¹, onde destaca diversas iniciativas do governo e já enuncia o estabelecimento de novos lotes industriais:

Outro importante indicativo do crescimento do município é observado no setor industrial, com a doação de uma área de mais de 63 mil metros quadrados, localizada no Distrito Industrial III, pela Prefeitura de Ipeúna para nove indústrias de diversos segmentos de atuação que vão proporcionar mais de 200 novos postos de trabalho. “A iniciativa representa, não só o crescimento urbanístico do município, mas, principalmente, econômico e social, o que vem ao encontro de nossos objetivos”, acrescenta o prefeito Ildebran Prata. Várias outras empresas também adquiriram terrenos no município para ampliação e implantação das unidades fabris.

Esses lotes foram inaugurados em dezembro de 2014, conforme Figura 6, onde foram doados lotes para sete indústrias: Edra Saneamento do Brasil, Kaam Indústria de Plásticos, Profil Filtros Profissionais, Pena & Pena Estruturas Metálicas, Carbofibras Indústria e Comércio, Magma Indústria e Comércio, J.E. Faiber Indústria e Comércio. O Prefeito Ildebran Prata, em outra notícia¹² publicada pela prefeitura afirma que a atividade tem gerado desenvolvimento econômico para a cidade e melhorias na qualidade de vida da população.

Figura 6. Novo Mini Distrito Industrial - Ipeúna (SP)



Foto: Gazeta de Ipeúna.

¹¹ Disponível em: http://www.ipeuna.sp.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=910:ipeuna-uma-cidade-rumo-ao-crescimento&catid=38:noticias-2014&Itemid=37

¹² Disponível em:

http://www.ipeuna.sp.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=774:prefeitura-doa-terreno-para-sete-novas-empresas&catid=34:noticias-2013&Itemid=37

Acerca do favorecimento de políticas públicas voltadas para Indústria, em entrevista com o Secretário Tiago Alves de Souza¹³ ele nos explicou que: SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: *“Ipeúna tem uma vocação industrial que não é de hoje, e acho que uma questão do próprio investimento mesmo, você vê onde o investimento está dando retorno, é onde, talvez, você acabe investindo mais também”*

Dessa forma, entendemos que o setor representa importante papel na economia do município como um todo o que pode revelar uma dependência municipal em relação a indústria, ficando completamente dependente das variações do mercado. Endlich (2006) explica que é comum que as pequenas cidades possuam a economia pouco diversificada, gerando vulnerabilidade econômica e social.

Nesse sentido acreditamos que o setor terciário em geral e o comércio varejista em específico de uma cidade pode revelar suas tendências econômicas, daí a importância de se estudar o comércio de Ipeúna. Além disso, como descreveremos adiante, o município possui dinâmicas muito peculiares a respeito do comércio o que revela o consumo como interessante categoria de análise para o município.

2.2. Comércio e Consumo em Ipeúna (SP)

Como o objeto de análise desse trabalho é o comércio e o consumo de Ipeúna, torna-se pertinente revelar, nesse momento, quais foram as primeiras impressões reveladas nesses quesitos pela cidade no âmbito de trabalhos de campos preliminares, nos quais se privilegiou a observação da realidade local, esses campos foram realizados em no segundo semestre de 2013 e nos primeiros meses de 2014, período em que se conformou o projeto de pesquisa.

Ao adentrar a cidade, para chegar até o centro, segue-se por uma avenida onde foi possível observar a presença de alguns estabelecimentos comerciais, que em relação ao restante da cidade, pode-se dizer que possuem maior porte, talvez também pelas suas especialidades, conforme discutiremos mais adiante. Ao se infiltrar mais na cidade, chegando ao centro encontra-se uma rua, onde notamos a presença de mais alguns

¹³ O atual secretário da Educação, Cultura, Esporte, Meio Ambiente e Turismo atua na prefeitura de Ipeúna desde 2003, primeiro no setor administrativo, como vereador e por fim como secretário, portanto a entrevista foi de grande relevância devido a essa experiência do secretário na prefeitura. A Entrevista foi realizada em 28/08/2014.

estabelecimentos, no entanto, seguindo até a praça central não foram observados outros estabelecimentos, exceto no momento em que chegamos na praça central onde está instalada a matriz. No entanto, foi possível notar também um grande número de prédios abandonados.

O roteiro que se realizou é expresso no Mapa 2 e privilegiou os caminhos em que se observava maior fluxo de veículos. Nesse sentido, entendemos, em um primeiro momento, que a localização comercial seguia as avenidas e ruas de maior fluxo de carros.

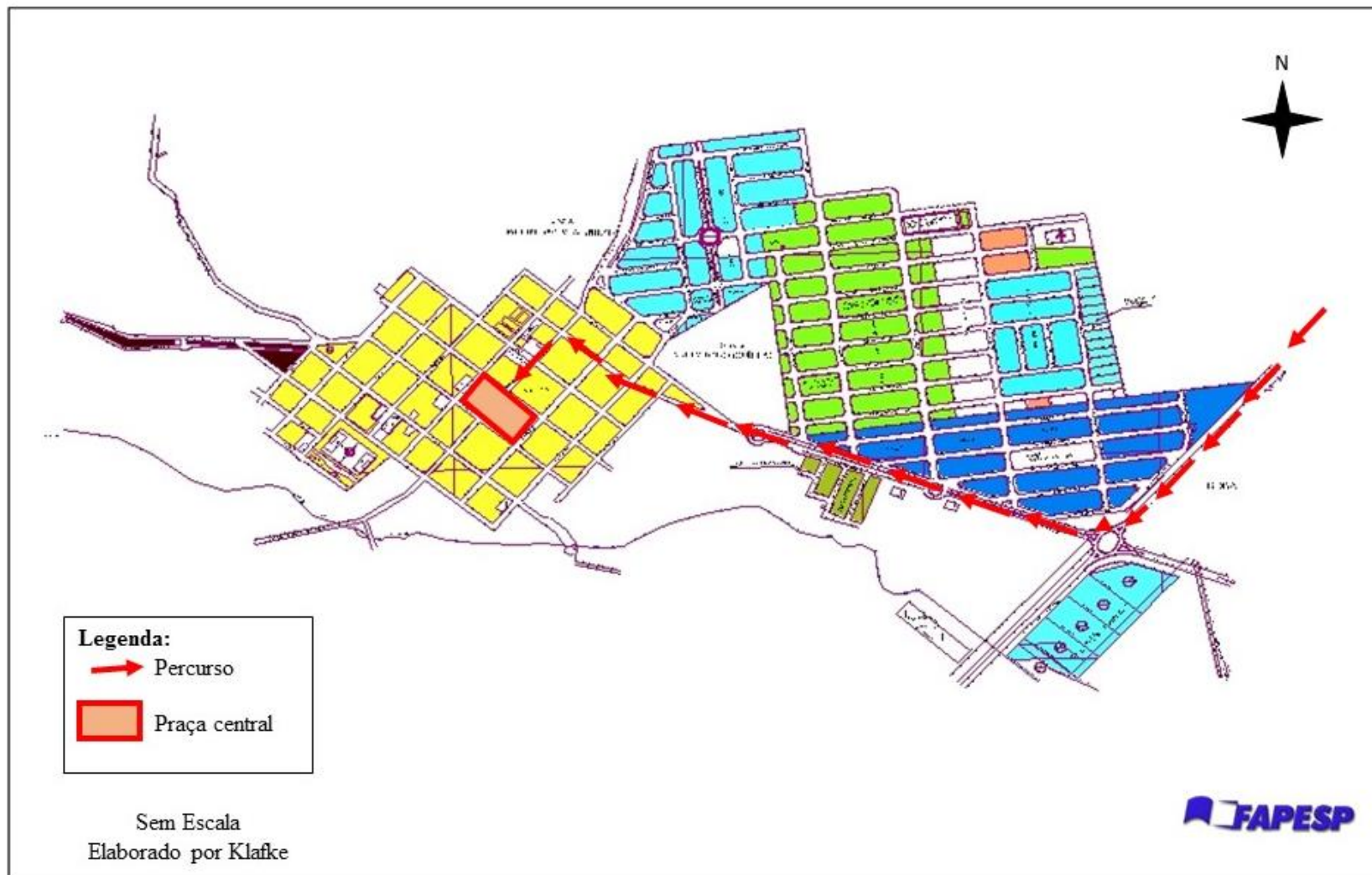
Além disso, não se notou a presença de formas comerciais modernas, tão pouco os estabelecimentos apresentavam, salvas raras exceções, uma estética que indicasse uma modernização local, parecendo que muitos estabelecimentos se confundiam com as casas dos comerciantes.

Em uma tentativa de observar a dinâmica dos consumidores, por inúmeras vezes permaneci sentada na praça, o movimento nos estabelecimentos revelou-se fraco, de modo que no horário do almoço a maioria se fechava. Também era comum ver alguns moradores, principalmente mais idosos, andando de loja em loja, talvez manifestando uma sociabilização que se estendia para a praça, onde sentavam em bancos e permaneciam conversando por algum tempo.

Diversos são os autores que destacam a praça como espaço de sociabilidade. Essa sociabilidade tem se perdido atualmente com a privatização de espaços públicos, como no caso dos *Shoppings Centers*, clubes, etc., que levam essa sociabilidade a um nível de consumo. No entanto, em pequenas cidades, e em especial em Ipeúna, a praça ainda é um importante ponto de sociabilidade, onde foi possível a realização de algumas conversas informais que permitiram importantes considerações que destacaremos ao longo do trabalho.

Por fim, notamos que Ipeúna (SP) localiza-se em uma região muito dinâmica que privilegiou o estabelecimento diversificado de indústrias e uma modernização do comércio e do consumo. Diante dessa realidade, embora Ipeúna, a partir da década de 1990 tenha realizado investimentos de atração industrial configurando essa atividade como importante propulsor de seu desenvolvimento econômico, não possui um quadro comercial muito dinâmico, cabendo então um esforço para se compreender os motivos dessa estagnação e sua ligação com o contexto de sua rede urbana.

Mapa 2: Percurso Percorrido: Entrada a Praça Central de Ipeúna (SP)



CAPÍTULO III

Análise Empírico-Conceitual sobre a Dinâmica do Comércio e do Consumo na Pequena Cidade de Ipeúna (SP).

Nesse momento já compreendemos de que forma a flexibilização do capital cooperou para a reestruturação interurbana e nas práticas de consumo, que alterou os papéis das cidades na rede urbana. Também analisamos como essa reestruturação se comportou no Brasil e, em especial, no estado de São Paulo na chamada Macrometrópole Paulista, de forma a entender e estabelecer relações entre Ipeúna e seu entorno e, por fim retomamos a construção territorial de Ipeúna. No entanto isso ainda não permitiu compreender de que forma Ipeúna se comporta em relação a seu entorno e como as dinâmicas de comércio e de consumo promovem essa relação.

