



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA
CURSO DE GEOGRAFIA

RUBENS MARTINS MARQUES

**O CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO EM ALAGOA
GRANDE-PB: TRANSFORMAÇÕES ECONÔMICAS E
PERSISTÊNCIAS COMERCIAIS**

CAMPINA GRANDE – PARAÍBA

2017

RUBENS MARTINS MARQUES

**O CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO EM ALAGOA
GRANDE-PB: TRANSFORMAÇÕES ECONÔMICAS E
PERSISTÊNCIAS COMERCIAIS**

Monografia, apresentada ao Curso de Geografia da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito para obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Orientadora: Prof^a. Dr.^a Kátia Cristina Ribeiro Costa

CAMPINA GRANDE – PARAÍBA

2017

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

M357c Marques, Rubens Martins.
O centro tradicional de comércio em Alagoa grande-PB : transformações econômicas e persistências comerciais / Rubens Martins Marques. – Campina Grande, 2017.
96 f. : il. color.

Monografia (Licenciatura em Geografia) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2017.
"Orientação: Profa. Dra. Kátia Cristina Ribeiro Costa".
Referências.

1. Centro Tradicional de Comércio – Alagoa Grande-PB. 2. Dinâmica Comercial. 3. Produção do Espaço Urbano – Alagoa Grande-PB. I. Costa, Kátia Cristina Ribeiro. II. Título.

CDU 910.3(043)

RUBENS MARTINS MARQUES

**O CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO EM ALAGOA GRANDE-PB:
TRANSFORMAÇÕES ECONÔMICAS E PERSISTÊNCIAS COMERCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso, em formato de monografia, apresentado a Universidade Federal de Campina Grande, como parte das exigências para a obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Campina Grande - PB, 17 de Agosto de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Kátia Cristina Ribeiro Costa
Universidade Federal de Campina Grande – UFCG

ORIENTADORA

Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz
Universidade Federal de Campina Grande – UFCG

EXAMINADOR

Prof. Dr. Antonio Albuquerque da Costa
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB

EXAMINADOR

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por ser Único na minha vida, aos meus pais Francisco Marques da Silva e Maria das Dôres Martins Marques e a cada irmão alagoa-grandense.

AGRADECIMENTOS

“Que darei eu ao Senhor, por todos os benefícios que me tem feito?”. (Livro dos Salmos 116:12). Como agradecer Àquele que me deu o conhecimento para ser moldado e fazer chegar onde cheguei? O Dono do tempo, que tudo está no seu controle e há seu tempo. Obrigado meu Pai, pela conclusão desse trabalho, Em Ti tenho posto a minha confiança. Glória, pois, a Ele eternamente. Amém.

Agradecer aos que estão sempre do meu lado, me dando força e coragem pra sempre prosseguir, são eles a minha base, a minha família. Primeiramente aos meus pais. A minha Mãe, que mesmo nas dificuldades, nunca me deixou faltar nada e é minha fiel incentivadora. Depois ao meu Pai que sempre me ajudou quando precisei. Deus sempre conserve nosso lar em seu amor. Agradecer aos familiares, da Família Martins, meus irmãos do coração, amo vocês! E à Família Marques, minha sempre consideração.

Agradecer a Universidade Federal de Campina Grande e a Unidade Acadêmica de Geografia, com todo o corpo docente e administrativo, representado pelos professores: Lincoln Diniz, Aline Barboza, Luiz Eugênio Carvalho, Sonia Lira, Sérgio Malta, Thiago Romeu e demais, por todo conhecimento que pôde ser transmitido e construído durante esses 5 anos de curso e a oportunidade de me fazerem o profissional que me tornei. Meu muito obrigado. Vocês são exemplos!

Entre esse corpo docente, uma pessoa que Deus colocou na minha vida e que hoje firmamos uma grande parceria. Minha orientadora, Kátia Ribeiro, fundadora deste curso, que mais que uma professora, é uma mãe, uma amiga, companheira que mesmo a decepção em alguns momentos sempre teve paciência para continuarmos. Minha eterna gratidão pelas suas correções, incentivos e puxões de orelha. É uma honra ter a sua amizade!

A todos da turma Geografia 2012.1 noturno, por todos os momentos juntos, pelos amigos que ganhei e que levarei para toda vida. Em especial a Tony Martins, Thaís Mara e Safira Nascimento, grandes amigos que a Geografia me deu, minha eterna consideração por vocês. Aos demais que foram surgindo em minha vida acadêmica, Maria Oliveira, Fabiana Queiroz, Helder Alves, Solaine Castro e Geraldo Costa, obrigado por tudo! Aos colegas do “Buzão”, aventuras que ficarão sempre marcadas, Danielly, Suely, Thalita, Janiele, Cabral, Érica, Lucivânia, Juliana, Júnior, Rafaela, Júlio e os demais.

Aos que contribuíram direta ou indiretamente para a construção desse trabalho. A banca examinadora, professores Lincoln Diniz e Antonio Albuquerque, por todas as palavras positivas que foram proferidas e os incentivos que me dão força para avançar. A minha cidade Alagoa Grande, meu eterno amor pela terrinha. Aos comerciantes que se propuseram a ajudar na pesquisa. Eu junto a vocês acredito em dias melhores para nossa gente, vamos avante!

Muito obrigado a todos, Deus os abençoe!

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS, QUADROS, MAPAS, GRAFICOS E FIGURAS

RESUMO

ABSTRACT

1. INTRODUÇÃO	12
2. O CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO EM ALAGOA GRANDE A PARTIR DO VISÍVEL: DELIMITAÇÃO ESPACIAL E PAISAGEM	19
2.1. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA: O conceito de Centro e a produção do espaço urbano	19
2.2. DESCRIÇÃO DA PAISAGEM E DAS FORMAS COMERCIAIS	22
2.1.1. As Ruas Tradicionais de Comércio em Alagoa Grande	29
2.3. A DINÂMICA DO COMÉRCIO TRADICIONAL DE ALAGOA GRANDE E DE SUAS PRINCIPAIS RUAS	43
3. PRODUÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DE UM CENTRO COMERCIAL: UMA ANÁLISE REGRESSIVA EM ALAGOA GRANDE	49
3.1. AGENTES SOCIAIS E ECONÔMICOS NA PRODUÇÃO ESPACIAL E O FORTALECIMENTO DO COMÉRCIO LOCAL NO SÉCULO XX	61
3.2. O PASSADO COMERCIAL E CULTURAL DE ALAGOA GRANDE	65
3.3. O MARCO DE TRANSFORMAÇÃO: A ascensão e o encerramento da produção açucareira, consequências no comércio local	70
4. PERSISTÊNCIAS DO COMÉRCIO DE ALAGOA GRANDE: VIRTUALIDADES ECONÔMICAS PARA FORTALECIMENTO DO SEU CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO	76
4.1. O AGORA E O FUTURO: Visão econômica comercial em Alagoa Grande a partir de alternativas e necessidades locais	82
4.2. O POTENCIAL TURÍSTICO E CULTURAL DE ALAGOA GRANDE COMO VIRTUALIDADE PARA A CIDADE E O COMÉRCIO	90
CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
REFERÊNCIAS	94
APÊNDICES	96

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 – Número de estabelecimentos comerciais e de serviços por Rua no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande	22
TABELA 02 – Trecho comercial da Rua Cônego Firmino Cavalcante em Alagoa Grande, ramos e estabelecimentos comerciais segundo participação absoluta e relativa	30
TABELA 03 – Trecho comercial da Rua Apolônio Zenaide em Alagoa Grande, ramos e estabelecimentos comerciais segundo participação absoluta e relativa	34
TABELA 04 – Trecho comercial da Rua Dr. Francisco Montenegro em Alagoa Grande, ramos e estabelecimentos comerciais segundo participação absoluta e relativa	38
TABELA 05 – Fábricas e outros elementos de produção material instaladas em Alagoa Grande no século XX	59

LISTA DE MAPAS

MAPA 01 – Mapa de Localização Geográfica do Município de Alagoa Grande-PB e sua Sede Urbana Administrativa	13
MAPA 02 – Mapa de Localização e delimitação do Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande-PB	23
MAPA 03 – Mapa-croqui da distribuição dos estabelecimentos comerciais por setores nos trechos comerciais das Ruas Cônego Firmino Cavalcante e Apolônio Zenaide	36
MAPA 04 – Mapa-croqui da distribuição dos estabelecimentos comerciais por setores no trecho comercial da Rua Dr. Francisco Montenegro	41
MAPA 05 – Mapa-Pictográfico de espacialização da área central de Alagoa Grande no século XX	54

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

FIGURA 01 – Encontro das Ruas João Pessoa, Mariano Rodrigues e Padre Belísio	24
FIGURA 02 – Galeria Comercial na Rua Padre Belísio	25
FIGURA 03 – Quiosques no espaço do antigo Clube 31	25
FIGURA 04 – Edifício da Papelaria Diversidade Gráfica e LL informática	26
FIGURA 05 – Galeria e outro estabelecimento na Rua Siqueira Campos	27
FIGURA 06 – Casario histórico na Rua Getúlio Vargas	28
FIGURA 07 – Panificadora Nossa Senhora Auxiliadora na Rua Getúlio Vargas	28

FIGURA 08 – Vendedor de milho assado na Praça Dom Adalto	29
FIGURA 09 – Trecho da Rua Cônego Firmino Cavalcante e seus estabelecimentos comerciais	31
FIGURA 10 – Supermercado Triunfo	32
FIGURA 11 – Loja Armazém Paraíba e Agência do Banco do Brasil na Rua Cônego Firmino Cavalcante	33
FIGURA 12 – Estabelecimentos da Rua Apolônio Zenaide	35
FIGURA 13 – Câmara Municipal de Vereadores e outros estabelecimentos comerciais ..	35
FIGURA 14 – Boxes do antigo Terminal Rodoviário no CTAG	37
FIGURA 15 – Trecho inicial da Rua Dr. Francisco Montenegro	38
FIGURA 16 – Estabelecimentos comerciais da Rua Dr. Francisco Montenegro	38
FIGURA 17 – Estabelecimentos Mais Supermercado e Fortunato Construções	42
FIGURA 18 – Dinâmica comercial encontrada na Rua Cônego Firmino Cavalcante	43
FIGURA 19 – Congestionamento de veículos na Rua Presidente João Pessoa	45
FIGURA 20 – Congestionamento de veículos na Rua Cônego Firmino Cavalcante	45
FIGURA 21 – Gráfico da origem dos produtos comercializados nos estabelecimentos do Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande	46
FIGURA 22 – Vista parcial da Rua Dr. Francisco Montenegro (à direita) e Feira Livre de Alagoa Grande (à esquerda)	47
FIGURA 23 – Dinâmica comercial em dia de Feira Livre	48
FIGURA 24 – Mercado Público Municipal de Alagoa Grande	48
FIGURA 25 – Linha do tempo e evolução territorial de Alagoa Grande	51
FIGURA 26 – Armazéns construídos pela empresa Wharton Pedroza	56
FIGURA 27 – Vista parcial de Alagoa Grande com destaque ao fundo os armazéns da indústria SANBRA	57
FIGURA 28 – Ruínas dos armazéns construídos pela SANBRA, após anos 1940 denominada de CONDE da firma Nascimento & Companhia	57
FIGURA 29 – Vista parcial das atuais ruas Apolônio Zenaide, Getúlio Vargas e Francisco de Miranda no ano de 1941	60

FIGURA 30 – Vista parcial da cidade de Alagoa Grande meados do século XX	61
FIGURA 31 – Foto de 1950 mostrando o trem em funcionamento em Alagoa Grande ...	62
FIGURA 32 – Cinema Santo Antônio (no centro)	69
FIGURA 33 – Cine Alagoense (à direita)	69
FIGURA 34 – Primeira estrutura do Clube 31	69
FIGURA 35 – Última estrutura do Clube 31	69
FIGURA 36 – Usina Tanques	72
FIGURA 37 – Enchente no CTAG provocada pelo rompimento da Barragem de Camará	75
FIGURA 38 – Comerciante e suas perdas na tragédia	75
FIGURA 39 – Gráfico da evolução do número de habitantes em Alagoa Grande	77
FIGURA 40 – Gráfico da composição do PIB de Alagoa Grande	78
FIGURA 41 – Gráfico do percentual de pessoas ocupadas por setores em Alagoa Grande	79
FIGURA 42 – Gráfico dos percentuais em rendimentos por domicílios per capita	80
FIGURA 43 – Gráfico do tempo de estabelecimento fixado no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande	81
FIGURA 44 – Gráfico da avaliação do comércio de Alagoa Grande pelos comerciantes	84
FIGURA 45 – Gráfico dos pontos positivos encontrados hoje no Comércio de Alagoa Grande	85
FIGURA 46 – Gráfico dos pontos negativos encontrados hoje no Comércio de Alagoa Grande	86
FIGURA 47 – Gráfico das possibilidades e necessidades do CTAG apontadas pelos comerciantes	88
FIGURA 48 – Igreja Matriz Nossa Senhora da Boa Viagem	90
FIGURA 49 – Teatro Santa Ignês	91
FIGURA 50 – Memorial Jackson do Pandeiro	91