Para isso vamos em um primeiro momento avaliar o comportamento dos setores econômicos do município. Acerca desse assunto já destacamos a importância da indústria, assim vamos retomar sua importância e perceber de que forma esta impacta no comércio e no consumo na cidade. Para isso foi preciso também avaliar a partir das prerrogativas metodológicas o comércio na cidade, e a dinâmica dos consumidores.

Por fim, neste capítulo, fazemos a análise geral dessas últimas dinâmicas na cidade de Ipeúna.

Cabe explicar também as mudanças de escala que ocorrerão ao longo do capítulo, em alguns momentos se fará referência ao município em outros a cidade. Quando a referência for o município é para destacar as relações que se estabelecem entre o rural e o urbano de Ipeúna, quando a referência for a cidade, destaca-se o urbano, em geral isso ocorre ao se falar do comércio varejista, atividade que consideramos, para este trabalho, exclusivamente urbana.

3.1. Economia e Participação Setorial em Ipeúna.

O setor terciário pode revelar as potencialidades de uma cidade, uma vez que tende a atender demandas mais imediatas da população e às atividades de grande relevância para a economia. Para melhor compreender o papel deste setor na dinâmica econômica de Ipeúna, vamos, primeiramente, conceituá-lo:

“(…) é preciso mencionar que a origem do nome setor terciário é decorrência do seu posicionamento com relação à terra, onde a agricultura assume o primeiro lugar (primário). A transformação do produto da terra realizada pela indústria vem em segundo lugar (secundário), deixando para as demais atividades o terceiro lugar (terciário).

Outro aspecto a destacar é a própria natureza da atividade terciária, que apresenta um alto grau de efemeridade e ausência de corporeidade. Isto é, ela encerra-se no momento do ato da troca e, portanto, é efêmera e não se materializa através de nenhum produto. É apenas um ato e não tem corpo.” (VARGAS, 2001, p.32)

Já *“O comércio é uma fase intermediária entre a de produção de bens ou serviços e a do seu consumo e utilização, tendo por função levar/disponibilizar as mercadorias até aos consumidores”* (SALGUEIRO, 1996, p.1)

Assim, o setor terciário e em especial do comércio são essenciais para apontar as potencialidades de uma cidade. Para compreender seu papel em Ipeúna, analisemos a sua estrutura setorial.

A análise nos setores econômicos pautou-se na Relação de Contribuintes fornecida pela prefeitura, no PIB, na arrecadação de impostos, no valor adicionada, na mão de obra ocupada

Em relação a quantidade de estabelecimentos por setor da economia revela-se a partir do Quadro 1 o predomínio de estabelecimentos do setor terciário, no entanto, como será exposto no item seguinte há uma discrepância entre os estabelecimentos encontrados no trabalho de campo e os dados da prefeitura. O baixo número de estabelecimentos no setor primário pode indicar o baixo índice de estabelecimentos agropecuários devido o quadro natural que não propicia planícies com áreas consideráveis para produção, ou a não declaração por parte dos proprietários diante da prefeitura. Já o setor secundário, conforme destacado no capítulo anterior quando falamos da formação territorial do município, estão sendo implantados novas áreas industriais no município.

Quadro 1. Número de Estabelecimentos por Setor em 2012 - Ipeúna (SP).

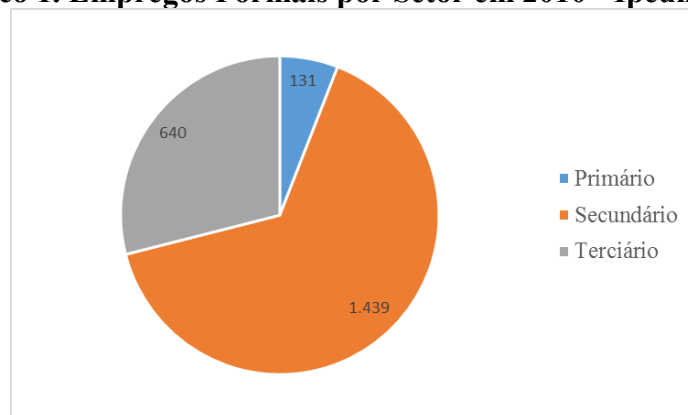
Setor	Quantidade
Primário	9
Secundário	48
Terciário	349
Total	406

Fonte: Relação de Contribuintes da Prefeitura Municipal de Ipeúna. Organização própria.

A partir desse quadro compreendemos que há predominância de estabelecimentos de comércio e de serviços, mesmo diante das readequações, no entanto em valores de área e presença observadas durante o trabalho de campo, o setor secundário ganha destaque.

O Gráfico 1, representa os empregos formais absorvidos em cada setor, nesse quesito destaca-se o setor secundário, o que é de fácil compreensão já que a indústria absorve grande parte da mão de obra da cidade. Além disso, como será apresentado no próximo item grande parte dos estabelecimentos comerciais possuem mão de obra proveniente da própria família, ou não emprega outros funcionários. Chama também a atenção nesse gráfico o fato de que segundo o IBGE (censo 2010) a população economicamente ativa de Ipeúna soma 4.552 habitantes, enquanto os empregos formais para esse ano representam 2.210 habitantes. Ou seja, para cerca da metade da população economicamente ativa não há postos de trabalho formal na cidade, população essa que ou vive na informalidade, ou procura empregos em outras cidades da região.

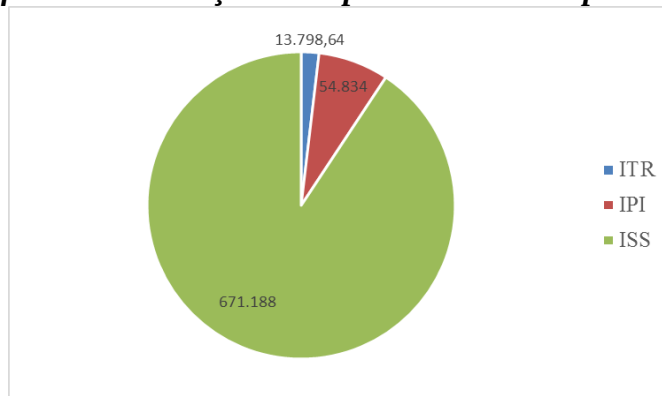
Gráfico 1. Empregos Formais por Setor em 2010 - Ipeúna (SP).



Fonte: SEADE. Organização Própria

Já ao que se refere à arrecadação de impostos, o Imposto sobre Serviço (ISS), representa a maior parte da arrecadação do município, enquanto o Imposto sobre produtos industrializados é pouco expressivo, muito provavelmente pelas isenções fiscais descritas no Capítulo anterior para a indústria.

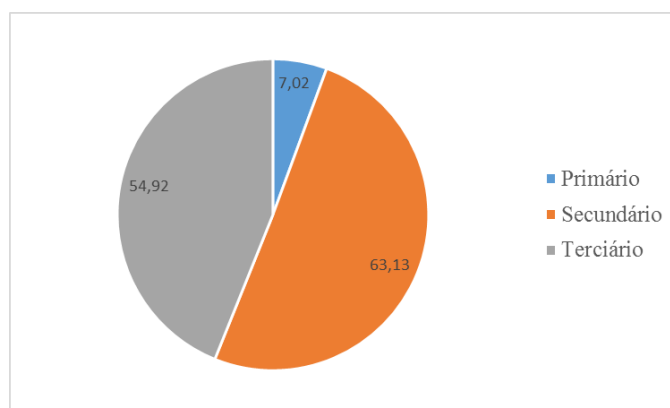
Gráfico 2. Arrecadação de Impostos em 2010 - Ipeúna (SP)



Fonte: SEADE. Organização Própria.

O Gráfico 3, por sua vez, representa o valor adicionado de cada setor, com destaque para os setores secundário e terciário, que representa a contribuição para o PIB do Município de cada setor.

Gráfico 3. Valor Adicionado em Milhões de Reais Correntes em 2010 - Ipeúna (SP)



Fonte: SEADE. Organização Própria

Nesse sentido evidencia-se que tanto o setor secundário, quanto o setor terciário representam importantes contribuições para o município, cada um com suas limitações. O setor primário, por sua vez, como já destacamos, tem sua atuação limitada pelos fatores de relevo do município, no entanto deve-se destacar que, conforme a Secretaria de Estado e de Agricultura de São Paulo (IEA/CATI/SAA-SP), a produção é pouco diversificada com destaque para pastagens e Cana de Açúcar, além disso o município apresenta uma grande concentração de terras.

É importante também uma breve discussão acerca das atividades de turismo¹⁴ no município. Como será indicado no item a seguir, os comerciantes apontaram o turismo como atividade propulsora do comércio em Ipeúna, mas que a falta de incentivos nessa atividade não permitia um maior desenvolvimento comercial. Nesse sentido analisamos a estrutura turística da cidade.

Fagundes (2011) descreve a paisagem de Ipeúna a partir de um perfil fisiográfico. Para a autora estão presentes três Paisagens: a Paisagem Aluvial, a Paisagem Coluvial e a Paisagem Estrutural. Essas paisagens indicam, respectivamente, formação de terraços, diferenças altimétricas e relevo de *cuestas*. Dessas paisagens resultam alguns importantes pontos turísticos do município, dos quais alguns, mais conhecidos, são indicados pelo site Visite Rio Claro: Parque Ecológico Henrique Barbeta; Serra do Itaqueri; Cachoeiras; Grutas e Cavernas.

No entanto, apesar da indicação dos locais, não existe uma política de recepção dos turistas para usufruir dessas paisagens. Ao chegar na cidade não há a indicação de um ponto de informações ou agência turística que faça o encaminhamento para estes locais. Percorrendo as ruas da cidade foram encontradas placas (Figura 7) que indicavam o caminho até alguns pontos turísticos.

Figura 7. Indicação de Pontos Turísticos em Ipeúna (SP)



Foto: Klafke, 2014

Foram encontradas apenas duas indicações de caminho aos moldes da Figura 7,

¹⁴ Para uma análise mais detalhada ver o trabalho de Klafke e Ortigoza (2014) publicado no III Simpósio Nacional sobre Pequenas Cidades.

mas como pode-se observar, são poucos os pontos turísticos por ela contemplados, além disso ao sair da cidade não existem outras indicações de como chegar aos locais, tampouco indicações nos locais demonstrando sua localização. Além disso, ao sair da cidade para chegar nesses locais, que no geral se localizam em área rural, as vias de acesso não oferecem boas condições de circulação.

Ao ser indagado sobre essas questões o Secretário do Turismo Tiago Alves de Souza explica que a realização do turismo se dá a partir da iniciativa privada e completa:

SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: Nessa mesma linha de investimento, foi montado alguns anos atrás uma casa de informações turísticas, com pessoas, com técnicos de turismo, exatamente para recepcionar esse pessoal, mostrar, encaminhar, enfim, poder realmente trabalhar nesse sentido. Também não teve retorno, a demanda era muito pequena, baixa ou inexistente em alguns momentos, então optamos por fechar isso, mas já existiu também isso. Então o investimento teve, mas não teve retorno e acabou que não aconteceu mais.

A questão da sinalização, o que está próximo do município é sinalizado, agora grutas, serras cachoeiras que é o atrativo de turismo rural, que é a vocação de Ipeúna, tudo dista 10 ou 15 km do município, então a sinalização para esses pontos fica deficitária, fica a indicação na informalidade, alguém me liga, encontra alguém passando, ou um amigo da cidade que conhece, que falou e acaba acompanhando. Realmente a sinalização é precária porque são pontos distantes e o turismo é realmente rural que não é no meio central do município é realmente afastado.

Desse modo entendemos que, o município possuía uma vocação para a realização do turismo, que se perdeu em meio a projetos da prefeitura e diante dos investimentos que favoreciam o setor industrial, seguindo um potencial já presente na região. Nesse sentido, os comerciantes atribuem a fraca dinâmica comercial a falta de investimentos no turismo e a vulnerabilidade econômica da cidade em relação as crises no setor industrial. Para entendermos de que forma essas interações entre os setores da economia se dão nos dirigimos a análise do comércio da cidade.

3.2. O Comércio Varejista na Cidade de Ipeúna.

Neste item, serão abordados os aspectos gerais do comércio em Ipeúna, que são alicerçados pelos levantamentos descritos até o momento, bem como nos dados fornecidos pela Prefeitura Municipal de Ipeúna (SP), em especial, a relação de contribuintes, e dados adquiridos a partir do questionário aplicado aos comerciantes.

Para a aplicação dos questionários, em um primeiro momento foi necessário avaliar os endereços na relação de contribuintes para então checá-los rua a rua se os

endereços batiam e aplicá-los nos estabelecimentos encontrados. Deve-se destacar que esse procedimento só foi possível por tratar-se de uma cidade com espaço urbano reduzido, assim todos os estabelecimentos comerciais foram visitados e só não foram todos entrevistados, pois alguns deles se negaram a responder a pesquisa.

Diante desse procedimento foi possível notar que muitos dos estabelecimentos assinalados pela relação de contribuintes não existiam, e muitos dos que foram encontrados não constavam na relação. Como os dados adquiridos referiam-se ao ano de 2013 tornou-se pertinente observar as imagens fornecidas pelo Google Earth que apresenta imagens do ano de 2011, assim se as atividades existiram nesse período seria possível atestar seu fechamento. A partir do Google Earth constatou-se que muitos desses estabelecimentos de fato já não existiam nesse ano e os prédios já apresentavam sinais de abandono, por outro lado, a partir dessa consulta encontramos alguns estabelecimentos que passaram despercebidos na pesquisa *in loco*, por se parecer com casas ou por a uma primeira visão parecer-se com um estabelecimento prestador de serviços apenas, nos levando a revisitar alguns estabelecimentos.

Nesse contexto apresentam-se os Quadros 2 e 3 que representam, respectivamente, os dados fornecidos pela relação de contribuintes fornecida pela prefeitura e os estabelecimentos comerciais encontrados no decorrer dos trabalhos de campo.

Quadro 2. Atividades Comerciais segundo classificação CNAE - Ipeúna (SP).

Comércio	Quantidade
Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos	84
Comércio por atacado e representações comerciais e agentes de comércio	23
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	19
Confecção de artigos do vestuário e acessórios	2
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, minimercados, mercearias e armazéns, bar especializados em servir bebidas.	1
Total	129

Fonte: Relação de Contribuintes, Prefeitura Municipal de Ipeúna (SP). Organização própria.

A partir do Quadro 2, é possível notar que se destacam as atividades de “Comércio Varejista e Reparação de Objetos Pessoais e Domésticos”, “Comércio por Atacado e Representações Comerciais e Agentes de Comércio” e “Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas”, no entanto o primeiro representa o dobro dos demais estabelecimentos. Conforme o CNAE 2.1 a respeito do “Comércio Varejista”:

Esta divisão compreende as atividades de revenda (venda sem transformação significativa) de bens de consumo novos e usados para o público em geral, preponderantemente para o consumidor final. O comércio varejista é organizado para vender mercadorias em pequenas quantidades ao consumidor final, representando, portanto, o último elo da cadeia de distribuição. Inclui tanto o comércio tradicional em lojas abertas ao público como o varejo por meios não tradicionais por catálogo, porta-a-porta, televisão, internet, etc. (CNAE 2.1)

Assim, nesta atividade se enquadram de acordo com o CNAE 2.1: supermercados, minimercados, armazéns, hipermercados, padarias, açougues, hortifrutigranjeiros, postos de combustível, material de construção, informática, telefonia, eletrodomésticos, instrumentos musicais, lojas de cama, mesa e banho, livraria, papelaria, jornaleiro, artigos recreativos e esportivos, farmácia, óptica, perfumaria, vestuário, calçados, relojoaria, dentre outros não especificados.

Diante dessa gama de atividades e das demais subdivisões mencionadas foram constatados, em trabalho de campo, os seguintes estabelecimentos expostos no Quadro 3.

Pode-se fazer uma interface entre os quadros, o que chama atenção em primeiro lugar é o total de estabelecimentos comerciais, de 129 estabelecimentos na relação de contribuintes foram encontrados apenas 44 estabelecimentos. O Comércio ao que se refere a materiais para concerto de automóveis ganham destaque nos dois quadros, apesar da diferença de valores. Ao que se refere a comércio varejista e reparação de objetos pessoais, como não haviam especificações de que comércio eram esses não é possível comparar, mas certamente estão inclusos os comércios de vestuário e supermercados, que se destacam no quadro baseado na análise empírica.

Quadro 3. Estabelecimentos Comerciais - Ipeúna (SP).

Atividade	Quantidade
Informática	1
Floricultura	1
Otica e Relojoaria	1
Deposito de Bebidas	1
Fotografia	1
Produtos Agropecuários	1
Móveis	1
Material de Construção	1
Produtos de Limpeza	1
Posto de Gasolina	2
Hortaliças	2
Padaria	3
Farmácia	3
Presentes	3
Vestuário	5
Auto Peças	8
Supermercado	9
Total	44

Elaboração própria.

A respeito da discrepância entre os Quadros 2 e 3, ao indagarmos os comerciantes, explicaram que com o “boom” industrial ocorrido na cidade no início dos anos 2000 surgiram inúmeros estabelecimentos, inclusive especializados (como comércios de roupas de marcas, de sapatos, perfumaria, etc.), no entanto, diante das sucessivas crises no setor industrial estes estabelecimentos não sobreviveram e a clientela manteve-se fiel aos comerciantes mais antigos. O Quadro 4 demonstra essa relação claramente.

Quadro 4. Tempo do Comércio no Local - Ipeúna (SP).

Tempo	Quantidade
Menos de 5 anos	9
Entre 5 e 10 anos	8
Mais de 10 anos	14
Não respondeu	13
Total	44

Elaboração Própria.

Durante as visitas à cidade notamos que três estabelecimentos, que de acordo com as entrevistas haviam aberto há pouco tempo, menos de um mês, fecharam. Neles

estavam inclusos uma loja na área central que circundava a praça da matriz, de artigos para presentes, em que os donos possuíam o imóvel e decidiram abrir um comércio pois estava difícil para alugar; uma peixaria, que era filial de Rio Claro que atendia a demanda de um restaurante japonês que se localizava em frente também na área central; e uma loja de vestuário, localizada no bairro Vila Aparecida, em que a proprietária já atuava no ramo como “sacoleira” e decidiu abrir a loja para facilitar as vendas.

Sobre este aspecto, Salgueiro (1996), explica ao analisar o comércio em Portugal que diante da concorrência é preciso desenvolver estratégias de venda, tais como: estratégia de preços, venda itinerante, livre serviço, venda ao domicílio, venda por correspondência ou catálogo, venda eletrônica, venda por distribuidor automático. Quanto a essas estratégias foram constatadas as estratégias de preços (mas não em forma de promoções, pois estas de acordo com os comerciantes não funcionam), venda à domicílio (principalmente em vestuário), propaganda eletrônica, principalmente via *facebook*, carro de som e panfletagem, embora as duas últimas têm se reduzido, pois os comerciantes afirmam não haver muito resultado. No entanto, o mais indicado pelos comerciantes foi a divulgação “boca-a-boca”, pois na maioria dos casos os clientes já são “fiéis” a determinadas lojas, assim esses gastos tornam-se desnecessários.

Ortigoza (2009), ao analisar os comércios de bairro na metrópole, que podem ser comparados a esses estabelecimentos de Ipeúna (SP), pontua que a relação entre proprietários e consumidores é de afinidade e envolvimento, de forma que os comerciantes conhecem os clientes pelo nome, tornando as relações pessoais mais importantes do que a venda de produtos.

Consumir, desse modo, vai muito além do ato de fazer compras, seu significado revela a necessidade de estar com os outros, de receber um bom dia, uma boa tarde e, principalmente, de pensar que tem pessoas que os acolhem e se preocupam com eles. (ORTIGOZA, 2009, p.150)

Outra característica relevante nessas relações em Ipeúna, é que mesmo nos supermercados predomina a venda de balcão, em contato direto entre vendedor e cliente, apresentando os produtos, suas características e funções, como expõem Fernandes, Cachinho e Ribeiro (2000) a respeito dos estabelecimentos tradicionais:

(...) os estabelecimentos tradicionais alicerçavam a arte de comerciar na venda ao balcão, no contacto directo com o cliente e no atendimento personalizado. O comerciante não só vende mercadorias como também presta um serviço; expõe os artigos, informa o cliente sobre as suas características e ajuda-o a tomar as decisões. (FERNANDES; CACHINHO; RIBEIRO, 2000, p. 11-12)

Nesse contexto destaca-se ainda pelo Quadro 4 que a maior parte dos estabelecimentos está na cidade a mais de 10 anos, sendo que alguns chegam a 20 ou 40 anos. Já os representados por menos de 5 anos, estão na maioria há um mês, uma semana, ou no máximo há seis meses. Assim, nota-se a importância da sociabilidade já denotada nos trabalhos de campo preliminares, que garante fidelidade dos clientes ao comércio.

Notou-se também que apesar das especificações a maior parte das lojas vendiam um pouco de tudo. Assim, em praticamente todos os estabelecimentos era possível notar a venda de brinquedos, roupas, calçados e artigos para presente. Além disso, nos estabelecimentos de vestuário não havia a presença de roupas de grife ou marcas renomadas, e os comerciantes explicam que esse tipo de comércio não “vira” na cidade e são vendidos apenas artigos “básicos”.