RESUMO

O Centro Tradicional de Comércio torna-se nosso objeto de estudo em Alagoa Grande, cidade localizada na microrregião do Brejo do Estado da Paraíba e que atualmente, apresenta uma dinâmica comercial que compreende um amplo número de estabelecimentos que comercializam produtos e prestam serviços à população local e de outros municípios circunvizinhos, desde longas datas. Assim, consideramos que o Centro Tradicional de Comércio é o coração do espaço urbano devido sua influência aos demais espaços da cidade. O objetivo dessa pesquisa é analisar o processo de produção e reprodução desse espaço tendo como elementos as transformações econômicas ocorridas e as persistências comerciais presentes. Para isso, utilizou-se o método da *transdução* proposto por Henri Lefebvre que leva o pesquisador a uma análise dialética na metodologia regressiva-progressiva. Com isso, em um primeiro momento foi feita a descrição do visível a partir da observação participante da paisagem e das relações inseridas. Após essa etapa se realizou o regresso ao passado em busca das origens do objeto de estudo, utilizando-se de bibliografias, bem como entrevistas a comerciantes antigos. E por fim, analisamos os dados obtidos em questionários, verificando a atual situação econômica do município, no qual se buscou virtualidades para o futuro de acordo com as necessidades apontadas. Constatamos com a pesquisa que a partir das dinâmicas exercidas pelas atividades comerciais e de serviços, 12 (doze) ruas, contando com 251 (duzentos e cinquenta e um) estabelecimentos delimitam o Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande. Sua gênese parte do pequeno comércio que cresce a partir da produção e mercantilização do algodão, derivados da cana-de-açúcar e do agave, que ocasionou a chegada da linha ferroviária atraindo indústrias, grandes comércios e outras fontes de renda e crescimento para a cidade. Por fim, o comércio hoje é sustentado pela renda econômica pautada nos serviços de administração pública, o próprio comércio e outras fontes de renda como as aposentadorias e outros benefícios, posteriormente à estagnação econômica provocada pela decadência produtiva e fechamento da última fonte de renda: a Usina Tanques. Busca-se também analisar o fortalecimento do comércio, revivendo o seu passado e a memória cultural, comercializando e reproduzindo o espaço na visão do potencial turístico da terra de Jackson do Pandeiro.

Palavras-Chaves: Centro Tradicional de Comércio, Dinâmica Comercial, Produção do Espaço Urbano, Alagoa Grande.

ABSTRACT

The Traditional Trade Center becomes our object of study in Alagoa Grande, a city located in the Brejo micro-region of the State of Paraíba and that currently has a commercial dynamic that includes a large number of establishments that commercialize products and provide services to the local population and other surrounding municipalities, from long periods. Thus, we consider that the Traditional Center of Commerce is the heart of the urban space due to its influence to the other spaces of the city. The objective of this research is to analyze the production process and reproduction of this space having as elements the economic transformations occurred and the commercial persistences present. For this, we used the transduction method proposed by Henri Lefebvre that leads the researcher to a dialectical analysis in the regressive-progressive methodology. With this, in a first moment the description of the visible one was made from the participant observation of the landscape and the inserted relations. After this stage, a return to the past was made in search of the origins of the study object, using bibliographies, as well as interviews with old merchants. And finally, we analyzed the data obtained in questionnaires, verifying the current economic situation of the municipality, in which we sought future possibilities according to the needs pointed out. Based on the dynamics of commercial activities and services, 12 (twelve) streets, with 251 (two hundred and fifty one) establishments, define the Traditional Center of Commerce in Alagoa Grande. Its genesis starts from the small commerce that grows from the production and commodification of cotton, derived from sugar cane and agave, that caused the arrival of the railway line attracting industries, big businesses and other sources of income and growth for the city. Finally, trade is supported by economic income based on public administration services, commerce itself and other sources of income, such as pensions and other benefits, after economic stagnation caused by the productive decay and closing of the last source of income: Usina Tanques. It also seeks to analyze the strengthening of commerce, reviving its past and cultural memory, commercializing and reproducing space in the vision of the tourist potential of the land of Jackson do Pandeiro.

Keywords: Traditional Center of Commerce, Commercial Dynamics, Production of Urban Space, Alagoa Grande.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como enfoque a análise da produção e reprodução do espaço urbano, tendo como objeto de estudo o Centro Tradicional de Comércio (CTC), a partir de transformações e persistências ocasionadas por agentes produtores destes espaços.

Dentro dessa perspectiva sobre o CTC, a pesquisa se encontra delimitada pela análise do Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande (CTAG), município do Agreste do Estado da Paraíba, situado na microrregião do Brejo paraibano (MAPA 01). Este espaço nos leva a inúmeros questionamentos sobre suas formas de comércio e suas relações econômicas e sociais.

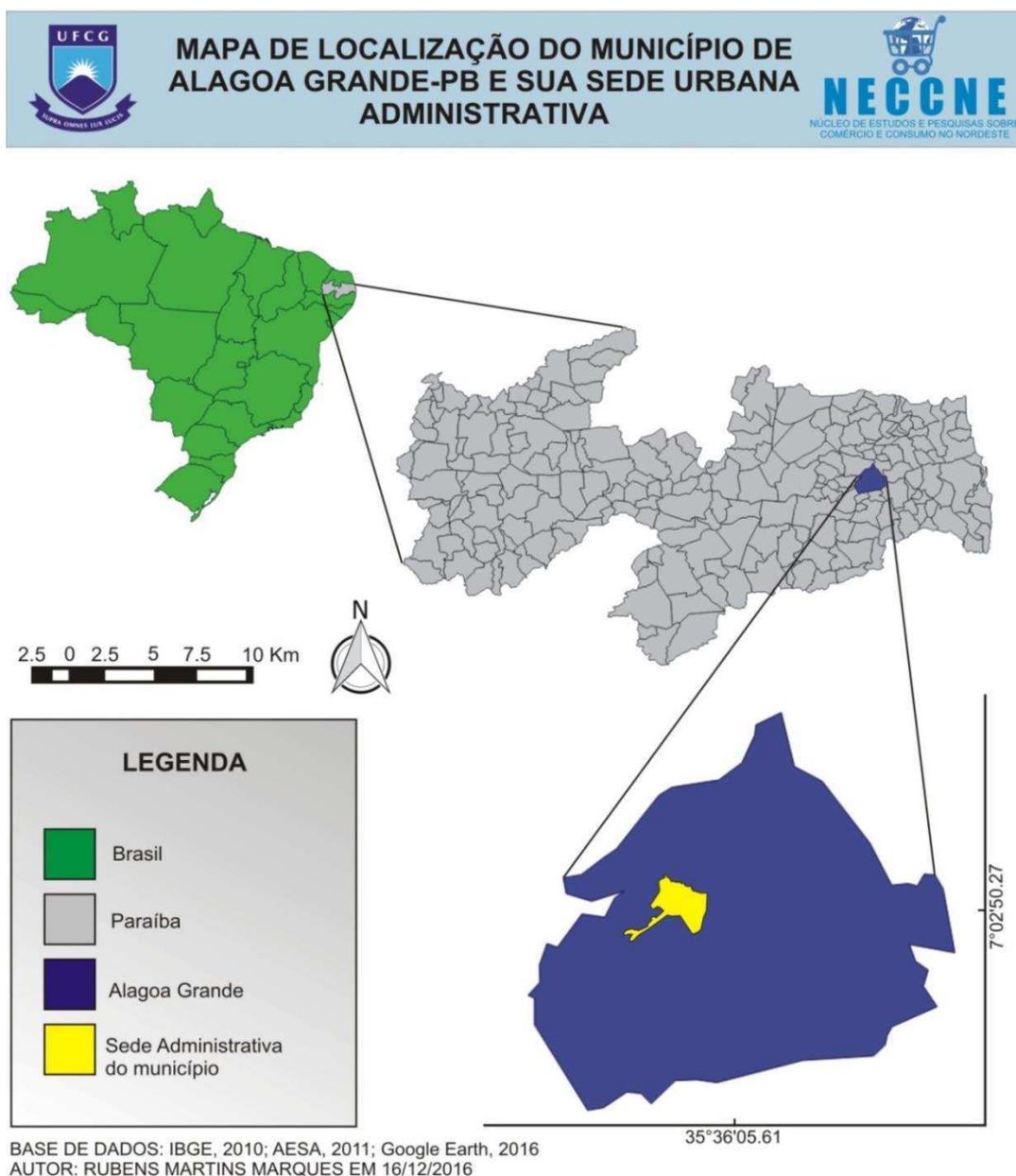
O município de Alagoa Grande, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tem uma área territorial de 320.563 km² possuindo dois distritos: o Distrito de Zumbi, localizado ao sul e o Distrito de Canafístula, a leste. Sua sede administrativa se encontra a oeste do território municipal, às margens do Rio Mamanguape, e da grande Lagoa do Paó. Possui uma população de 28.479 mil habitantes de acordo com o censo 2010 realizado pelo IBGE, sendo deste total, 61,56% corresponde à população residente na zona urbana e 38,44% à população residente da zona rural.

A escolha do tema surgiu a partir de leituras sobre a história do município, em livros do historiador José Avelar Freire, o que nos trouxe questionamentos sobre transformações e persistências desde a sua origem. O processo de urbanização de Alagoa Grande está diretamente relacionado às antigas formas de produção econômica, ligadas ao cultivo, produção e comercialização do algodão, da cana-de-açúcar e do agave.

Além de produtor do espaço urbano, os meios de produção criavam significativas oportunidades no mercado de trabalho gerando assim renda para utilização dentro do município e principalmente no comércio. Com o encerramento destas atividades, a partir da década de 1960 até o final do século XX, a Cidade sofreu prejuízos em suas vendas, ocasionando a falência de vários estabelecimentos comerciais.

Dessa forma, nossa pesquisa tem como principal objetivo analisar o processo de produção e reprodução do Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande (CTAG), mediante suas transformações e persistências do comércio no contexto atual. A partir dessa

premissa, refletir sobre as virtualidades econômicas para o espaço de acordo com as potencialidades e necessidades locais.



MAPA 01: Mapa de Localização Geográfica do Município de Alagoa Grande-PB e sua Sede Urbana Administrativa. **AUTOR:** MARQUES, 2016.

A metodologia que norteia essa análise é pautada no olhar Lefebvriano a partir do método regressivo-progressivo da *transducção*, conforme vemos em Lefebvre (1958¹, *apud* Costa, 2003). Logo, essa abordagem propõe que a pesquisa, “deve partir de um grau de verdade histórica, para o nível do subjetivo, individual, desenvolvendo uma análise crítica da sociedade, através de suas representações ideológicas e dos conceitos cotidianos

¹ LEFÈBVRE, Henri. *Le Instruments Formels – Transduction et transducteurs*. In: *Critique de La Vie Quotidienné II. Fondements d’une sociologie de la quotidienneté*. p. 121.

[...] constrói um objeto virtual a partir de informações, atingindo as soluções com base em seus fundamentos, ou seja, vai do real para o possível” (COSTA, 2003, p. 02). Para Santos (2016, p. 20) o método regressivo-progressivo faz uma articulação espaço-tempo marcado pelas continuidades, descontinuidades e contradições, vindo assim, fundamentar e resolver a problemática proposta em transformações e persistências do objeto de estudo.

Pois, Duarte (2006, p. 27) ao expor sobre a metodologia lefebvriana, explica que as rupturas aqui atreladas às transformações indica a descontinuidade, “acompanhada de um salto em direção a uma nova conjuntura, a ser instituída a partir da superação da conjuntura precedente”. Porém, o autor completa o pensamento falando que “é sempre sobre o pano de fundo das permanências, isto é, sobre o eixo temporal da continuidade dos processos estudados, que se pode pretender identificar e assinalar as rupturas”.

O método se divide em três momentos processuais distintos, porém indissociáveis: o descritivo, o analítico-regressivo e o histórico-genético. O que para Santos (2016, p. 20) “revela uma dimensão de tempo não linear, e permite captar as temporalidades desencontradas e coexistentes”.

Sobre o primeiro momento do método lefebvriano, o descritivo, Santos (2016) através de Martins (1996)² diz que “esse é o momento em que há descrição derivada da observação das relações sociais e seus respectivos tempos ainda não datados. Essa descrição baseia-se no procedimento de observação em campo” (p. 21). Então para esse método de investigação nesse momento utilizamos a documentação indireta no qual, consistiu a ida a campo em dois períodos, diurno e noturno, onde foram feitas observações e a coleta de dados. As observações foram feitas de forma direta, com a análise da paisagem, que para Milton Santos (2014, p. 67-68) pode ser considerada como: “Tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança [...]. Esta pode ser definida como o domínio do visível, aquilo que a vista abarca. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons etc”. Assim, além do espaço físico do objeto como forma, as relações, os movimentos e as dinâmicas também foram apreendidos na análise.