Para compreender esse comportamento dos estabelecimentos é preciso recuperar o levantamento realizado por Ortigoza (2009), ao que se refere ao consumo do espaço. Como esses estabelecimentos apresentam uma centralidade local do bairro ou da *hinterlândia* de Ipeúna, não é possível ocorrer uma modernização, que geraria gastos e não haveria demanda para cobri-los, dessa forma os estabelecimentos oferecem produtos diversificados atraindo clientes a procura de variados produtos e básicos, uma vez que quando buscam produtos mais sofisticados os consumidores desejam viver a experiência do espaço de consumo em *shopping centers* e em lojas de grife, em geral, que possuem atendimento especializado.

Essas relações de proximidade comerciante/cliente são expressas também pelas características dos funcionários (Quadros 5 e 6). A maior parte dos estabelecimentos possuem funcionários contratados, em maior quantidade (chegando até 20) os supermercados. Esses funcionários, em sua maioria são familiares, e alguns comerciantes explicam que essa escolha se dá, além da economia, que garante que o dinheiro dos salários fique na família, pela relação de proximidade que os clientes criam com a família. Nesse sentido, uma comerciante revelou que a maior parte dos clientes que chegam em seu estabelecimento pede para ser atendido pela proprietária e muitas vezes não compram quando atendidos pelos funcionários.

Quadro 5. Número de Funcionários por Estabelecimento - Ipeúna (SP)

Funcionários	Estabelecimentos
Nenhum	6
Menos que 5	19
Entre 5 e 10	3
Mais que 10	3
Não Respondeu	13
Total	44

*Elaboração Própria.***Quadro 6. Relação com os Funcionários - Ipeúna (SP)**

Relação	Estabelecimentos
Familiares	11
Contratados	8
Familiares e Contratados	12
Não respondeu	13
Total	44

Elaboração Própria.

Ao que se refere à média de clientes por dia, ou ao volume de compras destacam-se, conforme Quadro 5, dois valores, entre 5 e 10 clientes e maior que 10 clientes por dia. Mais que 10 referem-se principalmente os supermercados, padarias e lojas de material de construção, que no geral estavam em torno de 50 a 100 clientes por dia, os demais estabelecimentos tinham movimento “fraco”.

Quadro 7. Média de Clientes por Dia no Comércio – Ipeúna (SP).

Clientes/dia	Estabelecimentos
Menos de 5	1
Entre 5 e 10	8
Entre 10 e 15	3
Maior que 10	19
Não respondeu	13
Total	44

Elaboração Própria.

No entanto deve-se destacar que essa dinâmica é expressa somente no decorrer da semana, aos fins de semana aumenta o número de clientes, não apenas provenientes de Ipeúna, mas também de outras cidades, sobretudo atraídos pelo Portal dos Nobres¹⁵ e

¹⁵ Para maiores informações acerca do Portal dos Nobres ver Klafke e Ortigoza (2013) publicado no IV Simpósios sobre Cidades Pequenas e Médias da Bahia.

pelo potencial turístico da cidade. Isso porque nos fins de semana a população não está trabalhando e se dedica às compras, além disso nos fins de semana se concentram pessoas de fora da cidade para desfrutar das belezas naturais da cidade, assim quando os comerciantes ressaltam a importância de políticas destinadas ao turismo é justamente por essa dinamização na cidade. Além disso os fins de semana também são movimentados na compra de suprimentos para passar o fim de semana no Portal dos Nobres. Cabe assim abrir um parêntese a respeito desse condomínio.

O Portal dos Nobres é um loteamento fechado que se instalou em Ipeúna na década de 1980, quando não haviam potenciais de atração para a cidade de um “condomínio” residencial luxuoso, portanto, concluímos em Klafke e Ortigoza (2014) que esse loteamento seguia o processo de expansão urbana de Rio Claro, que nesse período recebia indústrias provenientes do processo de interiorização e estabelecia em seu espaço diversos loteamentos acompanhando essa lógica. Assim, atualmente, o Portal dos Nobres se comporta como um condomínio de Chácaras em que seus proprietários passam os fins de semana. A respeito desse condomínio apresentam-se diversas contradições não pertinentes a pesquisa no momento.

Quando entrevistamos o secretário do turismo acerca da atividade de turismo e a propulsão do comércio ele comentou sobre as políticas já realizadas:

SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: Nós tentamos, não me lembro o período, mas talvez de 2005 a 2008, eu fui vereador e participei da consolidação do conselho de turismo e do fundo municipal de turismo, nós trouxemos uma consultora, que eu não recorde de onde era a assessoria dela, mas era a Maria Lúcia, ela foi inclusive coordenadora do curso de turismo da Unicep em São Carlos, e ela tentou algumas ações, mas a própria sociedade, que ela batia muito que a sociedade civil organizada deveria sustentar isso, não poderia deixar a mercê do executivo uma gestão tão importante quanto essa. E o grupo que começou com 20 no final tinha dois, três e esses dois três desistiram. A prefeitura naquele momento abriu espaço, por exemplo o coreto municipal para eles montarem feiras de domingo, eles montarem projetos para as reuniões, e isso foi se acabando pela própria falta de interesse da sociedade, é claro que talvez a pessoa via que não tinha retorno e ia desistindo também, as vezes faltava um pouco mais de investimento do poder público, mas essa questão do investimento em setores que estão dando certo que fez essa discrepância aumentar, entre o turismo e a indústria, como já tinha esse potencial industrial, avançou mais que o turismo que teve investimento, mas os frutos não foram colhidos naquele momento.

E ainda:

SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: Volto a dizer, pra mim a vocação turística de Ipeúna tá no turismo rural e de aventura, com trilhas de gaiola de moto cross, algo mais nesse sentido, exploração de visitação a grutas cavernas cachoeiras e todos esses espaços

estão em propriedades particulares não em propriedades pertencentes ao município, então se não tiver uma vontade um anseio da iniciativa privada em tá explorando tem uma dificuldade bastante grande de o município avançar e o poder público por si só não vai dar conta de investir nessa vocação se não partir da iniciativa privada, os próprios proprietários locais tá vendo a possibilidade e formatar esse produto, vende-lo, esse espaço que hoje é explorado na informalidade.

Portanto temos de um lado o poder público falando da falta de interesse da população no fomento do turismo e por outro lado a população retrata sobre a falta de investimentos da prefeitura na atividade dificultando seu desenvolvimento. Atividades como o turismo causam uma certa confusão a respeito das responsabilidades no que tange o desenvolvimento da atividade, mas o fato é que nem o poder público nem o poder privado podem se ausentar, podendo gerar conflitos de interesses, nesse aspecto a ausência de um plano diretor na cidade é muito prejudicial. Conforme o Estatuto da Cidade, cidades com menos de 50.000 habitantes não tem obrigatoriedade de fazer o plano diretor, a menos que se trate de cidades possuam problemas ambientais. Nesse sentido, Fagundes (2011) faz um alerta que a discriminação do uso do solo em Ipeúna e as atividades industriais podem prejudicar o potencial natural da cidade, promovendo o esgotamento ou contaminação dos recursos naturais. No entanto, até o momento não se considerou que o município se enquadrasse no quadro.

A respeito de políticas voltadas para o fomento do comércio em específico o Secretário destaca também algumas iniciativas e a importância das festividades na cidade, em especial a festa de peão:

SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: Já teve a criação da associação comercial e dos industriários de Ipeúna, uma formalização que acabou acontecendo uma época. Ela já se perdeu. Mas junto com a festa do peão nós fazemos junto a feira agropecuária e industrial de Ipeúna, ela já vai pro quarto ano, realmente tentando resgatar algo nesse sentido, realmente para, não só para mostrar o potencial comercial industrial de Ipeúna, como proporcionar a eles um momento de comercialização, de apresentação, com a grande parcela de público que vem da região.

Mas como o comércio é alavancado nesse período?

SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: Então a gente oferece a estrutura de barraca pros próprios comerciantes montar, na comercialização de espetinho, refrigerante, cerveja, acaba que o comércio varejista de roupa acaba vendendo mais, então os eventos que a gente cria pro município acaba alavancando o comércio local sim.

Nesse sentido, entende-se que o comércio é favorecido por um momento específico da cidade, mas não o comércio como um todo, apenas alguns agentes

conforme mencionados, além disso, o secretário destaca que no período do rodeio fomenta o comércio de vestuário e no geral, existindo uma tendência para a moda *country* na cidade que não é explorada. Por fim, o Quadro 8 mostra a localização dos estabelecimentos de comércio por bairro

Quadro 8. Espacialização dos Estabelecimentos Comerciais - Ipeúna (SP)

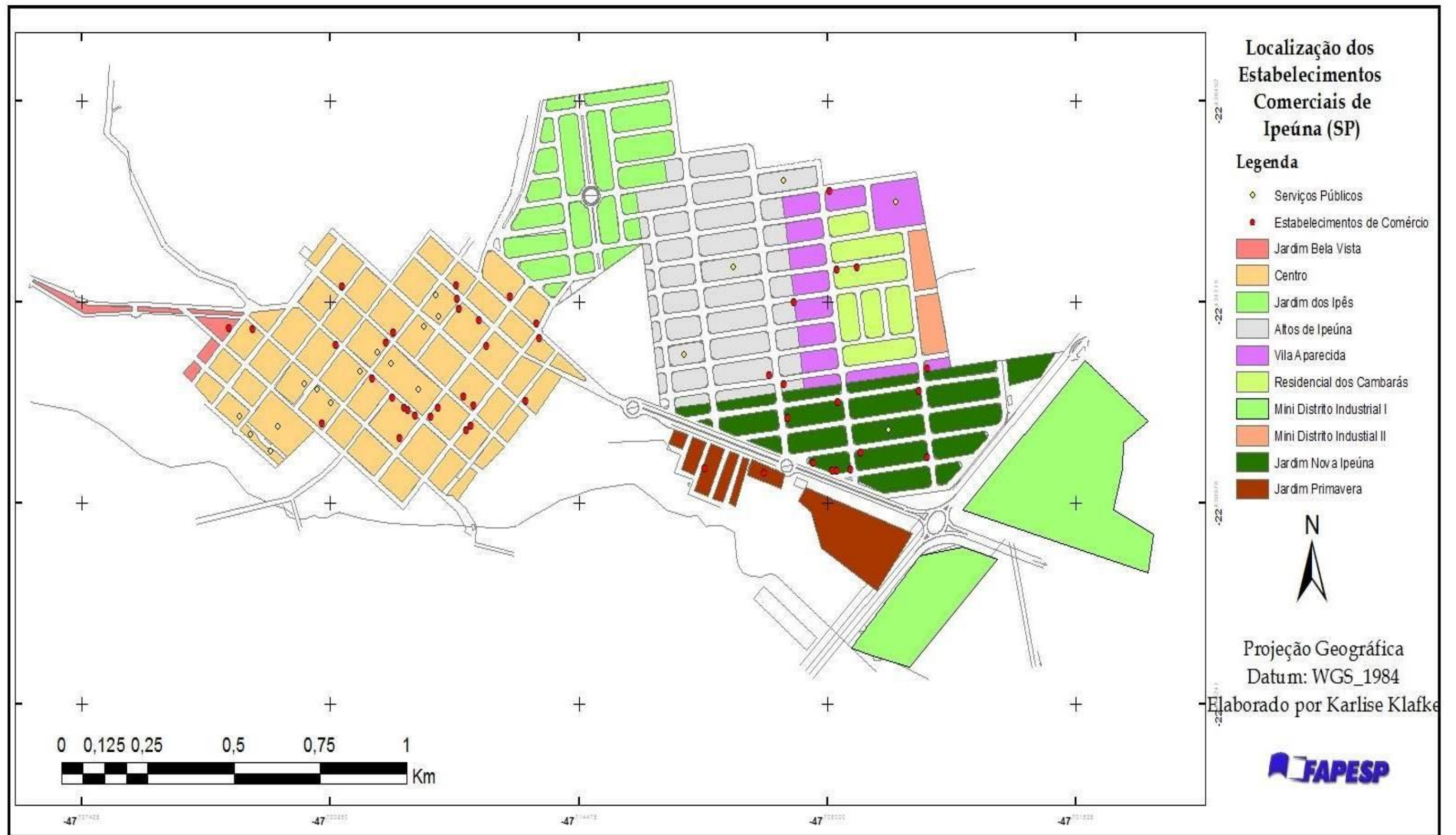
Bairro	Relação de Contribuintes	Pesquisa Empírica
Residencial dos Cambaras	2	2
Caieiras	0	0
Bela Vista	0	1
Mini Distrito Industrial	0	0
Jardim Primavera	5	2
Jardim dos Ipes	2	0
Portal dos Nobres	5	-
Vila Aparecida	10	2
Altos de Ipeúna	20	3
Nova Ipeuna	27	9
Centro	58	25
Total	129	44

Fonte: Relação de Contribuintes, Prefeitura Municipal de Ipeúna (SP) e aplicação de Questionários. Organização própria.

Nota-se, no Quadro 8, novamente, a diferença entre a relação de contribuintes e os dados empíricos quanto a quantidade de estabelecimento comerciais. No geral no centro e no Bairro Jardim Altos de Ipeúna. A partir do Mapa 3 é possível observar que a concentração dos estabelecimentos de comércio se dá no geral no entorno da praça central e próximo a avenida de acesso, conforme foi entendido nas análises preliminares.

A respeito das diferenças entre os dois bairros de maior dinâmica, um comerciante que é proprietário de dois supermercados, um no centro de Ipeúna e outro no bairro Nova Ipeúna, explica que se instalou neste bairro no período de implantação das indústrias, em que o bairro se apresentava muito dinâmico, no entanto, atualmente já não se trata de um bom ponto comercial.

Mapa 3. Localização dos Estabelecimentos Comerciais de Ipeúna (SP)



O comércio em Ipeúna configura-se assim entre as contradições econômicas proporcionadas pelas políticas desenvolvidas pela prefeitura e pelas resistências a mudança da população. Para compreender, por fim, os impactos que o comércio de Ipeúna sofre em relação a sua região o próximo item apresenta as demandas de consumo da população da cidade.

3.3. Análise das Demandas dos Consumidores em Ipeúna.

A análise dos movimentos que a população de Ipeúna exerce para realizar o consumo vai permitir entender também a influência que a região exerce sobre o comércio da cidade. No entanto, antes de adentrar nessa questão é preciso destacar algumas dificuldades da realização da pesquisa.

A intensão inicial era aplicar questionários a uma amostra compatível com a PEA do município de 4.552 que representaria conforme sugestão do livro “Quantificação em Geografia” uma amostra de 357 habitantes. Como a renda *per capita* entre os diferentes bairros é muito próxima, com uma média de R\$ 968,09 mensais, exceto no portal dos Nobres, onde a renda média é de R\$4008,65, devido as particularidades do condomínio, conforme mencionado no item anterior, não se realizaria uma estratificação por bairro e nem se consideraria a referência da população do Portal dos Nobres, a amostra estratificada se apresentaria quanto as faixas etárias da população. O método de aplicação consistia em aplicar questionários por domicílio.

No entanto, como já contatamos houveram empecilhos durante a aplicação de questionários que resultaram na concentração da amostra. Esse problema de concentração de faixa etária, faz com que os resultados não sejam representativos para Ipeúna como um todo, no entanto entendemos que os hábitos de consumo para essa faixa etária, embora não sejam maduros, represente, muitas vezes, os hábitos dos pais. Além disso, os resultados representam demandas futuras para o comércio da cidade, relatando o comportamento de um novo consumidor.

Passamos assim para a análise dos resultados.

Para a população que respondeu os questionários que tinha idade diferente de 15 aos 19 anos, as faixas etárias foram bem variadas, sem concentração de dados em uma única faixa, no entanto, em maioria eram do sexo feminino. No geral as compras são feitas por essa população tanto em Ipeúna, quanto na Internet e em outras cidades, sem discrepância de dados. No entanto, ao que se refere às compras em Ipeúna, há uma

baixa diversidade de produtos que são consumidos na cidade, sobretudo produtos alimentícios, embora produtos farmacêuticos, material de construção, vestuário e produtos de informática também apareçam, mas de forma bem reduzida. Nas compras de internet predominam vestuário, eletrodomésticos e produtos de informática. Já as compras em outras cidades, são mais diversificadas, sendo pontuados todos os tipos de produtos.

Nesse sentido, pode-se dizer que existe uma preferência ao contato face a face, as pessoas ainda demonstram resistência a comprar por internet, embora já a utilizem. A esse respeito Ortigoza (2009) na análise de sua pesquisa constatou que as pessoas ainda possuem muito receio ao fazer compras pela internet ao passar dados como números de cartão e documento, além disso há muito receio ao que se refere a agilidade de entrega. A autora ainda destaca que no Brasil o acesso à internet não é generalizado e por isso não se pode falar em uma sociedade informatizada. Qualidade e preço foram as respostas encontradas a questão do que seria mais importante na hora de fazer compras. A esse respeito Ortigoza (2009) explica com base em Lipovetsky (2007) que o consumidor, principalmente os com menos recursos, buscam por preços mais baixos, mesmo procurando ter os produtos da moda:

Assim é que se dá o consumo do signo e se desenvolve a sociedade da aparência. Mas o neoconsumidor deseja obter o mesmo pagando menos. Assim, não se envergonha mais de pagar menos, ele valoriza este ato, pagar menos é sinal de esperteza. (ORTIGOZA, 2009, p. 222)

Assim, segunda a autora, se proliferam as imitações, pois o importante é “estar na moda” e se “parecer” com o outro.

Quanto a preferência ao local de se fazer compras os resultados apresentaram preferência pelo *Shopping Center*, *Internet* e vizinhança. Nesse sentido, pode-se entender que quando o consumidor sai do seu círculo para fazer compras é na intenção de se realizar uma sociabilidade diferenciada da cotidiana, que se realiza, sobretudo, no Shopping. A esse respeito ainda deve-se destacar as cidades que são visitadas quando o consumidor sai de Ipeúna, Na maior parte dos casos a população se dirige para Rio Claro, e em menores proporções para Piracicaba, Limeira, Campinas e Charqueada. Rio Claro é a cidade mais próxima que possui uma estrutura mais desenvolvida de comércio, assim acreditamos que por esse motivo os fluxos para esta cidade são maiores do que para Piracicaba, Limeira, e Campinas, que envolvem um maior custo de deslocamento. Além disso aparece Charqueada, uma cidade vizinha a Ipeúna com

15.085 habitantes, em que os ipeunenses relatam que possui dinâmicas parecidas com as de Ipeúna, mas que o comércio é mais dinâmico e existe melhores opções de entretenimento, de modo que notamos a importante associação entre consumo e lazer entre a população.

É curioso ainda nesse aspecto que a população se refere a Ipeúna com a ausência de estruturas de lazer, se referindo a falta de bares noturnos, festas, etc., e nunca se referem ao turismo proporcionado pela cidade como uma atividade de lazer. Assim, as noções de entretenimento da população são muito influenciadas pelo que se vê fora da cidade, talvez imposto pela mídia, sem se valorizar as belezas naturais, o eu pode refletir também nas questões de desenvolvimento do turismo, que não se mostra atrativo para a própria população.

Por fim, ao serem indagados sobre a situação das atividades de comércio em Ipeúna os consumidores responderam que há pouca diversidade de produtos à preços abusivos, além disso reclamaram do horário de atendimento dos estabelecimentos comerciais, que não atendem à necessidade do consumidor. No Brasil em geral observa-se que o funcionamento do comércio, o horário comercial, ocorre da 9 às 18h; como vimos grande parte da população em Ipeúna não é empregada pela própria cidade, assim retorna em horário fora do funcionamento desses estabelecimentos. Nesse sentido, a ausência de um órgão regulador do comércio na cidade, como uma Associação Comercial, acarreta em dificuldades de observação de demanda.

Retomando a questão dos preços, durante a entrevista com o Secretário Tiago destacou-se as considerações acerca de um evento em particular ocorrido em Ipeúna próximo ao dia das mães em 2013, consistia na recepção da “feira da madrugada” pela cidade:

SOUZA, Tiago A. de Souza, [Agosto de 2014], Entrevistador Karlise Klafke, 2014: Acho que ajudou a despertar os comerciantes a sair da ilha, financeiramente até entendo que não, não deve ter sido vantajoso pra eles, por mais que Ipeúna seja uma cidade pequena o grande público veio de Rio Claro, uma vez que Rio Claro não foi possível fazer. Mas acho que eles estavam, talvez, um pouco acomodados, em uma situação de tranquilidade e com a vinda da feira, realmente eles viram que tem outras coisas, outras tendências, que eles precisam explorar mais, lá fora, trazer mais novidades, praticar um preço melhor, inclusive, para a população, para não precisar ir numa feira da madrugada, para não precisar ir para Rio Claro, ou pra outro centro comprar, sendo que eles podem oferecer aqui mesmo, desde que tenham preços atrativos.