A observação indireta constitui-se no preenchimento de questionários, registro de imagens, elaboração de mapas, tabelas e gráficos a partir da coleta de dados no campo. No

² MARTINS, José de Souza, (Org). **Henri Lefèbvre e o Retorno a Dialética**. São Paulo: Hucitec, 1996.

que diz respeito aos questionários, foram elaborados 50 (cinquenta) questionários semiestruturados (ver APÊNDICES, p. 96) que foram aplicados aos comerciantes das três principais ruas delimitadas do CTAG para uma melhor análise e descrição.

Quanto aos mapas elaborados, estes foram confeccionados a partir da utilização do programa *Google Earth* como base para a confecção do mapa setorial do Centro Tradicional no programa gráfico *Corel Draw*. Outros recursos serviram de auxílio na espacialização do objeto de estudo, como a ferramenta *Street View* do *Google Earth* para visualização e localização exata dos estabelecimentos vistos em campo, *Shapefiles* do banco de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Agência Executiva de Gestão das Águas da Paraíba (AESPA), manipulados pelo programa QGIS e dados cartográficos do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE).

A partir da metodologia utilizada neste momento, foi comprovado que o CTAG é formado por 12 (doze) ruas comerciais, onde foram contabilizados 251 (duzentos e cinquenta e um) pontos ativos de comércio e estabelecimentos de serviços. Apresenta uma diversidade de formas comerciais tendo por principais e mais tradicionais na atratividade de oferecimento de bens e consumo as ruas Cônego Firmino Cavalcante, Apolônio Zenaide e a Dr. Francisco Montenegro. Essa diversidade garante uma dinâmica que satisfaz a população local e a de cidades menores vizinhas que dependem do CTAG por oferecer maior disponibilidade de serviços.

O segundo momento do método lefebvriano, o analítico-regressivo, busca o passado do objeto de estudo a fim de apreender as relações de surgimento e mudanças ocorridas. Entendem-se a partir daí as temporalidades e relações sociais que permanecem no presente. Santos (2016, p. 24) ao se utilizar do método nos diz que “se faz necessário regredir no tempo para retornar, de forma mais qualificada, e realizar a análise da realidade inicialmente descrita, permitindo compreender as permanências e mudanças no processo de produção do espaço de comércio”.

Para esse momento se fez necessária a documentação direta que consiste na obtenção de informações no levantamento bibliográfico de estudo histórico e documental que remetesse ao tema em questão. Utilizamos como base os estudos históricos de Freire (1996, 2002 e 2015) e o auxílio de outras fontes de autores que possuem estudos locais.

Através das entrevistas aos comerciantes mais antigos podemos encontrar respaldos para sustentação das hipóteses analisadas.

Alagoa Grande tem a sua fundação como município no ano de 1865 quando se desmembra do território de Areia. Nosso estudo vai tratar sobre o seu Centro Tradicional de Comércio que teve início a partir de um pequeno comércio preexistente com a função de fornecer o que era necessário para a população à época, com fontes que datam a partir do ano de 1900, quando a sede administrativa ainda se constituía como uma vila. Nisso a economia do município era baseada na produção do algodão herbáceo trazido pelos primeiros colonizadores a partir de 1700. Sua produção cresceu em larga escala juntamente com outro forte aliado à força produtiva do município, a cana-de-açúcar que servia como matéria-prima para a produção de aguardente, açúcar e rapadura nos 26 engenhos existentes que no decorrer dos anos chegaram a um total de 40, como também a instalação de uma usina.

No ano 1901, se viu a necessidade da instalação de uma linha férrea que servisse de condução para o transporte e escoamento das produções de Alagoa Grande para o porto da Capital da Província, Parahyba, atual cidade de João Pessoa. Os produtos a serem transportados para a exportação, não eram apenas de Alagoa Grande, mas de outras localidades do Brejo, do Cariri, do Sertão da Paraíba e municípios próximos do Rio Grande do Norte para o litoral. Todo esse progresso com a chegada do trem trouxe um primeiro marco de mudança para economia e o surgimento de agentes produtores do espaço a partir da posse dos meios de produção como indústrias e outros lugares que beneficiavam o algodão e mais tarde o agave que surge como forte fonte produtiva nos anos de 1940.

A partir de então o centro urbano de Alagoa Grande começa a tomar forma com a aproximação destas indústrias e outras fábricas próximas à estação ferroviária, provocando o fluxo de pessoas e mercadorias como também consolidando um setor industrial munido de grandes armazéns nas ruas que hoje formam o CTC. A geração de fluxos de pessoas, como também a alta geração de renda pelos empregos, atraíram estabelecimentos comerciais e de serviços próximos a essa população trabalhadora. Todo esse crescimento econômico gera renda para ser utilizado no comércio que cresceu em número de estabelecimentos (do ramo varejista e atacado, locais e regionais) e na atração de clientes dentro e fora da cidade.

Porém após o período da Segunda Guerra Mundial, após crises econômicas mundiais, e a mudança do uso da matéria-prima natural pela química advinda do petróleo, veio a afetar os principais compradores do algodão e agave de Alagoa Grande, refletindo na diminuição das produções, a retirada do trem, o fechamento das indústrias e no desemprego que atingiu o comércio local em geral, a partir dos anos 1960.

O terceiro momento diz respeito ao momento histórico-genético, que constitui o retorno ao presente já descrito. Para Martins (1981, *apud* Santos, 2016, p. 25), essa fase remete ao “estudo das modificações deste ou daquela estrutura previamente datada (...). Esforço para uma classificação genética das formações e estruturas, no quadro do processo do conjunto”. Assim, buscamos explicar as persistências, “contradições não resolvidas, de alternativas não consumadas, necessidades insuficientes atendidas, virtualidades não realizadas” como proposto por Santos (2016).

Nesse momento é feita uma análise das relações econômicas e sociais atreladas ao CTAG buscando respaldo nas temporalidades voltadas ao passado do objeto de estudo, buscando entender as persistências comerciais encontradas no presente. Busca-se ainda uma análise a partir de virtualidades que agentes externos ao comércio podem provocar possibilidades para uma renovação fortalecedora do Centro de acordo com as necessidades e dificuldades apontadas pelos comerciantes. Dentre as virtualidades, a valorização da memória histórica e cultural surge como atrativo para o turismo na terra de Jackson do Pandeiro, possibilitando a reprodução do espaço e o consumo do lugar.

Na composição desse momento da pesquisa voltamos à metodologia da documentação direta obtendo dados geográficos e estatísticos referentes à população e economia do município no site do IBGE Cidades. Retomamos também aos dados coletados em campo através dos questionários aplicados aos comerciantes, acrescentando ainda à análise os depoimentos de comerciantes mais antigos no CTAG (ver APÊNDICES, p. 96) e uma entrevista com o Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Alagoa Grande (ver APÊNDICES, p. 96).

Assim, percebemos ao retornar a atualidade do Centro de Comércio em Alagoa Grande, que o mesmo enquanto forma espacial foi produzido e ancorado nos agentes sociais de sua economia áurea. Porém caiu na estagnação a partir da falência de outra importante fonte de renda, a Usina Tanques que produzia em larga escala o açúcar

refinado, substituindo os inúmeros engenhos, formando um grande latifúndio na região. Sem o fluxo do capital, a maioria dos estabelecimentos fechou, resistindo àqueles que suprem as necessidades da população.

Ao analisar a economia presente, o CTAG vem sobrevivendo da renda gerada pelo Estado (esferas Federal, Estadual e Municipal), a partir de seus servidores, aposentados, pensionistas e outros benefícios federais e da renda gerada pelo próprio comércio, tendo em vista o número de estabelecimentos e funcionários empregados. O comércio segue persistindo e reproduzindo novas formas de comércio, aqueles que se adequam com a realidade inserida do lugar. A necessidade do retorno de uma Alagoa Grande industrial, pautada em empregos que gere renda para a Cidade é apontada como solução para os problemas econômicos que o comércio vem enfrentando. Porém, enquanto isto não é alcançado, vemos como virtualidade o consumo do lugar, a partir da concepção da cidade como lugar de memória, o reviver do seu passado através do turismo e a memória do seu filho ilustre: Jackson do Pandeiro, que vem remoldando os aspectos e a ressignificação do espaço.

Para uma melhor compreensão desta monografia pelo leitor, ela está estruturada em quatro capítulos, sendo o **primeiro capítulo** a introdução aqui atrelada a esboçar a pesquisa como um todo, partindo do pressuposto teórico-conceitual e metodológico. No **segundo capítulo**, vemos a descrição das formas e dinâmicas comerciais constituídas no presente do Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande. O **terceiro capítulo** se constitui o regresso ao passado do mesmo, onde serão apresentados os processos de produção do espaço e os seguimentos para geração de centralidade a partir de transformações econômicas ocorridas, bem como sua decadência e os reflexos para a cidade e a população. E o **quarto capítulo**, retorna-se ao presente, apreendendo as persistências do comércio, as necessidades e potencialidades do lugar.

2. O CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO EM ALAGOA GRANDE A PARTIR DO VISÍVEL: DELIMITAÇÃO ESPACIAL E PAISAGEM

Nesse capítulo veremos a iniciação ao método lefebvriano com a descrição do visível do Centro Tradicional de Comércio. Primeiramente, iniciaremos com uma revisão bibliográfica no que diz respeito ao conceito de Centro e sua relação à produção espacial urbana. Após esta revisão bibliográfica, procurou-se fazer a delimitação do CTAG, apresentando suas formas comerciais e de serviços encontradas nas principais ruas, mostrando a diversidade de estabelecimentos em ramos e sub-ramos. Procurou-se também fazer uma descrição da dinâmica comercial do CTAG mostrando seus períodos de funcionamento, movimentos frequentes e origem das mercadorias.

2.1. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA: O conceito de Centro e a produção do espaço urbano

Entender o espaço urbano em termos gerais é apreendê-lo como “o conjunto dos diferentes usos da terra justapostos entre si”, como nos afirma Corrêa (1989, p. 7). Podemos verificar que a cidade é um espaço fragmentado, mas se constitui uma produção espacial articulada simultaneamente, pois cada parte deste conjunto mantém relações com as demais através dos fluxos de pessoas e mercadorias, unidos pelo fator deslocamento.

Corrêa (1989, p. 08) também destaca que a articulação do espaço urbano é manifestada através do capitalismo: “manifesta-se através das relações espaciais envolvendo a circulação de decisões e investimentos de capital, mais-valia, salários, juros, rendas, envolvendo ainda a prática do poder e da ideologia”. Contudo, as relações espaciais são fundamentadas pela sociedade e o ponto de articulação de união entre as diversas partes do espaço dentro da cidade é considerado pelo o autor como tradicionalmente o centro da cidade.

Logo, a área central ou simplesmente o centro é o lugar da manifestação do capital que articula o espaço urbano, ou seja, o centro é algo que está concentrado no meio de diversos pontos, porém possui diversas características para que possa ser considerado como tal, dentro de suas relações como espaço na cidade capitalista e suas relações com a sociedade inserida nela.

O que Corrêa (1989, p. 38) define de centro, quando explica sobre o espaço urbano, seus processos e formas espaciais, este o coloca como: “foco principal da cidade, pois nele concentram-se as principais atividades comerciais, de serviços, da gestão pública e privada e os terminais de transportes inter-regionais e interurbanos”.

Vários outros autores, estudiosos da Geografia, conceituam o termo centro urbano. Dentre eles Sposito (1991 *apud* Barreto, 2010), diz que:

O centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde a cidade se originou, ele é antes de tudo o ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. (SPOSITO, 1991 *apud* BARRETO, 2010, p. 34).

Monnet (2000 *apud* Barreto, 2010), refere-se ao centro da cidade como um espaço simbólico, ele afirma que:

É um lugar específico, caracterizado por um conjunto de fatores que o distinguem de outros lugares com os quais mantém uma relação dominante, de acordo com diferentes escalas de medida da sua ‘superioridade’, considerando que as superfícies são aí mais caras devido à concorrência na sua obtenção, onde o poder está sediado e onde se concentram os utilizadores que procuram bens e serviços diversificados. (MONNET, 2000 *apud* BARRETO, 2010, p. 36).

Do mesmo modo que Monnet considera a concorrência na obtenção pelo solo, como fator para o centro ser concebido como um lugar dominante no espaço urbano, Villaça (1998) também trata o centro na mesma lógica de um lugar que surge em função de uma disputa, porém pautada pelo controle e minimização do tempo e gastos adicionais dos deslocamentos humanos como fonte de centralidade.

O mesmo autor diz que quando uma aglomeração desenvolve relações sociais e se organizam para produzir e consumir passa a haver atividades e interesses em comum, que resultam na interdependência entre elas. A partir desse momento surgem os deslocamentos espaciais e as disputas por localizações que diminuam o tempo desses deslocamentos. O centro é a localização que potencializa a acessibilidade da comunidade como um todo. Há então na aglomeração a necessidade de afastamentos indesejados, porém obrigatórios.

A acessibilidade no espaço urbano e minimização do tempo de deslocamento também são vistos por Corrêa (1989), como gênese da área central. Na sua concepção, a intensidade dos fluxos de pessoas, mercadorias e capitais ampliou a quantidade de transportes inter-regionais através dos terminais ferroviários a partir da segunda metade do

século XIX. Esses terminais acabaram trazendo para perto as atividades comerciais e industriais que se instalaram a fim de minimizarem os custos de transporte.

Corrêa (1989, p. 39) afirma, “a acessibilidade, por sua vez, atraiu as nascentes lojas de departamentos [...] e de outros gêneros do comércio varejista, bem como numerosas atividades instaladas em escritórios”, o que corrobora com as concepções de Villaça (1998). Essas lojas, ainda segundo Corrêa (1989), visavam distribuir uma gama enorme de produtos industrializados para um mercado consumidor formado por assalariados, provenientes das atividades dos novos setores urbanos.

Voltando a Villaça (1998), ele considera que uma comunidade maior e de diferentes classes sociais e de renda acaba por produzir espaços urbanos diferenciados a partir da disputa por localizações. Porém, Balsas (1999, *apud* Gluszevicz e Martins, 2013) falam que:

O que distingue o centro das cidades das zonas periféricas é a sua multifuncionalidade e a sua mistura orgânica de funções, podendo encontrar-se mercados públicos, centros de negócios, escolas e universidades, instituições de saúde e salões de beleza, locais para reuniões, galerias de arte, cultura e lazer; locais para visitar, transportes e áreas residenciais. [...] Um centro de cidade é mais que um centro comercial. No entanto, se perder a sua atratividade como centro de comércio, dificilmente pode sobreviver como um centro em sentido lato. (BALSAS, 1999 *apud* GLUSZEVICZ e MARTINS, 2013, p. 11)

O centro em uma localidade urbana é o que podemos dizer ser o “coração” da cidade, pois esta tem uma importância significativa para demais áreas chamadas de campos periféricos, no que diz respeito na concentração de atividades, comerciais, bancárias, serviços, administração pública e que em cidades de pequeno porte podemos afirmar que está no topo de uma hierarquia urbana³.

Contudo, Lefebvre (1972, *apud* Villaça, 1998, p. 237) deixa claro: “Não existe realidade urbana sem um centro; comercial, simbólico, de informações de decisão, etc”. E nas diversas tipologias, o Centro Tradicional de Comércio é conceituado por Costa (2003, p. 13) através de Freire (1998), como aquele território “que se sobressai pela concentração, desde longa data, de casas comerciais tradicionais”. Com isso, veremos a seguir o Centro Tradicional da cidade de Alagoa Grande, nosso objeto de estudo.

³ Os estudos sobre Hierarquia Urbana, segundo Corrêa (1989): “derivam de questionamentos sobre o número, tamanho e distribuição das cidades e, implicitamente, sobre a natureza da diferenciação entre elas”. In: CORRÊA, Roberto Lobato. **A rede urbana**. p. 20.

2.2. DESCRIÇÃO DA PAISAGEM E DAS FORMAS COMERCIAIS

O Centro Tradicional de Alagoa Grande (CTAG) foi delimitado a partir do reconhecimento, em pesquisa de campo, de 12 (doze) ruas tradicionais de comércio, cujas múltiplas formas comerciais estão apresentadas como lojas, boxes, galerias, quiosques, ambulantes em calçadas, casas, armazéns e outros pontos comerciais, conforme Mapa 2 (ver MAPA 2, p. 23). Essas ruas são identificadas por: Rua Presidente João Pessoa, Rua Mariano Rodrigues da Silva, Rua Padre Belísio, Rua Cônego Firmino Cavalcante, Rua Siqueira Campos, Rua Vidal de Negreiros, Rua Ernesto Cavalcante, Rua Horácio de Albuquerque, Rua Apolônio Zenaide, Rua Getúlio Vargas, Rua Francisco Lino Cavalcanti de Miranda e Rua Dr. Francisco Montenegro.

Buscou-se extrair a partir delas uma delimitação do Centro onde a realidade descrita apresentasse o afloramento das formas comerciais de acordo com as transformações econômicas e persistências do comércio na cidade. Estas ruas que compõem o Centro Tradicional apresentam ramos e sub-ramos comerciais, atendendo diversas necessidades dos frequentadores, conforme Tabela 01.

TABELA 01: Número de estabelecimentos comerciais e de serviços por Rua no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande⁴

NOME DA RUA	Nº. DE ESTABELECEMENTOS (Comércio e Serviços)	%
Rua Presidente João Pessoa	12	5,0%
Rua Mariano Rodrigues da Silva	12	5,0%
Rua Padre Belísio	10	4,0%
Rua Cônego Firmino Cavalcante	39	15,0%
Rua Siqueira Campos	14	5,0%
Rua Vidal de Negreiros	15	6,0%
Rua Ernesto Cavalcante	15	6,0%
Rua Horácio de Albuquerque	23	9,0%
Rua Apolônio Zenaide	27	11,0%
Rua Getúlio Vargas	12	5,0%
Rua Francisco Lino Cavalcanti de Miranda	04	2,0%
Rua Dr. Francisco Montenegro	68	27,0%
TOTAL	251	100%

FONTES: Pesquisa de campo realizado pelo autor, fevereiro de 2017.

⁴ A pesquisa e contabilização do número de estabelecimentos no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande levou em consideração apenas as lojas de cunho físico, restringindo barracas, quiosques ou bancas.



MAPA 02: Mapa de localização e delimitação do Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande-PB.
AUTOR: MARQUES, 2016.

Assim, foi observada e constatada, em pesquisa de campo, a presença de 251 (duzentos e cinquenta e um) pontos comerciais no CTAG, distribuídos entre comércio e prestação de serviços.

Começamos a análise da paisagem do CTAG através das ruas que a compõe, iniciando o percurso pela Rua Presidente João Pessoa (ver MAPA 02, p. 23), pelo trecho que popularmente é chamado de “Ladeira da Clayton”⁵. O final desta rua se dá até a ponte que liga a cidade dividida pelas águas da Lagoa do Paó e seu canal de escoamento até o rio Mamanguape. É possível verificar o dinamismo comercial a partir deste espaço, a partir da convergência entre as três ruas: Rua Presidente João Pessoa, Ruas Mariano Rodrigues e Padre Belísio (FIGURA 01).



FIGURA 01: Encontro das Ruas João Pessoa, Mariano Rodrigues e Padre Belísio. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Na área aqui observada, encontramos alguns tipos de comércio como: uma quitanda, uma loja de venda e concertos de motos e bicicletas, uma loja de material de construção, uma panificadora, duas lanchonetes, duas bancas de apostas e outros pontos comerciais encontrados na Rua João Pessoa. Na Rua Mariano Rodrigues encontramos uma ótica, uma farmácia, um pequeno supermercado e serviços como barbearia, espaço de serviços de informática e correspondente bancário da Caixa Econômica Federal. Entre essas ruas se encontra a Praça Elísio Sobreira, onde se localiza a agência do Banco do Nordeste, um ponto de táxis e um número de 4 (quatro) quiosques que abrigam mercadorias diversas e do setor alimentício.

⁵ Essa denominação tem como razão a instalação no passado da Empresa Inglesa Anderson Clayton neste local (será mais bem explicado no capítulo seguinte).

Na Rua Padre Belísio, localizamos uma galeria com 11 (onze) salas comerciais em um prédio de dois pavimentos (FIGURA 02). Na parte térrea existe uma academia, um salão de estética, uma loja de acessórios femininos, uma loja de confecções e um escritório de advocacia. No pavimento superior, localiza-se um Curso de inglês, um consultório nutricionista, um consultório odontológico e um salão de beleza.

Ao atravessarmos a Rua Padre Belísio, nos deparamos com uma área que antes abrigava o Clube Recreativo 31, demolido no ano de 2004, por ocasião da enchente provocada pelo rompimento da Barragem de Camará⁶ em 17 de Junho de 2004. Atualmente existe uma praça com 4 (quatro) quiosques cada um divididos em 4 (quatro) partes onde encontramos comerciantes de lanches rápidos, almoços, mercadorias diversas e outros serviços do ramo alimentício, com fluxo de consumidores considerável (FIGURA 03). Nas calçadas da sua extensão, que compreende o final da Rua João Pessoa, encontramos vendedores de frutas (manga, seriguela, abacaxi, jabuticaba e outros) vindos das áreas rurais mais próximas.



FIGURA 02: Galeria Comercial na Rua Padre Belísio. **AUTOR:** MARQUES, 2017.



FIGURA 03: Quiosques no espaço do antigo Clube 31. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Ao atravessarmos a ponte em direção a oeste, chegamos a Rua Cônego Firmino Cavalcante. Paralela a essa rua encontramos a Rua Horácio de Albuquerque e a Rua Vidal de Negreiros. Na segunda rua citada destaca-se um edifício comercial construído no CTAG que abriga a Papelaria Diversidade Gráfica e LL Informática (FIGURA 04). Na parte térrea deste prédio, vemos a comercialização de papelaria e material de escritórios em geral, componentes de informática e serviços correlatos, como cópias, plastificações e

⁶ Paiva Júnior (2006) constata que: “Devido as fortes chuvas que ocorreram no estado da Paraíba no ano de 2004, rompeu-se a barragem de Camará, construída no rio Riachão, na bacia do Mamanguape. A violência das águas não respeitou obstáculos e provocou uma devastação na zona rural de Alagoa Nova, Areia e Mulungu e na área urbana de Alagoa Grande, causando mortes e deixando centenas de desabrigados”. In: PAIVA JÚNIOR, Hugo Barbosa de. **Efeitos do rompimento da Barragem de Camará na área urbana do Município de Alagoa Grande-PB.** p. 4.

encadernação. No primeiro andar são disponibilizados alguns serviços, tais como assistência técnica em informática, digitações e artes gráficas, e reabastecimento de cartuchos de tinta para impressoras. No segundo andar se encontra o estoque de todo estabelecimento e por último, a moradia do proprietário.



FIGURA 04: Edifício da Papelaria Diversidade Gráfica e LL informática. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

No decorrer ainda da mesma rua, encontramos alguns estabelecimentos de dimensão maior, cuja extensão vai desta Rua a Rua Cônego Firmino Cavalcante, propiciando que o proprietário destine o mesmo estabelecimento para dois ramos comerciais distintos. A exemplo vemos, uma academia, uma bomboniere, uma loja de produtos e serviços de informática e outros. Também encontramos na mesma rua uma galeria com 6 (seis) pontos comerciais, com loja de confecções, Funerária e central de velório, ótica, loja de suplementos e artigos de academia e uma quitanda. O primeiro andar serve para moradia. Um escritório de provedor de internet, mecânicas e outras lojas de confecções e variedades completam a rua comercial.

A Rua Vidal de Negreiros é uma rua especializada em serviços gerais com predominância em mecânica para automóveis e borracharias. Também encontramos estabelecimentos especializados em concertos de eletrônicos e refrigeração, venda de peças de carros e motos, chaveiro e barbearia. Verificamos que alguns estabelecimentos desse ramo de serviços são encontrados numa galeria, localizada no início da rua. A Galeria

citada possui 18 (dezoito) salas destinadas a comércio e serviço. Na mesma rua encontramos a filial do Laboratório de Análises Clínicas Lacril, que dispõe também consultas especializadas particulares.

Ao término da Rua Vidal de negreiros, se dá o cruzamento com as Ruas Ernesto Cavalcante e Siqueira Campos onde encontrados um comércio variado com uma pizzaria, uma soparia, lanchonetes, óticas, loja de vestuário feminino e uma loja de bicicletas. Na mesma Rua podemos encontrar ainda uma galeria, com 4 (quatro) pontos comerciais, onde em 2(dois) deles foi instalada uma casa de bolo e uma loja de embalagens e descartáveis. Serviços como vidraçaria e mecânica de motos também puderam ser observados na rua citada.

Convergingo para a Rua Cônego Firmino encontramos a Rua Siqueira Campos, onde vemos outra Galeria localizada em grande extensão da rua em dois andares, com 7 (sete) pontos comerciais na parte térrea e 9 (nove) salas no andar acima, conforme vemos na Figura 05. Nesta galeria poderemos encontrar lojas de aviamentos, de confecções, lanchonete, loja de artigos artesanais, serviços de informática e impressões. Vários estabelecimentos comerciais e de serviços foram encontrados: loja para motos e bicicletas, rações de animais; e serviços como: laboratório clínico, clínica protética, escritório de imobiliária e advocacia, salão de beleza e informática.