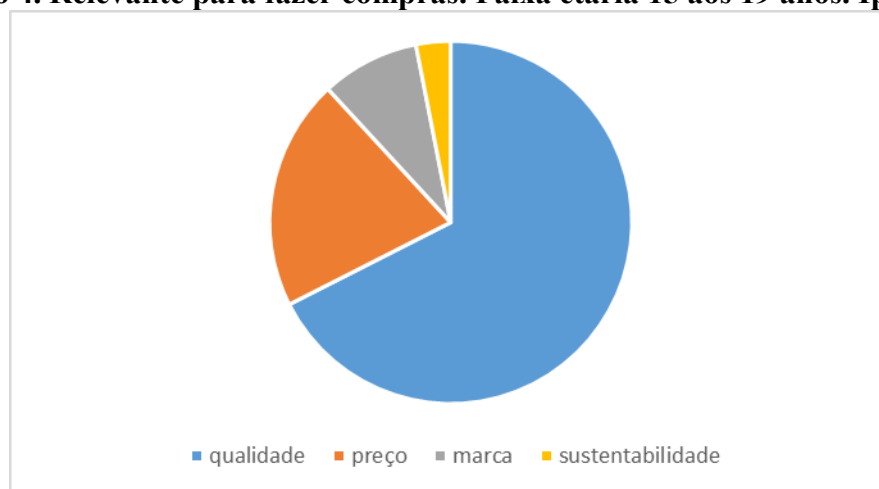
Nesse sentido, ao ser indagados do que falta na cidade os consumidores apontaram sacolão (existem na cidade pequenos hortifrúteis de produção própria),

açougue (apenas dos supermercados), padaria (já existem três na cidade e em pontos dispersos), calçados, papelaria, banca de jornal e loja de bijuterias.

Os resultados apresentados pelos demais questionários referem-se à faixa etária dos 15 aos 19 anos e representam peculiaridades dessa faixa etária em relação aos interesses e preocupações, bem como a um não amadurecimento do consumo.

Para esta faixa etária, a qualidade é mais importante no momento de fazer compras, seguida do preço, como pode-se observar no Gráfico 4. No entanto, boa parte dos entrevistados, cerca de 25% que responderam que o mais importante é a qualidade, ao responderem o que falta na cidade mencionaram “lojas de marca”. Item que não apareceu nas outras faixas etárias, o que demonstra que para os mais jovens esses fatores provenientes da globalização possuem um peso maior, conforme Klafke e Ortigoza (2014 a) discutem acerca da necessidade da conscientização de um consumo cidadão para alunos do ensino fundamental e médio, pois esses indivíduos estão mais suscetíveis aos signos. A respeito das marcas Ortigoza (2009) ainda destaca que elas têm se tornado necessidade e fazem parte do cotidiano.

Gráfico 4. Relevante para fazer compras. Faixa etária 15 aos 19 anos. Ipeúna (SP)



Elaboração própria

Conforme Quadro 9, a maioria faz compras em outras cidades, o que se demonstrou principalmente pela preferência ao *Shopping Center*, em Ipeúna grande parte dos jovens dessa faixa etária também realizam compras, já o volume pela internet é bem menor.

Quadro 9. Local que fazer compras. Faixa etária de 15 aos 19 anos. Ipeúna (SP)

Local	%
Ipeúna	58%
Internet	30%
Outra cidade	91%

Elaboração própria

Sendo que os principais produtos adquiridos em Ipeúna são alimentícios, farmacêuticos e de papelaria, já pela internet destacam-se vestuário e eletrodoméstico e em outras cidades a procura é bem diversificada sem destaque para nenhum produto.

As cidades para onde se destinam os fluxos são Rio Claro e Piracicaba como destaque e aparecem outras cidades como Charqueada, Limeira, Santa Gertrudes, Araras, Campinas e São Paulo em menor proporção. Nesse sentido entende-se que os fluxos gerados pelo consumo, conforme Villaça (2001) se manifestam principalmente por meio dos deslocamentos promovidos em busca de produtos, sendo que quanto mais raro o produto, maior a centralidade exercida pelo local, assim o papel das vias de rápido acesso tem papel essencial na dispersão dos consumidores de Ipeúna. Por outro lado, embora os fluxos imateriais não geram volume relevante de compras, são eles os responsáveis pela inserção do desejo pelos produtos encontrados em outras localidades, exercendo um papel essencial.

No geral esses jovens manifestaram preferência em comprar no *Shopping Center*, e muitos mencionaram, inclusive, que em Ipeúna deveria existir um; lógico que sem levar em conta as questões de demanda que permeiam a cidade, isso retoma a questão do consumo como forma de lazer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reestruturação produtiva tem repercussões no espaço interurbano e urbano das pequenas cidades e nas relações de consumo. Notamos que, de forma geral as pequenas cidades apresentaram importantes evoluções nos últimos anos que promoveram sua maior inserção no contexto da globalização. No entanto, algumas dessas cidades ainda resistem com muitas das características que as tornam peculiares a modernização contemporânea de forma heterogênea conforme sua localização e interação, de modo que as cidades fora da região concentrada brasileira não apresentam as mesmas características de modernização.

Além disso, no caso brasileiro, apreende-se que o desenvolvimento da indústria promoveu também na região da macrometrópole paulista a modernização comercial que teve profundos impactos na configuração de sua rede urbana

Ipeúna (SP), localizada nessa região, privilegiou-se a partir da década de 1990 do estabelecimento diversificado de indústrias, importante propulsor do crescimento econômico para a cidade, no entanto a contrapartida de seu comércio não foi verdadeira, revelando contradições em seu perfil econômico, principalmente ao que concerne ao turismo e a indústria. Essas contradições são provenientes tanto das políticas públicas realizadas quanto pelas resistências oferecidas por parte da população na execução de mudanças na cidade.

Assim, o comércio local acaba por atender apenas a demandas mais urgentes da população, incapaz de disputar com as modernas instalações comerciais de seu entorno, como *Shopping Centers*. Neste contexto, a competitividade gerada pelas cidades do entorno reduz o interesse dos comerciantes locais que pouco investem na modernização do comércio da própria cidade.

Acerca do consumo, observou-se ainda que atualmente este se relaciona muito com as relações de sociabilidade e lazer que alguns espaços podem proporcionar, no entanto seriam importantes outros estudos acerca dessa temática em específico, analisando de que forma se realiza essa sociabilidade sobretudo em Charqueada, uma pequena cidade que atrai população de Ipeúna e em Rio Claro, denotando os principais atrativos e diferenças entre as duas cidades.

Nesse sentido, evidenciou-se também que os fluxos gerados pelo consumo se manifestam principalmente por deslocamentos materiais tendo as vias de rápido acesso papel fundamental na dispersão dos consumidores de Ipeúna para outras cidades. Por

outro lado, embora os fluxos imateriais não geram volume relevante de compras, são eles os responsáveis pela inserção dos objetos de desejo na população dessa localidade tão peculiar.

Por fim, cabe destacar, que diante da aprovação no curso de mestrado em geografia na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, campus Rio Claro, os estudos acerca do comércio e do consumo em pequenas cidades terão continuidade dessa vez destacando os impactos que a modernização comercial provenientes de redes de varejo e franquias geram em algumas cidades da macrometrópole paulista, bem como a compreensão das alterações nas políticas dessa empresa para a mudança de lógica locacional.

REFERÊNCIAS

- BENKO, G. *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. Hucitec, 1996.
- BRANDÃO, C. *Território & desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global*. Editora da Unicamp, Campinas, 2007.
- CACHINHO, H.A.P. *O comércio retalhista: pós-modernidade, consumidores e espaço*. GEPE, Lisboa, 2002.
- _____. Comércio e cidade: dinâmicas espaciais e modelos de interpretação. In: CACHINHO, H.A.P. et al(Org.). *Olhares sobre o território e a espacialidade*. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2002, p.107-126.
- _____. *Consumactor: da condição do indivíduo na cidade pós-moderna*. Finisterra, Lisboa, XLI, n. 81, p. 33-56, 2006.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo, Terra e Paz, 11ª ed., 2008.
- CARLOS, A.F.A. *O Lugar no/do Mundo*. Hucitec, São Paulo, 1996.
- CHESNAIS, F. *A mundialização do capital*. São Paulo: Xamã, 1996.
- CHRISTALLER, W. *Central places in southern Germany*. Prentice-Hall, 1933.
- CLEPS, G.D.G. A desconcentração industrial no estado de São Paulo e a expansão do comércio e do setor de serviços. In *Caminhos de Geografia*, v.4, n.9, Uberlândia, 2003, p. 66-89.
- CORREIA, R.L. *Interações espaciais. Explorações Geográficas*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1997
- _____. Globalização e Reestruturação da Rede Urbana – uma nota sobre as pequenas cidades. In *Revista Território*, ano IV, nº 6, Garamond, 1999.
- _____. As pequenas cidades na confluência do urbano e do rural, In *GEOUSP - Espaço e Tempo*, São Paulo, Nº 30, pp. 05 - 12, 2011.
- CARRERAS, C. Da cidade industrial à cidade dos consumidores: reflexões teóricas para debater, In CARLOS, A.F.A., CARRERA, C. (orgs), *Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole*. Contexto, São Paulo, 2005.
- EMPLASA – Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano S/A. *Rede Urbana e Regionalização do Estado de São Paulo*. Emplasa, São Paulo, 2011.
- ENDLICH, A. M. *Pensando os papéis e significados das pequenas cidades do Noroeste do Paraná*. UNESP, Presidente Prudente, 2006.

FAGUNDES, I.C. *Caracterização Fisiográfica do Município de Ipeúna – SP*. Trabalho de Conclusão de Curso, Instituto de Biociências, Unesp, Rio Claro, 2011.

FERNANDES, J.A.R.; CACHINHO, H.; RIBEIRO, C.V. *Comércio tradicional em contexto urbano: dinâmicas de modernização e políticas públicas*. FLUP, Lisboa, 2000. Relatório Final. (Cadernos do Gedes, 2).

Gazeta de Ipeúna – Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Gazeta-de-Ipe%C3%BAAna/420319241323987?fref=ts>. Consultado: 10/07/2014

FURTADO, C. *O subdesenvolvimento revisitado*." Economia e Sociedade, 1992.

GEORGE, P. *Geografia Econômica*, 6ª ed., Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1991.

GERARDI, L. H. O. de. *Quantificação em geografia*. Difel, São Paulo, 1981.

GOMES, R. de C. da C. Planejamento urbano e equipamentos sociais nas pequenas cidades do Rio Grande do Norte. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. nº 331 (58). Universidad de Barcelona, Barcelona, 1 de agosto de 2010, vol. XIV. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-331/sn-331-58.htm>>.

HARVEY, D. *Espaços de Esperança*. Ed. Loyola, São Paulo, 2004.

HENRIQUE, W., Do rural ao Urbano: dos arquétipos à espacialização em cidades pequenas. In DIAS, P. C., SANTOS, J. (orgs), *Cidades Médias e Pequenas: contradições, mudanças e permanências nos espaços urbanos*. SEI, Salvador, 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Censos 1970, 1980, 1991, 20000 2010. Disponível em: www.ibge.gov.br

KLAFKE, K. *Reflexão acerca das Atividades de Comércio em Pequenas Cidades: pensando Ipeúna – SP*, Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos, 2014.

_____. *Um Estudo de Caso sobre Comércio em Pequenas Cidades*. Anais do XXVI Congresso de Iniciação Científica – Unesp, 2014.

KLAFKE, K., BALDONI, L. *Geografia dos Serviços: uma reflexão sobre as pequenas cidades – Ipeúna (SP)*. Anais do I Simpósio Mineiro de Geografia (SIMEGEO), 2014

KLAFKE, K., ORTIGOZA, SAG, *Potencial vs. Investimentos: Ipeúna e suas Contradições*. Anais do III Simpósio Nacional Sobre Pequenas Cidades, II Simpósio de Geografia, X Semana de Geografia da UENP e I Mostra PIBIC Geografia, 2014.

_____. *Um Estudo de Caso sobre a Rurbanização em Pequena Cidade: Ipeúna (SP)*. Anais do IV Simpósio sobre Cidades Pequenas e Médias da Bahia, 2014.

LEFEBVRE, H. *O direito a cidade*, São Paulo, SP: Centauro, 3ª ed., 2004.

_____. *A revolução urbana*, Belo Horizonte: Editora da UFMG, 3ª ed., 2008.

LIPOVETSKY, G.. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Companhia das Letras, São Paulo, 2007.

LÖSCH, A. *The economics of location*. Vol. 1940, Yale Press New Haven, 1954.

MACHADO, H.M. de F.G. *Uma história para Ipeúna*. Dissertação de Mestrado. Pós Graduação em Geografia, Rio Claro, 2004.

MONBEIG, P., *Pioneiros e Fazendeiros de São Paulo*. Huitec Polis, São Paulo, 1984.

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

_____, *O Tempo e o Espaço da Alimentação no Centro da Metrópole Paulista*. Tese de Doutorado, IGCE – Unesp Rio Claro, 2001.

_____, *Geografia e Consumo: Dinâmicas Sociais e a Produção do Espaço Urbano*, Tese de Livre Docência. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Rio Claro, 2009.

PINTAUDI, S. M. *Os supermercados na grande São Paulo–Contribuição ao estudo da transformação do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes metrópoles*. São Paulo: USP, 1981, 105p. Diss. Dissertação (mestrado em Geografia)–FFLCH–USP, 1981.

_____, *O Templo da Mercadoria. Estudo sobre os Shoppings Centers do Estado de São Paulo*. Tese (Doutorado em Geografia). Instituto de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH). Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 1989.

_____. *A Cidade e as Formas do Comércio*. In CARLOS, A. F. A. (org.), *Novos Caminhos da Geografia*. Editora Contexto, São Paulo, 2001.

_____. *Anotações sobre o espaço do comércio e do consumo*. In, CARRERAS, C.; PACHECO, S.M.M.(Org). *Cidade e Comércio-a rua comercial na perspectiva internacional*. Armazém das Letras, Rio de Janeiro, 2009, p. 55-62.

Prefeitura Municipal de Ipeúna. Disponível em: <http://www.ipeuna.sp.gov.br/portal/>.

REGIC, 2007 – Região de Influência das Cidades. Disponível em: www.ibge.gov.br/home/geociencias/geografia/regic.shtm

SALGUEIRO, T. B., *A Cidade em Portugal: uma geografia urbana*. Edições Afrontamento, 2ª Edição, Porto, 1992.

_____. *Do Comércio à Distribuição: roteiro de uma mudança*, Celta Editora, Oeiras, 1996.

SALGUEIRO, T.B.; CACHINHO, H. As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, C.; PACHECO, S. M. M. (Org.). *Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional*. Armazém das Letras, Rio de Janeiro, 2009. p.9-39.

SANTOS, M., *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*, Rio de Janeiro, 1979.

_____, *A urbanização brasileira*. Hucitec, São Paulo, 1993.

_____, *A natureza do espaço*. Hucitec, São Paulo, 1996.

Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento regional, Caracterização Socioeconômica de São Paulo: Região Administrativa de Campinas. Governo do Estado de São Paulo, São Paulo, 2011.

SAMPAIO, S. S. *Indústria e território em São Paulo: a estruturação do multicomplexo territorial industrial paulista: 1950-2005*. Alínea Editora, São Paulo, 2009.

SMITH, N. *Desenvolvimento desigual*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1988.

SOUZA, M.L. de. *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 2013.

SPÓSITO, M. E. B. *A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana*. Território, Rio de Janeiro, Ano III 4, 1998.

_____. *Para pensar as pequenas e médias cidades brasileiras*. Editora Universitária UFPA, 2009.

SPOSITO, M. E. B., ELIAS, D., SOARES, B. R., MAIA, D. S., GOMES, E. T. A., O Estudo das Cidades Médias Brasileiras: uma proposta metodológica. In SPOSITO, M. E. B. (org), *Cidades Médias: espaços em transição*. Expressão Popular, São Paulo, 2007.

ULLMAN, E. A Theory of Location for Cities. In, MAYER, H. M., KOHN, C. F. (orgs), *Readings in Urban Geography*, University of Chicago Press, Chicago, 1959.

VARGAS, H. C., *Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*, Editora SENAC, São Paulo, 2001.

VILLAÇA, F., *O Espaço Intra-urbano no Brasil*. Estúdio Nobel, São Paulo, 2001.

Visite Rio Claro, Disponível em:
<http://www.visiterioclaro.com.br/interna.php?idm=10&coract=1&matt=311>.

Consultado: 10/07/2014

VON THÜNEN, J. H., *Isolated State*. Ed. Peter Hall. 1826.

WEBER, A. *The Location of Industries*, Chicago: University of Chicago Press, 1909.

ANEXOS.

Anexo 1. Questionário Aplicado para os Comerciantes de Ipeúna (SP)

		Srta. Karlise Klafke: Graduanda em Geografia Orientadora: Prof. Dr. Silvia Ap. G. Ortigoza	
Nome/ CNPJ:			
Endereço:			
1. Atividade:	a. Serviços	Qual?	
	b. Comércio	Qual?	
2. Abrangência	a. Local		
	b. Regional		
	c. Nacional		
3. Número de empregados:	a. Nenhum	c. Entre 5 e 10	
	b. Menos que 5	d. Mais que 10	
4. Origem dos empregados:	a. Ipeúna	Qual?	
	b. Outra cidade		
5. Empregados são:	a. Familiares		
	b. Contratados		
6. Situação do Imóvel:	a. Próprio		
	b. Alugado		
	c. Cedido		
	d. Outro		
7. Quanto tempo no local?	a. Menos de 5 anos		
	b. Entre 5 e 10 anos		
	c. Mais de 10 anos		
8. Porque escolheu este local:	R:		
9.1. Período de Maior Venda no Ano: <i>(Pode ser assinalada mais de uma opção)</i>	a. 1º Semestre		
	b. 2º Semestre		
	c. Férias Escolares		
	d. Campanhas	Ex. Natal, dia das mães, etc.	
	e. Safra		
	f. Outro	Qual?	
9.2. Período do mês de maior fluxo de clientes.	a. Primeira Quinzena		
	b. Segunda Quinzena		
9.2.1. Porque na questão anterior você assinalou esse período do mês?	R:		
9.3. Dia da semana de maior fluxo de clientes: <i>(Pode ser assinalada mais de uma opção)</i>	a. Segunda	e. Sexta	
	b. Terça	f. Sábado	
	c. Quarta	g. Domingo	
	d. Quinta		
9.3.1. Porque na questão anterior você assinalou esse(s) dia(s) da semana?	R:		
9.4. Média de clientes por dia :	a. Menor que 5	c. Entre 10 e 15	
	b. Entre 5 e 10	d. Maior que 15	
10. Qual é sua estratégia de venda de seus Produtos/ Serviços?	R:		
11. Na sua opinião qual a atividade no Município de Ipeúna:			
De Maior Concorrência?	R:		
De Menor Concorrência?	R:		
Inexistente/ Em falta?	R:		

Anexo 2. Questionários Aplicado para os consumidores de Ipeúna (SP)



Bairro onde Mora:

Srta. Karlise Klafke: Graduanda em Geografia
Orientadora: Prof. Dr. Silvia An. G. Ortioza

Gênero:

☐ Femenino ☐ Maculino

2. Faixas Etárias :

☐ 15 a 19 anos ☐ 20 a 24 anos ☐ 25 a 29 anos ☐ 30 a 34 anos ☐ 35 a 39 anos
☐ 40 a 44 anos ☐ 45 a 49 anos ☐ 50 a 54 anos ☐ 55 a 60 anos ☐ mais de 60 anos

3. O que é mais importante para você na hora de fazer compras?

☐ preço ☐ qualidade ☐ marca ☐ sustentabilidade ☐ outro
Qual?

4. Costumam fazer suas compras em Ipeúna?

☐ sim ☐ não

4.1. Em caso afirmativo Quais?

☐ Vestuário ☐ Alimentos ☐ Eletrodomésticos ☐ Perfumaria
☐ Veículos ☐ Produtos de Informática ☐ Material de Construção ☐ Acessórios (jóias)
☐ Brinquedos ☐ Farmacêuticos ☐ Material Escolar ☐ Outros
Quais?

5. Costumam fazer comprar pela Internet?

☐ sim ☐ não

5.1. Em caso afirmativo Quais?

☐ Vestuário ☐ Alimentos ☐ Eletrodomésticos ☐ Perfumaria
☐ Veículos ☐ Produtos de Informática ☐ Material de Construção ☐ Acessórios (jóias)
☐ Brinquedos ☐ Farmacêuticos ☐ Material Escolar ☐ Outros
Quais?

6. Faz compras em outra(s) cidade(s)?

☐ sim ☐ não Em quais cidades?

6.1. Em caso afirmativo Quais tipos de Produtos?

☐ Vestuário ☐ Alimentos ☐ Eletrodomésticos ☐ Perfumaria
☐ Veículos ☐ Produtos de Informática ☐ Material de Construção ☐ Acessórios (jóias)
☐ Brinquedos ☐ Farmacêuticos ☐ Material Escolar ☐ Outros
Quais?

7. Onde Prefere Fazer Compras? (Mais de uma alternativa pode ser assinalada)

☐ Na Vizinhança ☐ Na Internet ☐ Á Domicílio (Sacoleiras) ☐ No Shopping
☐ Em lojas de Marca ☐ Em Lojas de Amigos ☐ Outro. Qual?

8. Qual a situação nas atividades de comércio em Ipeúna? O que falta?

Anexo 3. Entrevista Realizada junto ao Secretário Thiago Alves de Souza

1) O sr. atua como secretário da Educação, Cultura, Esporte, Turismo e Meio Ambiente que possuem diversas finalidades. De que forma direciona seus trabalhos dentro de cada secretaria e como sua formação (Eng. da Produção, Matemática e Pedagogia) colabora nas suas ações?