FIGURA 05: Galeria e outro estabelecimento na Rua Siqueira Campos. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Paralela a Rua Apolônio Zenaide se encontra a Rua Getúlio Vargas, imponente por seus casarões e casas de fachada histórica (FIGURA 06). Porém, alguns serviços foram

encontrados: Casa Lotérica, escritórios de advocacia, policlínicas médicas, laboratórios de análise clínicas, escola de ensino privado e ainda alguns pontos comerciais, como loja de calçados, uma panificadora e um café (FIGURA 07).



FIGURA 06: Casario histórico na Rua Getúlio Vargas **AUTOR:** TEOTONIO, 2017.



FIGURA 07: Panificadora Nossa Senhora Auxiliadora na Rua Getúlio. Vargas. **AUTOR:** SILVA, 2016.

A Rua Francisco Lino Cavalcanti de Miranda se destaca por abrigar a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Boa Viagem e alguns serviços importantes em cartórios de registro notarial.

Estas três últimas ruas citadas circundam as praças centrais: Praça Cônego Firmino Cavalcante, Praça 27 de Março e Praça Dom Adalto. Nessas praças se abrigam comerciantes informais na atratividade que um ponto de encontro oferece, com suas

barracas de lanches. Outros comerciantes demonstram seus produtos nas calçadas das praças, bancas de confecções, fiteiros e nas bancas de milho assado (FIGURA 08). Também encontramos no entorno dessas praças pontos de táxi e moto táxi e uma feira agroecológica organizada nas sextas-feiras pela EMATER (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural) e Secretaria de Agricultura local.



FIGURA 08: Vendedor de milho assado na Praça Dom Adalto. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

2.2.1 As Ruas Tradicionais de Comércio em Alagoa Grande

Pelo considerável número de ruas, o CTAG apresenta uma ampla dinâmica, bem como uma diversidade de formas comerciais. Por esse motivo se faz necessário um recorte da área delimitada tendo por critério tempo de existência dos pontos comerciais. Sendo assim, as principais ruas e mais tradicionais no oferecimento de bens e serviços são: Rua Cônego Firmino Cavalcante, Rua Apolônio Zenaide e Rua Dr. Francisco Montenegro (ver MAPA 02, p. 23). Estas três ruas têm forte relação tempo-espço, ou seja, elas surgiram com a formação da cidade e se mantiveram ao longo de todo seu dinamismo comercial. Faremos a seguir a descrição da sua configuração atual.

Começaremos a descrição pela Rua Cônego Firmino Cavalcante, onde o comércio apresenta-se dividido em ramos e sub-ramos comerciais diversos, atendendo distintas necessidades dos consumidores, conforme a Tabela 02. A distribuição dos seus estabelecimentos é visto no Mapa 03 (ver MAPA 03, p. 36).

TABELA 02: Trecho comercial da Rua Cônego Firmino Cavalcante em Alagoa Grande, ramos e estabelecimentos comerciais segundo participação absoluta e relativa.

	RAMO COMERCIAL	ESTABELECIMENTO	NÚMEROS	
			Abs.	%
RUA CÔNEGO FIRMINO CAVALCANTE (Trecho comercial no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande)	VESTUÁRIO (Confecções e calçados em geral)	São Luiz Moda Grife		
		Tudo é 10		
		Tudo é 20		
		Mega Baby		
Exótica Modas				
		Art Modas		
		Sub-total	06	15,0
	ALIMENTOS (Supermercados, Lanchonetes, Bombonieres, Açougues e Hortifruti)	Supermercado Triunfo		
		Supermercado Água Doce		
		Lanchonete Quitanda do Filé		
		Suco & Cia		
		Lanchonete Carioca		
		Caramelos		
		Frigotil		
		Quitanda do Filé		
		Sub-total	08	21,0
	DIVERSOS (Farmácias, Material de Construção, Perfumaria, Papeleria e Variedades)	Mesquita Ferragens		
		Ki-Encanto		
		Livraria e Papeleria Só de Ler		
		Farmácia Ideal		
		Farmácia Pharmamed		
		Loja Rosa de Saron		
		Magazine & Modas		
		Projetus Material de Construção		
		Impacto Lar Center		
		Farmácia Frei Damião		
		Feitosa Acessórios		
		Sub-total	11	28,0
	MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS	Armazém Paraíba		
		Paulo Móveis		
		Sub-total	02	5,0

SERVIÇOS EM GERAL	Posto Alagoagrandense Escritório de advocacia Apostas Esporte Real Pague fácil Banco do Brasil Banca Sonho da Sorte Salão Fios e Cortes Posto Santa Terezinha		
	Sub-total	08	21,0
EQUIPAMENTOS URBANOS DE SERVIÇOS E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	Prefeitura Municipal de Alagoa Grande Escola Estadual Apolônio Zenaide Fórum da 9ª Zona Eleitoral Salão do Artesanato Mãos Jacksonianas		
	Sub-total	04	10,0
TOTAL DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS E SERVIÇOS		39	100%

FONTE: Pesquisa de campo realizado pelo autor, Fevereiro de 2017.

A Rua Cônego Firmino se apresenta hoje como a principal Rua do CTAG, pois concentra as principais instalações comerciais e de serviços que dão ao consumidor uma variação de ramos comerciais e de serviços, tais como: supermercados, bancos, farmácias, vestuário feminino, masculino, infantil e de calçados, loja de material de construção, móveis e eletrodomésticos, postos de combustíveis e serviços da administração pública (FIGURA 09).



FIGURA 09: Trecho da Rua Cônego Firmino Cavalcante e seus estabelecimentos comerciais. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

O ramo que surte proeminência nesta rua são os estabelecimentos de diversidade contendo um total de 11 (onze) lojas divididas em diferentes formas de comércio como farmácias, livraria e papelaria, loja de variedades que vendem artigos femininos e acessórios, presentes, artigos para o lar, cama, mesa e banho, acessórios eletrônicos, material para construção e ferragens. Em seguida merece destaque o ramo de alimentação com 8 (oito) estabelecimentos, entre supermercados, lanchonetes, açougue e hortifrúti. Desses estabelecimentos, o Supermercado Triunfo ganha destaque na rua pela estrutura e pelo movimento constante dos consumidores (FIGURA 10).



FIGURA 10: Supermercado Triunfo. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

O terceiro ramo comercial que apresenta um número significativo de estabelecimentos é o de vestuário e calçados. Contendo um número de 6 (seis) estabelecimentos, o ramo de confecções atende o público em geral, em lojas de roupas populares e preços acessíveis, mas a Loja São Luiz Moda Grife é a loja que oferece confecções de marca bem como calçados também de melhor qualidade. Em menor número se encontra o ramo de móveis e eletros, representados por 2 (dois) estabelecimentos, no qual podemos destacar entre estes a filial da Loja Armazém Paraíba (FIGURA 11).



FIGURA 11: Loja Armazém Paraíba e Agência do Banco do Brasil na Rua Cônego Firmino Cavalcante.
AUTOR: MARQUES, 2017.

Podemos contar com um total de 27 (vinte e sete) lojas em ramos comerciais e 8 (oito) são os locais que oferecem prestação de serviços como a Agência do Banco do Brasil, correspondente Pague Fácil, Salão de beleza e outros. O número de instalações se completa com os equipamentos urbanos de serviço e administração pública, no qual podemos encontrar uma escola estadual de Ensino Fundamental I, o Fórum Eleitoral da 9ª Zona, um salão onde são expostos artesanatos, locais administrado pela Prefeitura Municipal, como também a sede da Prefeitura Municipal de Alagoa Grande. Ainda foi encontrado 1 (um) estabelecimento fechado sem utilidade comercial no momento.

Ao observar a estrutura das lojas dessa referida rua comercial, percebe-se que as fachadas preservam ainda os traços arquitetônicos dos antigos armazéns que se situavam no centro, dando um aspecto histórico ao lugar. O que se moderniza são as estruturas internas, bem como o oferecimento de produtos cada vez mais atuais do dia-a-dia dos frequentadores.

Dando continuidade à descrição do eixo principal do CTAG, passamos para a Rua Apolônio Zenaide, trecho que oferece um menor número de estabelecimentos em relação às demais aqui descritas, mas que apresenta dinamismo e importância para esse centro. A relação dos ramos e sub-ramos comerciais desta rua é conferida na Tabela 03 e a distribuição dos estabelecimentos é visto no Mapa 03 (ver MAPA 03, p. 36).

TABELA 03: Trecho comercial da Rua Apolônio Zenaide em Alagoa Grande, ramos e estabelecimentos comerciais segundo participação absoluta e relativa.

	RAMO COMERCIAL	ESTABELECIMENTO	NÚMEROS	
			Abs.	%
			RUA APOLÔNIO ZENAIDE (Trecho comercial no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande)	VESTUÁRIO (Confecções e calçados em geral)
ALIMENTOS (Restaurantes, Lanchonetes, Bares e Casas de bolo)	Açaí Mania Pizzaria e Restaurante Suprema Pizzaria Paladar Ery Bolos 5 Boxes (bebidas e lanches) Sub-total	09	33,0	
DIVERSOS (Farmácias, Tecidos, Perfumarias, Variedades)	Feitosa Tecidos O Boticário Loja do Diva Farmácia Varejão Interfarma Farmácia do Trabalhador SP Variedades 1 Box (banca de jogos) Sub-total	07	26,0	
SERVIÇOS EM GERAL	Consultório Odontológico José Coutinho Jr. Iêda Carneiro Serviço Notarial e Registral Consultório Odontológico Dentistas Laboratório de Análises Clínicas Dr. José Inácio Pousada Alvorada Agência dos Correios Sub-total	06	22,0	

	EQUIPAMENTOS URBANOS DE SERVIÇOS E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	Câmara Municipal de Vereadores de Alagoa Grande Sindicato dos Produtores Rurais Memorial Jackson do Pandeiro		
		Sub-total	03	11,0
TOTAL DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS E SERVIÇOS			27	100%

FONTE: Pesquisa de campo realizado pelo autor, Fevereiro de 2017.

O número de estabelecimentos comerciais desta rua é de 18 (dezoito) instalações, divididos entre lojas, boxes e pontos comerciais. Além disso, temos 6 (seis) tipos de serviços oferecidos, contando com ainda 3 (três) locais de serviços públicos (FIGURAS 12 e 13).



FIGURA 12: Estabelecimentos da Rua Apolônio Zenaide. **AUTOR:** MARQUES, 2017.



FIGURA 13: Câmara Municipal de Vereadores e outros estabelecimentos comerciais. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Da mesma forma que na Rua Cônego Firmino Cavalcante, os estabelecimentos da Rua Apolônio Zenaide seguem uma linha de composição histórica, pois na referida rua localizava-se, e ainda se localizam, casario do início da formação da cidade, no qual se constituía ali uma rua mais residencial do que comercial.

A rua aqui descrita que se alinha as praças públicas da cidade, se tornou um local que se destaca pelo ramo da alimentação, contendo 9 (nove) estabelecimentos, sendo duas pizzarias e restaurantes, casa de bolo, lanchonete de açaí. Existem também 6 (seis) boxes que servem de pequenas lanchonetes e bares (FIGURA 14). Estes boxes são heranças do pequeno e antigo terminal rodoviário que ali se localizava. Mesmo com a transferência do

terminal para outro local, o espaço ainda se denomina como “Rodoviária Velha”, contendo esses pontos comerciais.



MAPA 03: Mapa-croqui da distribuição dos estabelecimentos comerciais por setores nos trechos comerciais das Ruas Cônego Firmino Cavalcante e Apolônio Zenaide. **AUTOR:** MARQUES, 2017.



FIGURA 14: Boxes do antigo Terminal Rodoviário no CTAG. **AUTOR:** WANDERLEY, 2016.

Além do ramo alimentício encontramos lojas franquizadas como a loja de vestuário da Henrrero Moda Masculina e a perfumaria O Boticário, uma galeria comercial com 7 (sete) salas comerciais, loja de tecidos, variedades e importados, farmácias e serviços como consultório odontológico, laboratório de análises clínicas, cartório, pousada e uma Agência dos Correios. Os equipamentos de serviços e administração pública ficam a cargo da Câmara Municipal de Vereadores, do Sindicato de Produtores Rurais e do Memorial de Jackson do Pandeiro, este último instalado em um dos casarões históricos da rua observada, administrado pela Prefeitura Municipal de Alagoa Grande.

A última Rua do CTAG que merece destaque e que encerra a delimitação do nosso estudo é a Rua Dr. Francisco Montenegro (FIGURA 15), considerada a mais tradicional do comércio de Alagoa Grande, no que diz respeito ao tempo de atuação de seus comerciantes, bem como pelo considerável número de estabelecimentos, conforme visto na Tabela 04. A distribuição dos estabelecimentos pode ser visto no Mapa 04 (ver MAPA 04, p. 41).

Esta Rua possui o maior número de pontos comerciais e de serviços, sendo um total de 68 instalações que são divididas entre os seguintes ramos comerciais: vestuário, alimentício, como supermercados e mercadinhos, padarias, casas de bolo, hortifrutigranjeiros, sorveterias, entre outros, lojas de variedades, móveis e eletrodomésticos, bem como outros estabelecimentos de serviços (FIGURA 16).