Por mais que você possa julgar discrepante as áreas de atuação elas são bastante interligadas. Não vejo como fazer educação sem estar ligado ao esporte, com contraturnos né, e a parte de cultura do povo. Talvez o meio ambiente pudesse estar ligado com a área de agrária, mas está relacionado a educação ambiental também. Em relação ao turismo que talvez seja o tocante em relação ao comércio. Eu vejo Ipeúna como muita vocação para o turismo rural, que não é ligado ao comércio varejista. Mas ele tem a beleza natural, tem o atrativo natural, mas não tem o produto formatado para a comercialização. Acho que isso que acaba pecando na vinda de turistas e realmente fazer um circuito onde ele (o turista) pudesse contemplar o comércio local. Então ele vem, de forma informal até, desfruta dessas belezas naturais, porém ele não tem um circuito, um roteiro, para ele, ir no restaurante almoçar, ficar hospedado num hotel, uma pousada, consumir um produto característico natural do município, levar uma lembrança daquela terra. Então isso a gente não tem, não tem um produto formatado para a venda. Tem a beleza natural, tem o atrativo, mas não tem o produto.

2) Qual o principal foco, atualmente, dos projetos desenvolvidos por essas secretarias? Quais os principais projetos em desenvolvimento? Quais os projetos mais relevantes já desenvolvidos?

O que nós temos de projeto interligado, inclusive com parceria da assistente social e da saúde, que não é dessa secretaria, é um projeto chamado “Criança Ativa”. Um projeto de contraturno escolar com o fornecimento de aulas de arte, aulas de música, o próprio reforço em matemática e a parte esportiva, inclusive a gente fechou uma parceria com o Sesi agora, chama “Atletas do Futuro”. O Sesi vem com toda a metodologia de esportes, capacitação dos professores de educação física e oferecimento de espaços e de materiais para prática esportiva, tanto para a iniciação quanto para atletas de alto rendimento. Então são esses dois projetos. O “Criança Ativa”, que está ligado com o projeto “Atletas do Futuro” do Sesi.

Esse projeto “Criança Ativa” foi desenvolvida pelo prefeito em 1997, então é um projeto que vem, bem dizer aprimorando ao longo do tempo. Eu não recorro de um projeto esporádico que deu muito certo. E ele acaba contemplando a parte cultural, que eu vejo de maior destaque é a banda que tem aqui, temos uma banda de concerto, Banda Musical Municipal de Ipeúna. Ela se consagrou campeã regional, vice campeã nacional da categoria. Então a cultura de Ipeúna hoje é feita através da banda, é a área de fomento da cultura que mais deixa suas marcas né, e também a formação e reciclagem desses alunos é feita dentro do projeto “Criança Ativa” também. Então assim, ele é bastante amplo mesmo, ele não é apenas um contraturno escolar, ele oferece a possibilidade da sociedade mesmo, estar envolvida em algumas áreas de cultura, de esporte de turismo.

3) Quais os maiores desafios e conquistas na gestão dessas secretarias?

Tirar essa ociosidade das crianças e dos jovens que é o principal público que contempla, tirar essa ociosidade em relação a drogas, em relação a criminalidade e realmente dá um caráter formativo de cidadão pra eles, acho que esse é o maior desafio.

4) Algum dos projetos da secretaria possui especial atenção para o comércio? Existe algum tipo de parceria com os comerciantes do município?

Talvez o que tem uma interligação maior seja nas festividades que a gente acaba fazendo, né. Então a gente monta um calendário anual de eventos, alguns organizados pela prefeitura, e outros onde a prefeitura entra como apoio, financeira, logística, estrutural, e acaba é claro movimentando todo o comércio local. Por exemplo, a maior festa nossa é a festa do peão, uma festa tradicional, bastante grande né. Na época tinha 6.000 habitantes em 2011 e o público foi de 6.500 pessoas no rodeio. Então a gente oferece a estrutura de barraca pros próprios comerciantes montar, na comercialização de espetinho, refrigerante, cerveja, acaba que o comércio varejista de roupa acaba vendendo mais, então os eventos que a gente cria pro município acaba alavancando o comércio local sim.

5) Sobre o assunto, no passado (2013) a cidade comportou a feira da madrugada, que conforme informações teve apoio da prefeitura. O sr. Acredita que esse evento também beneficiou os comerciantes?

Acho que ajudou a despertar os comerciantes a sair da ilha, financeiramente até entendo que não, não deve ter sido vantajoso pra eles, por mais que Ipeúna seja uma cidade pequena o grande público veio de Rio Claro, uma vez que Rio Claro não foi possível fazer. Mas acho que eles estavam, talvez, um pouco acomodados, em uma

situação de tranquilidade e com a vinda da feira, realmente eles viram que tem outras coisas, outras tendências, que eles precisam explorar mais, lá fora, trazer mais novidades, praticar um preço melhor, inclusive, para a população, para não precisar ir numa feira da madrugada, para não precisar ir para Rio Claro, ou pra outro centro comprar, sendo que eles podem oferecer aqui mesmo, desde que tenham preços atrativos.

6) Então o sr. acredita que existe demanda dentro da cidade para atividades especializadas diferentes das que estão sendo realizadas?

Eu entendo que sim, um exemplo, Ipeúna tem uma vocação bastante grande para country, tem uma pessoa só que fornece roupa country no município e daí acaba colocando preço acima do normal, sem muita variedade e o pessoal acaba procurando mesmo centros maiores né. Acho que se alguém focar, acho que tem campo para ampliação e modernização.

7) Os comerciantes mencionaram que o decaimento do turismo no município em prol do desenvolvimento industrial prejudicou as atividades de comércio, uma vez que os turistas representavam um grande volume de vendas, além disso, a dependência em relação à indústria de empregos formais principalmente deixa a atividade comercial susceptível às crises econômicas. O sr. Concorda com essa afirmação? Dentro dessa perspectiva quais os principais problemas enfrentados pelo turismo?

Realmente, Ipeúna tem uma vocação industrial que não é de hoje, e acho que uma questão do próprio investimento mesmo, você vê onde o investimento está dando retorno, é onde, talvez, você acabe investindo mais também. Nós tentamos, não me lembro o período, mas talvez de 2005 a 2008, eu fui vereador e participei da consolidação do conselho de turismo e do fundo municipal de turismo, nós trouxemos uma consultora, que eu não recordo de onde era a assessoria dela, mas era a Maria Lúcia, ela foi inclusive coordenadora do curso de turismo da Unicep em São Carlos, e ela tentou algumas ações, mas a própria sociedade, que ela batia muito que a sociedade civil organizada deveria sustentar isso, não poderia deixar a mercê do executivo uma gestão tão importante quanto essa. E o grupo que começou com 20 no final tinha dois, três e esses dois três desistiram. A prefeitura naquele momento abriu espaço, por exemplo o coreto municipal para eles montarem feiras de domingo, eles montarem projetos para as reuniões, e isso foi se acabando pela própria falta de interesse da sociedade, é claro que talvez a pessoa via que não tinha retorno e ia desistindo também,

as vezes faltava um pouco mais de investimento do poder público, mas essa questão do investimento em setores que estão dando certo que fez essa discrepância aumentar, entre o turismo e a indústria, como já tinha esse potencial industrial, avançou mais que o turismo que teve investimento, mas os frutos não foram colhidos naquele momento.

8) Existem políticas de recepção e divulgação do potencial turístico de Ipeúna?

Nessa mesma linha de investimento, foi montado alguns anos atrás uma casa de informações turísticas, com pessoas, com técnicos de turismo, exatamente para recepcionar esse pessoal, mostrar, encaminhar, enfim, poder realmente trabalhar nesse sentido. Também não teve retorno, a demanda era muito pequena, baixa ou inexistente em alguns momentos, então optamos por fechar isso, mas já existiu também isso. Então o investimento teve, mas não teve retorno e acabou que não aconteceu mais.

A questão da sinalização, o que está próximo do município é sinalizado, agora grutas, serras cachoeiras que é o atrativo de turismo rural, que é a vocação de Ipeúna, tudo dista 10 ou 15 km do município, então a sinalização para esses pontos fica deficitária, fica a indicação na informalidade, alguém me liga, encontra alguém passando, ou um amigo da cidade que conhece, que falou e acaba acompanhando. Realmente a sinalização é precária porque são pontos distantes e o turismo é realmente rural que não é no meio central do município é realmente afastado.

9) Tendo em vista o desenvolvimento industrial do município, existem perspectivas para utilizar desse potencial dentro da educação, turismo, cultura ou meio ambiente?

Dentro da indústria a vocação de Ipeúna é em plástico vestido com fibra de vidro né. Várias empresas desse ramo e outras vindo. A marcenaria por exemplo funciona dentro do município aí a parceria com as empresas e com a Fiesp, onde a Fiesp emprestou os maquinários para ter um curso de marcenaria hoje no município. Alguns outros cursos já foram planejados, alguns desenvolvidos outros não, junto com o Senai por exemplo, a pedido das empresas, o telecurso 2000, na época foi oferecido no município através da parceria com as empresas e hoje voltou com um novo telecurso. Então realmente as parcerias são feitas e trás sim alguns benefícios para o município.

Não temos órgãos de controle ambiental no município capacitados para desempenhar um bom trabalho, a gente só recorre a Sabesp, enfim órgãos estaduais, mas a gente tem uma política de preservação do meio ambiente onde a gente seleciona algumas empresas que tem a possibilidade de não degradação ambiental. Junto nessa

maré fazendo plano de resíduos sólidos e outros mais. Então a gente tem essa preocupação, negamos várias empresas de se instalarem no município, por julgar ser empresas poluidoras. Enfim a gente tem uma política de seleção de empresas que vão nos beneficiar, não somente em questão de rentabilidade que a gente pode ter com a vinda da empresa e sim com a qualidade de vida que ela pode fornecer pro município.

10) O sr. Atua na Prefeitura Municipal de Ipeúna desde 2003, no administrativo, como vereador e por fim como secretário, nesse período quais as políticas voltadas para o comércio ocorreram no município?

Já teve a criação da associação comercial e dos industriários de Ipeúna, uma formalização que acabou acontecendo uma época. Ela já se perdeu.

Mas junto com a festa do peão nós fazemos junto a feira agropecuária e industrial de Ipeúna, ela já vai pro quarto ano, realmente tentando resgatar algo nesse sentido, realmente para, não só para mostrar o potencial comercial industrial de Ipeúna, como proporcionar a eles um momento de comercialização, de apresentação, com a grande parcela de público que vem da região.

11) De que forma o sr. enxerga a mudança de vocação do turismo para a indústria na cidade?

Volto a dizer, pra mim a vocação turística de Ipeúna tá no turismo rural e de aventura, com trilhas de gaiola de moto cross, algo mais nesse sentido, exploração de visitação a grutas cavernas cachoeiras e todos esses espaços estão em propriedades particulares não em propriedades pertencentes ao município, então se não tiver uma vontade um anseio da iniciativa privada em tá explorando tem uma dificuldade bastante grande de o município avançar e o poder público por si só não vai dar conta de investir nessa vocação se não partir da iniciativa privada, os próprios proprietários locais tá vendo a possibilidade e formatar esse produto, vende-lo, esse espaço que hoje é explorado na informalidade.