FIGURA 15: Trecho inicial da Rua Dr. Francisco Montenegro. AUTOR: MARQUES, 2017.



FIGURA 16: Estabelecimentos comerciais da Rua Dr. Francisco Montenegro. AUTOR: MARQUES, 2017.

TABELA 04: Trecho comercial da Rua Dr. Francisco Montenegro em Alagoa Grande, ramos e estabelecimentos comerciais segundo participação absoluta e relativa.

	RAMO COMERCIAL	ESTABELECIMENTO	NÚMEROS	
			Abs.	%
RUA DR. FRANCISCO MONTENEGRO (Trecho comercial no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande)	VESTUÁRIO (Confecções e calçados em geral)	Fofuxa Tok Especial Titinha Multimarcas Esquina da Moda Popular Lojão Florêncio Top 7 Mega 5 Confecções Estylo Modas Ele e Ela Modas CC Modas e Presentes		

		A Vaidosa Confeções Freitas Store		
		Sub-total	11	16,0
ALIMENTOS (Supermercados, mercadinhos, Padarias, Lanchonetes, Sorveterias, Açougues e Hortifruti)		Restaurante e Pousada Central Sorveteria Delícia Panificadora Lírio Panificadora Ki-Pão Bolo e Cia Sacolão Ki-Frutas Açougue Sem Nome Lanchonete Sorveteria Tradição Supermercado Canarinho Mercadinho Alves de Macedo Aki Bolos Mercadinho Pague Menos A Fazendinha Supermercado Kratos Serve Bem Mais Supermercado Mercadinho Freitas Lanchonete Melhor Caldo de Cana da Cidade		
		Sub-total	18	27,0
DIVERSOS (Farmácias, Material de Construção, óticas, Perfumaria e Variedades)		Farmacampo Ótica Msn Casa das Bonecas GG Variedades Elma Variedades Elegante Ótica Casa do Belga Super motos Ótica Dois irmãos Farmácia Varejão Interfarma Estrela Cosméticos Agrofarma Boa Viagem Farmácia Veterinária Campo e Cia A Lojinha		

	Vera Variedades Loja de Variedades Sem Nome Kaka Rações Fortunato Construções		
	Sub-total	18	26,0
MÓVEIS E ELETRODOMESTI COS	Decorama Colchões Ortobom		
	Sub-total	02	3
SERVIÇOS EM GERAL	Assistência Funerária Familiar Simples Petshop Beleza Animal Apostas Futebol Fácil Salão de Beleza Banca A Premiada Funerária Dom Vital Will Tech Espaço das Unhas Super motos Salão de Beleza Policlínica Alagoa Grande Motocleta AG Turismo Banco Bradesco SHS Odonto Salão de Beleza Mais Bela		
	Sub-total	16	24,0
EQUIPAMENTOS URBANOS DE SERVIÇOS E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	2ª Cia. de Polícia Militar Mercado Público Municipal Sindicato de Trabalhadores Rurais		
	Sub-total	03	4,0
TOTAL DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS E SERVIÇOS		68	100%

FONTE: Pesquisa de campo realizado pelo autor, Fevereiro de 2017.



MAPA 04: Mapa-croqui da distribuição dos estabelecimentos comerciais por setores no trecho comercial da Rua Dr. Francisco Montenegro. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Conforme análise da Tabela 04, podemos perceber e constatar que o ramo de alimentos ganha destaque nas formas comerciais dividindo-se em sub-ramos na comercialização de gêneros alimentícios em supermercados e mercadinhos (FIGURA 17); alimentação como padarias, restaurante, lanchonetes, bolarias e sorveterias; quitandas e açougues. Um total de 18 (dezoito) estabelecimentos referentes ao ramo.



FIGURA 17: Estabelecimentos Mais Supermercado e Fortunato Construções. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Em seguida os números relativos se referem ao ramo das diversidades, contando também com 18 (dezoito) estabelecimentos. Destacam-se nessas atividades as farmácias na venda de medicamentos e outros artigos de uso pessoal e as farmácias veterinárias e de artigos para o campo, como também óticas, lojas de variedades e de materiais de construção (ver FIGURA 17).

As lojas do ramo de vestuário e calçadista, que atendem ao público em geral, apresentam um número considerável de estabelecimentos, totalizando 11 (onze) lojas. Ultrapassam esse número apenas os estabelecimentos de serviços, sendo estes o número de 16 (dezesseis), nos quais se destacam uma Agência do Banco Bradesco, salões de beleza, *petshop*, serviço funerário e outros tipos de serviços que são oferecidos na rua aqui descrita. Foram ainda observados, 4 (quatro) estabelecimentos fechados.

Em menor número estão as lojas de móveis e eletrodomésticos, onde podemos destacar uma filial da Loja Decorama e uma franquía da marca de Colchões Ortobom. Na mesma rua, encontramos um posto da Polícia Militar do Estado da Paraíba, o Sindicato dos

Trabalhadores Rurais e por fim e de maior espaço, o Mercado Público Municipal, equipamentos sob a administração pública.

Observamos da mesma forma que nas outras Ruas descritas, a estrutura das fachadas antigas, porém alguns proprietários têm procurado o modernismo e a extensão dos seus imóveis, no qual muitos locais apresentam estruturas de até 2 (dois) andares acima do estabelecimento, ou a mudança para fachadas mais contemporâneas.

2.3 A DINÂMICA DO COMÉRCIO TRADICIONAL DE ALAGOA GRANDE E DE SUAS PRINCIPAIS RUAS

O Centro Tradicional de Comércio na cidade de Alagoa Grande se incorpora como o lócus de um cotidiano do fluxo de pessoas cercados por uma diversidade de tipos de comércio e outros estabelecimentos no oferecimento de serviços, bem como local que se localizam os prédios de serviços da gestão pública e privada ligados pelo capital, como descritos no tópico anterior. É a principal forma de acesso dos moradores aos produtos, encontrados em supermercados, farmácias, papelarias, lojas de variedades, móveis e eletrodomésticos. Além disso, é um ponto de encontro frequente ou casual nos restaurantes, bares, cafés, lanchonetes e padarias (FIGURA 18).



FIGURA 18: Dinâmica comercial encontrada na Rua Cônego Firmino Cavalcante. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Levando em consideração o Município em estudo, a hierarquia urbana sobre um olhar da teoria das localidades centrais de Walter Christaller (1933), repensada por Corrêa

(1997, p. 15-40) atende aos municípios circunvizinhos, a exemplo de Juarez Távora (18 km), Alagoinha (20 km), Matinhas (21 km), Alagoa Nova (26 km) e Mulungu (28 km). Assim, Alagoa Grande exerce uma centralidade advinda do seu comércio e serviços, tornando-a um polo de influência. Por sua vez, as insuficiências do comércio e serviços da cidade são supridas por outros centros regionais como Campina Grande (60 km) e Guarabira (28 km).

O centro local incorpora-se no atendimento dos bens e serviços aos distritos, comunidades rurais e a população residente urbana. Em Alagoa Grande o agrupamento destes bens e serviços é encontrado na área central da cidade, que por ter um tempo de atuação considerável no oferecimento de seus produtos se estabelece como o Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande (CTAG), que desde sua formação como cidade atribuem-se todos os fluxos a se convergirem por essa região.

A dinâmica e o fluxo de pessoas e mercadorias tem início as 5:00 horas da manhã quando alguns trabalhadores se dispõem em pontos de ônibus intermunicipais e transportes alternativos na espera da condução que os levará ao trabalho em outras cidades vizinhas. Entre as 6:00 e 7:00 horas é visto a movimentação nas padarias, a ida de alguns trabalhadores para seus serviços e a ida dos estudantes para as escolas. O comércio em geral tem o horário de abertura e início dos trabalhos a partir das 8:00 horas da manhã, com intervalo para o horário de almoço a partir das 12:00 horas e retorno as 14:00 horas. O horário de fechamento das lojas e estabelecimentos começam a partir das 18:00 horas. É importante ressaltar que durante as 2 horas destinadas ao almoço algumas lojas aderem a um sistema de revezamento de funcionários permitindo o comércio aberto em tempo integral.

À noite a dinâmica muda completamente. Foram constatadas através de observações em período noturno que é visível as ruas do CTAG vazias, porém as ruas que abrigam bares, lanchonetes e restaurantes permanecem fornecendo a sua atratividade, principalmente aos finais de semana, são elas as Ruas Apolônio Zenaide e Getúlio Vargas (ver MAPA 02, p. 23). As praças públicas que são o lócus da sociabilidade urbana se localizam no centro destas ruas abrigando o comércio informal, atendendo esse momento de encontro, onde podemos observar barracas ou *trailers* vendendo lanches, barracas de bebidas, algumas fornecendo churrasco em espetos, e por ser esse lugar de encontro e do

espaço livre, atraindo eventos no coreto e seu entorno como, parques, apresentações culturais ou eventos promovidos por igrejas evangélicas locais.

Voltando às observações durante o período diurno, ao andarmos pelas ruas do CTAG, analisamos o fluxo intenso de veículos como carros, motos, caminhões e ônibus. Esse fluxo se dá pelo considerável número da frota de veículos do município que segundo dados do IBGE (2016) são 5.148 unidades que circulam diariamente pela cidade. Porém, além desse montante, Alagoa Grande conta com a passagem de vários outros veículos pelas suas principais vias. Entre eles podemos observar principalmente o tráfego de veículos de maior porte como caminhões, carretas e ônibus intermunicipais.

A razão para esse fluxo nas ruas principais do CTAG se dá pela localização da cidade em relação às demais localidades vizinhas, pois as mesmas dão acesso ou passagem para às rodovias estaduais PB-079 com uma saída para Juarez Távora, chegando à rodovia federal BR-230 sentido João Pessoa a Campina Grande, e outra saída para a cidade de Areia chegando até a rodovia federal BR-104, destino também à Campina Grande. Como também a rodovia estadual PB-075 com saída para a cidade de Alagoinha e destino para a cidade de Guarabira.

Em alguns momentos, principalmente em horários de pico, entre 11:00 e 12:00 horas ou entre 17:00 e 18:00 horas é possível verificar o maior fluxo de veículos, havendo constantes congestionamentos nas ruas do CTAG, entre elas nas ruas Presidente João Pessoa, Padre Belísio, Cônego Firmino Cavalcante e Dr. Francisco Montenegro, conforme Figuras 25 e 26.



FIGURA 19: Congestionamento de veículos na Rua Presidente João Pessoa. **AUTOR:** WANDERLEY, 2016.



FIGURA 20: Congestionamento de veículos na Rua Cônego Firmino Cavalcante. **AUTOR:** WANDERLEY, 2016.

Os diversos tipos de mercadoria que são encontrados a venda nos estabelecimentos provém de várias origens. Elas podem ser adquiridas pelos proprietários em outros centros de comércio de cidades maiores, centros de distribuição ou por representantes dos produtos a serem comercializados. Através da pesquisa, podemos constatar a seguinte origem das mercadorias encontradas no CTAG, conforme gráfico da Figura 21.

Podemos perceber que os produtos comercializados no CTAG são adquiridos principalmente de centros de comércio de outras cidades, comprovamos através dos dados em pesquisa que cidades como Campina Grande, Guarabira, João Pessoa na Paraíba e Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe, em Pernambuco, bem como a grande metrópole brasileira São Paulo são alguns dos locais que os comerciantes procuram suas mercadorias para revenderem nos seus estabelecimentos em Alagoa Grande.

Os representantes comerciais também se fazem presente nos estabelecimentos agenciando pedidos às empresas que representam, apontados como outra fonte de garantia de seus itens. Em outros estabelecimentos, principalmente em lojas maiores os centros de distribuição são responsáveis de abastecer o comércio com produtos de seus fornecedores, é possível verificar no CTAG, um significativo número de transportes advindos dessas distribuidoras. Logo, podemos considerar o Centro da cidade como o lugar do fluxo não apenas de pessoas, mas também das mercadorias.

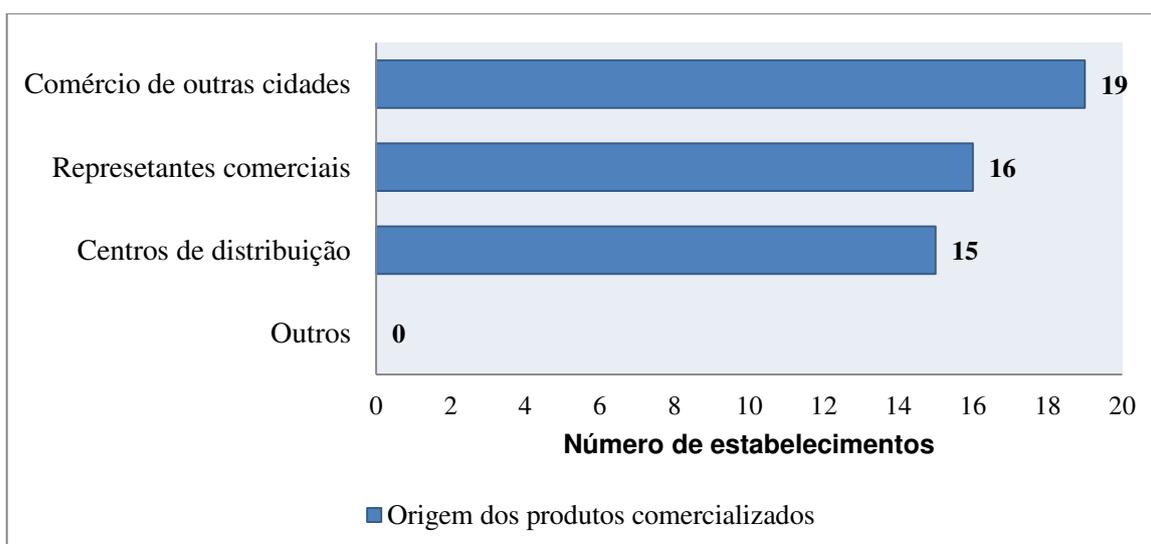


FIGURA 21: Gráfico da origem dos produtos comercializados nos estabelecimentos do Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Como podemos ainda perceber no Mapa 04 (ver MAPA 04, p. 41), a Rua Dr. Francisco Montenegro se alinha as ruas que servem de espaço para a Feira Livre de Alagoa Grande, logo a mesma Rua também aloca bancas de feirantes nas calçadas, ou no meio fio (FIGURA 23). A dinâmica dessa rua muda completamente nos dias da feira que são aos Sábados e Quartas-feiras, principalmente aos Sábados quando o volume da Feira é maior tanto em número de bancas e como de consumidores, como podemos ver na Figura 22.



FIGURA 22: Vista parcial da Rua Dr. Francisco Montenegro (à direita) e Feira Livre de Alagoa Grande (à esquerda). **AUTOR:** WANDERLEY, 2016.

É possível observar nos dias da Feira Livre que o comércio lojista da Rua Francisco Montenegro é mais utilizado, pois os consumidores advindos da zona rural e distritos ao fazerem suas compras na feira, visitam constantemente os estabelecimentos comerciais desta rua, como também se utilizam dos serviços prestados. Outra coisa que podemos ressaltar é o fluxo de pessoas que precisam passar pela mesma rua para chegar à feira, tornando-se assim a feira uma aliada atrativa para consumidores do comércio da rua.

O Mercado Municipal é um espaço público de comércio na cidade que é aberto não apenas em dias de feira, mas também durante a semana (FIGURA 24). Ainda muitos comerciantes se utilizam desse espaço para fixar seus pontos de comércio, sobretudo da venda de gêneros alimentícios que são vendidos de forma ainda tradicional.



FIGURA 23: Dinâmica comercial em dia de Feira Livre. AUTOR: MARQUES, 2017



FIGURA 24: Mercado Público Municipal de Alagoa Grande. AUTOR: MARQUES, 2017

Dentro da análise do visível de um Centro Tradicional como o de Alagoa Grande, percebemos que o mesmo não é formado apenas por ruas que abrigam os espaços físicos de comércio por longas datas, mas também das pessoas inseridas, do fluxo de mercadorias, movimentos e dinâmicas intrínsecas nele que o leva a resistir frente às novas modalidades de comércio. Em Alagoa Grande, o seu Centro Tradicional no presente, ainda está ligado ao vivo espaço que ainda reproduz o capital e o social, tornando-se um lugar que exerce importância relativa para toda a cidade que necessita da sua oferta de bens e serviços e ligação com seu passado.

3. PRODUÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DE UM CENTRO COMERCIAL: uma análise regressiva em Alagoa Grande

Para Vargas (2000, p. 1), desde o início das civilizações, o comércio e a cidade têm uma relação íntima, que os leva a uma convivência em comum na troca de benefícios, o que ela chama de simbiose. Quando estão separados não há significado, enfraquece, torna-se estagnado. Ela também nos diz que: “Ambos são causa e efeito da mesma centralidade que pressupõe o encontro do fluxo de pessoas, mercadorias, ideias e mensagens”. Logo, podemos considerar que o centro de comércio como forma espacial advinda de um processo de centralidade, além da junção de vários pontos comerciais e outros serviços precisa-se haver a troca mútua de benefícios como a geração de renda e trabalho para a cidade, estabelecendo-se também o contrário, provocando passos de desenvolvimento para ambos. Além disso, este deve ter inserida em sua paisagem o encontro de pessoas, produtos e mensagens, como também uma forma de centralidade.

Não diferente de tantas cidades que se desenvolveram a partir do comércio, Alagoa Grande tem na prática mercantil o viés para início de seu progresso como cidade. Tendo como principal produto o algodão e os derivados da cana-de-açúcar, como a rapadura, a aguardente e o açúcar, e as fibras e produtos advindos do sisal, matéria-prima originada do agave. Todos estes produtos eram comercializados dentro e fora do Estado da Paraíba, como também para fora do país, tornando-se assim o município e a cidade um Polo Regional.

Para darmos início ao segundo momento da pesquisa a partir do método de Lefebvre, denominado de Analítico-regressivo, pretende-se aqui fazermos um retorno ao passado como forma de se entender o presente. Martins (1996, *apud* SANTOS, 2016, p. 21) explica essa etapa do método como sendo “a decomposição do todo em partes para captar o movimento contraditório a partir de temporalidades diferenciadas de cada relação social o que, no plano do cotidiano, aparece como contemporâneo”.

Assim, voltar no tempo é resgatar do passado uma análise da realidade inicialmente descrita, no qual podemos compreender o surgimento e transformações ocorridas no processo de produção do espaço de comércio. É preciso ressaltar que o comércio e exportação dos produtos anteriormente falados como protagonistas na origem da cidade atuaram como coadjuvantes para o surgimento do comércio lojista, seu

crescimento e transformação do que vemos hoje, a partir das interinidades dos processos econômicos que ajudaram as ruas que abrigaram casas comerciais, armazéns e lojas a se tornarem dentro da cidade o Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande, bem como o encontro social.

Logo, usaremos como base os estudos históricos de José Avelar Freire (1996, 2000 e 2015) que em suas produções destaca um passado de glória e de grande desenvolvimento da cidade de Alagoa Grande, bem como o processo de decadência da economia propulsora de tal desenvolvimento que levou a cidade ao desaceleramento e estagnação econômica com impactos para o seu centro de comércio. Tais fatos ajudam no entendimento das temporalidades em consonância do estado atual do comércio e seu centro tradicional.

De acordo com Freire (2002), a ocupação do interior paraibano se dá por volta de 1664, quando chegam muitos criadores de gado e instalam suas fazendas a partir da concessão de sesmarias, as primeiras em Alagoa Grande tendo registro a partir do ano de 1708. Porém para Freire (2002) antes de 1708⁷, Pedro Cardoso e Domingos da Rocha já possuíam terras, sendo estes os fundadores do território alagoa-grandense.

Inicia-se então a formação territorial do que viria se tornar o município e a cidade séculos depois, a partir de fazendas de gado e utilização da terra para a agricultura. Solos estes férteis de terra roxa estruturada⁸, para a plantação do algodão herbáceo que se tornou a maior riqueza econômica de Alagoa Grande. Partindo como ponto inicial para a colonização as terras das proximidades da Lagoa do Paó, onde foram construídas as primeiras habitações por famílias luso-brasileiras, algumas destas importantes na época colonial. O que veio a acontecer após a chegada dos primeiros colonizadores marca o estabelecimento de um povoado, cuja evolução ao que veio se tornar a cidade atende de acordo com a linha do tempo na Figura 25.

⁷ Acredita-se, segundo o mesmo autor, que os primeiros colonizadores tomaram posses de terras no então chamado Sertão do Paó (primeira denominação do município) por volta do ano de 1700.

⁸ Tipo de solo caracterizado pelos estudos do Departamento de Solos do Centro de Ciências agrárias da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Campus Areia, 1995.

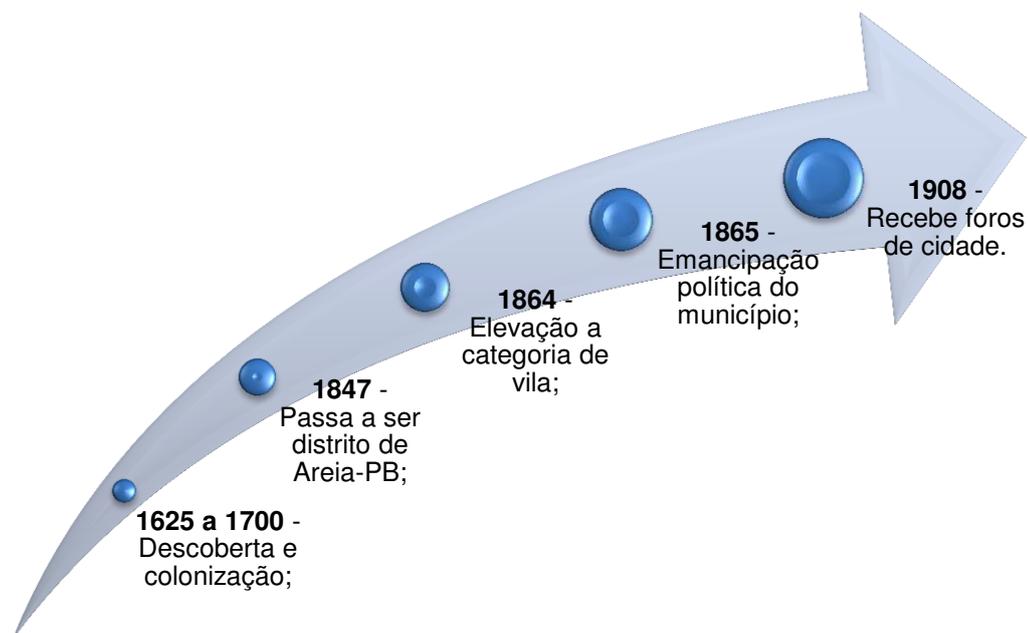


FIGURA 25: Linha do tempo e evolução territorial de Alagoa Grande. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

Entender a origem da cidade a partir da colonização do seu território vem trazer como importância a relação da existência do centro, a inclusão das primeiras formas de sociedade na associação do processo de reprodução urbana, que nasce no meio rural. Villaça (1998, p. 238), diz “nenhuma área é ou não é centro; como fruto de um processo – movimento – torna-se centro”. Assim, a cidade surge e é regida pela lógica do capital, criando processos sociais, onde o espaço cresce e toma as proporções urbanas. Com ele o centro da cidade assume grande influência na centralidade exercida aos demais espaços que o circundam.

Freire (2002, p. 55) registra em sua obra a conferência sobre a cidade de Alagoa Grande e as palavras proferidas por Celso Mariz⁹ em 1949. Este traz em sua fala algo importante ao que diz respeito de como se encontrava a Vila de Alagoa Grande, no ano de 1901, na qual, “A cidade alinhava 760 casas urbanas, 20 estabelecimentos de secos e molhados, sem contar as quitandas e tabernas, e nove de tecidos e mildesas, alguns destes de alto movimento para a época”. Através desta descrição, percebemos que a dinâmica comercial à época era de um pequeno comércio, simples e de acordo com as necessidades da população ali existente. Os estabelecimentos de “secos e molhados” seriam o que hoje são os mercadinhos e supermercados fornecendo os produtos alimentícios como o feijão e

⁹ Celso Mariz era bacharel em Direito, jornalista, cronista e historiador. Sua conferência sobre Alagoa Grande foi proferida no Teatro Santa Ignês em julho de 1949, a convite do Governador da Paraíba Oswaldo Trigueiro de Albuquerque Mello, que era natural de Alagoa Grande.

o arroz que eram vendidos a quilos direto das sacas, como também as carnes secas. As quitandas forneciam frutas e verduras. Também existiam tabernas que serviam de diversão aos moradores e pousada aos viajantes que ali passavam. Os estabelecimentos de tecidos e miudezas completavam o meio comercial do que era necessário para a costura das roupas, vendendo além do tecido, a linha e os botões e outros utensílios para a casa.

A partir do mesmo ano de 1901 foram inaugurados os trilhos que trouxeram o trem e o desenvolvimento para a cidade. Ainda usando as palavras de Mariz de acordo com Freire (2002, p. 55), na entrada do século XX “houve um sopro forte de progresso. [...] A comarca, antes supressa por plano de reforma ou injunção política, foi restaurada naquele mesmo ano, e tomaram outro vulto a sociedade, as construções e o comércio”. Vemos então que a chegada do trem a Alagoa Grande crava um marco de mudança na virada do século, e junto a essa mudança o pequeno comércio rústico toma proporções de gerar centralidade à localidade e assim tornar-se um centro.

Corrêa (1989, p. 36), ao falar sobre processos e formas espaciais e a gênese de uma área central relaciona a acumulação de capital e a reprodução social como importantes para a ocorrência de uma série de processos sociais. “Esses processos criam funções e formas espaciais, ou seja, criam atividades e suas materializações, cuja distribuição espacial constitui a própria organização espacial urbana”. Tanto processo quanto forma são produtos do capitalismo, consequência das ligações do mundo exterior a cidade envolvendo fluxos capitais, mercadorias, pessoas e ideias. Nisso os transportes inter-regionais tiveram uma grande importância, principalmente o transporte ferroviário como nos afirma Corrêa (1989):

Com a Revolução Industrial, as ligações da cidade com o mundo exterior a ela ampliaram-se qualitativa e quantitativamente. Nesta ampliação as ferrovias tiveram um papel de destaque, tornando-se, a partir da segunda metade do século XIX, o mais importante meio de transporte inter-regional. (CORRÊA, 1989, p. 38).

Nesse sentido, os transportes inter-regionais e trazendo essa colocação para o início do século XX (época em que se detêm a pesquisa), sua configuração no território pode possibilitar diversos condicionamentos na dinâmica de atratividade no que diz respeito à instalação de estabelecimentos a partir do seu ponto final ou de encontro com o espaço urbano, como nos acrescenta Corrêa (1989) acerca dos terminais dos transportes ferroviários:

Próximas a estes terminais, vão se localizar aquelas atividades, muitas delas então nascentes ou em ampliação, voltadas para o mundo exterior à cidade, o comércio atacadista, depósitos, escritórios, e a indústria: a localização junto aos terminais de transporte era essencial, significando diminuição de custos. (CORRÊA, 1989, p. 39).

Corrêa (1989) afirma que se estabelecer próximo aos terminais ferroviários significava a diminuição de custos, ou seja, as despesas com o transporte dos produtos até os vagões do trem, ou das mercadorias para os estabelecimentos. Assim, gerava maior facilidade quanto à acessibilidade. Trazendo essa colocação para a pesquisa percebemos que ao identificar a localização de indústrias de beneficiamento, outras fábricas e armazéns, estas vieram a se estabelecer nas ruas onde se delimita o centro da cidade ou em suas adjacências, próximas a estação do trem, como podemos observar no Mapa 05 (ver MAPA 05, p. 54) que mostra a configuração do espaço central de Alagoa Grande até meados do século XX. Corroborando tal colocação do autor citado, Freire (2002) através de Luna (1995) assim fala sobre o espaço próximo do terminal em Alagoa Grande e as relações socioeconômicas:

O final da linha de ferro, no entanto, deu mais vida ao lugar, além de ter contribuído para o desenvolvimento do seu comércio, facilitando o intercâmbio entre as firmas locais e grandes empórios da capital da Paraíba e de Pernambuco. Trens de carga deixavam a estação, todos os dias, levando os produtos manufaturados e voltavam abarrotados de mercadorias. [...] Alagoa Grande até aí, desconhecia a recessão, o desemprego e não havia fome e miséria em seu território. (LUNA, 1995 *apud* FREIRE, 2002, p. 94-95).

Quando Luna (1995) indaga sobre a riqueza quanto ao poder aquisitivo e social da população dialoga com outra coisa importante que Corrêa (1989, p. 39) destaca: “Essas atividades criaram enorme mercado de trabalho”. Logo podemos perceber que, no caso de Alagoa Grande a geração de empregos nas indústrias de beneficiamento do algodão e agave, ou em outras naturezas de ocupações que necessitavam de mão-de-obra motivou a prosperidade no lugar, bem como o fluxo de pessoas na cidade. O vai e vem dos empregados e operários para o seu lugar de emprego e a volta para casa causou o surgimento de outros estabelecimentos, os comerciais e outros serviços e assim gerando centralidade.



MAPA 05: Mapa-Pictográfico de espacialização da área central de Alagoa Grande no século XX. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

A idealização de uma linha férrea em Alagoa Grande surge em 15 de julho 1871 quando a regente imperial Princesa Isabel assina o decreto nº: 4.838/1871 concedendo autorização ao Conselheiro Diogo Velho Cavalcanti de Albuquerque e outros, para organizarem uma companhia que se incumbia de construir uma estrada de ferro econômica entre a Parahyba do Norte (hoje município de João Pessoa) e a Alagoa Grande, com ramificações para a vila do Ingá (hoje município de Ingá) e da Independência (hoje município de Caiçara).

Então foi feita uma extensão da linha do povoado de Camarazal (hoje município de Mulungu) pela companhia inglesa *The Conde d'Eu Railway Company Limited* (companhia que trouxe os primeiros trens a Paraíba), que posteriormente passou os trabalhos de construção para a também inglesa *Great Western of Brazil Railway* e assim foi inaugurada a linha e sua estação em 1 de julho de 1901, com um ramal de apenas 33 quilômetros. Freire (1996, p. 11) fala sobre a função da chegada da linha ferroviária sendo esta “para dar escoamento principalmente à produção algodoeira de Alagoa Grande, foi o grande sinal de que a economia do município, que tinha esse produto como o seu grande esteio, estava bem estabilizada no início do século”.

De acordo com Freire (1996), o beneficiamento¹⁰ do algodão para ser vendido era feito nas próprias propriedades onde eram cultivados, em 1909 existiam 20 máquinas movidas a vapor de descarregar algodão. Após a chegada do trem como foi aqui explanado, foi necessário o produtor estar mais próximo da estação para assim diminuir os gastos com o transporte do plantio beneficiado. Então, já na década de 1910, surgem cinco firmas alagoa-grandenses para também beneficiar o algodão que se instalam na cidade. Localizadas na época a “Rua da Areia” (atual Rua Cônego Firmino Cavalcante), a Rua onde hoje se denomina a Rua Horácio de Albuquerque, a “Rua do Rio” (atual Rua Ernesto Cavalcante) e a “Rua da Baixinha” (Atual Rua Frei Alberto). Estas funcionaram até 1937, pois fecharam em decorrência da alta concorrência que sofria com as grandes indústrias que apareceram para também beneficiar e exportar o algodão que a cada ano crescia sua produção.

Como exemplo, em 1918, se instala em Alagoa Grande na “Rua Buenos Aires” (Atual Rua Presidente João Pessoa) a norte-rio-grandense Wharton Pedroza, primeira

¹⁰ O termo beneficiamento se refere à separação da fibra do caroço e limpeza do produto.

indústria construída para o beneficiamento do algodão de tipo herbáceo, não apenas de Alagoa Grande, mas de outros municípios do Brejo paraibano, parte do cariri e alguns municípios do Rio Grande do Norte. Seu teor industrial era dos mais modernos da época “com as máquinas funcionando sob impulso de um motor à explosão gerado pela força da água [...] proporcionando empregos para dezenas de trabalhadores” (FREIRE, 1996, p. 13). Três dos armazéns construídos por essa indústria ainda se encontram no mesmo local, o que veio depois ter outras utilidades dentro do seu espaço, mas hoje os armazéns permanecem fechados como vemos na Figura 26.



FIGURA 26: Armazéns construídos pela empresa Wharton Pedroza. **AUTOR:** MARQUES, 2017.

No ano de 1928 o progresso econômico da agricultura do algodão só aumentava, atraindo às terras de Alagoa Grande empresas multinacionais para beneficiar a matéria-prima e assim aumentar o crescimento do meio urbano, na construção de mais armazéns e a garantia de um grande número de empregos que gerava renda para o comércio local. A primeira e importante indústria estrangeira que se estabelece nesta cidade é a inglesa *Anderson Clayton Company*, que comprou o maquinário e os armazéns da Wharton Pedroza. Porém aumentou o número de armazéns, construindo dois grandes e mais três pequenos. Outro fator importante com a chegada dessa multinacional foi a geração em alto teor dos empregos na cidade, Freire (1996, p. 17) diz sobre essa empresa que “era empregado em períodos de maior movimento quando operava em três turnos, cerca de 500 operários e em torno de 20 outros empregados”.

Por volta de 1935, a multinacional Anderson Clayton termina seu primeiro período de atuação em Alagoa Grande, e dá lugar a empresa paraibana Sociedade Anônima

de Expansão Comercial e Industrial, a SOECIA, que comprou os armazéns e maquinários para dar continuidade ao beneficiamento do algodão. A SOECIA constrói ainda mais dois grandes armazéns na cidade. No ano de 1936, chega à cidade e se instala a segunda empresa multinacional estrangeira vinda da Argentina, tendo por nome Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro, a SANBRA, com o intuito também de beneficiar o algodão que continuava em alta nas terras alagoa-grandenses, empregando grande número de mão-de-obra, crescendo ainda mais a geração de emprego e renda na cidade. Os armazéns e a indústria da SANBRA foram construídos localizados numa elevação acima da estação ferroviária, com entrada onde hoje se situa a Rua Gedeão Amorim, com enormes armazéns que eram avistados em vários pontos da cidade como podemos ver na Figura 27.

Nos primeiros anos da década de 1940, com o intuito de beneficiar o algodão, Martiniano e Euclides Nascimento chegados de Campina Grande fundam a Empresa Nascimento & Cia. com a compra do maquinário e armazéns da SANBRA, ficando denominado como CONDE, nome fantasia muito conhecido até nos dias atuais, quando seus armazéns ainda resistiam ao tempo, como podemos ver na Figura 28. Porém a partir de 1945, quando a produção e beneficiamento do agave surgiram e estouraram em Alagoa Grande, a CONDE começou também a beneficiá-lo junto ao algodão, gerando emprego nas fases de maior movimento de até 600 operários, ampliando os armazéns e construindo novos, dando um total de 8 grandes galpões, bem como o aumento do maquinário para dar força a produção



FIGURA 27: Vista parcial de Alagoa Grande com destaque ao fundo os armazéns da indústria SANBRA. **AUTOR:** Desconhecido, Ano não identificado.



FIGURA 28: Ruínas dos armazéns construídos pela SANBRA, após anos 1940 denominada de CONDE da firma Nascimento & Companhia. **AUTOR:** MARQUES, 2013.

O agave continuou crescendo nos anos 40 e com isso trouxe de volta a multinacional inglesa Anderson Clayton, que voltou com o intuito de beneficiar esse vegetal, comprando o maquinário e os armazéns da SOECIA. Empregando 400 pessoas e exportando seu produto para os Estados Unidos, Canadá, Alemanha e Inglaterra. A SOECIA não se retira de Alagoa Grande, apenas se desloca para um armazém na “Rua da Areia”, deixando o algodão e trabalhando apenas com o agave e empregando cerca de 100 operários.

Ainda há registros de beneficiadoras de agave na cidade de Alagoa Grande como o armazém e beneficiador de agave de propriedade de Gedeão Amorim na “Rua Buenos Aires” nos anos 1940. Entre 1945 até 1956 funcionou a beneficiadora de João Galvíncio de Oliveira na “Rua da Areia” e na primeira metade da década de 1960 esteve em atividade a Beneficiadora de agave Borborema na “Rua do Rio”.

Em 1958, é criada em Alagoa Grande a Cooperativa Agrícola Mista de Alagoa Grande, a COMAG. Sua finalidade era de financiar os seus 19 sócios na produção do agave, bem como beneficiar e exportar o produto com sede na Rua Cônego Firmino Cavalcante e indústria instalada na Rua Horácio de Albuquerque, chegando a proporcionar emprego para cerca de 70 pessoas, segundo dados do autor Freire (1996). Finalizando sobre as várias indústrias que passaram por Alagoa Grande beneficiando o seu algodão e posteriormente o agave e de outras localidades da região, a última empresa que chega em 1972, para beneficiar o agave é a campinense COOPERSISAL, alugando os maquinários e os armazéns da CONDE que se retiraram por razões do enfraquecimento das exportações. A COOPERSISAL acaba resistindo até o ano de 1975.

Além de uma economia voltada para a produção, industrialização e exportação de matérias-primas advindas do algodão e do agave, como também a produção de derivados da cana-de-açúcar nos engenhos e na usina, Alagoa Grande contou no passado com a instalação de algumas fábricas, curtumes que exportavam couro para os Estados Unidos, cerâmicas de tijolos e moinhos de café em sua área urbana, principalmente no setor próximo ao terminal ferroviário, provocando a geração de emprego e renda aliada à economia, bem como a reprodução social (TABELA 05).

TABELA 05: Fábricas e outros elementos de produção material instaladas em Alagoa Grande no século XX.

PERÍODO	ELEMENTO MATERIAL
Até 1934	Curtume São José
De 1935 a 1942	Fábrica de móveis
Da metade dos anos 1930 a 1940	Fábrica de tintas
De 1940 Até 1941	Fábrica de cordas
Dos anos 1930 até 1964	Fábrica de calçados Levi
Da segunda metade dos anos 1930 até metade dos anos 1940	Fábrica de redes
Anos 1940	Tipografia
Anos 1950	Tipografia
Da primeira metade dos anos 1950 até 1976	Fábrica de doces
Da primeira metade dos anos 1950 até 1960	Curtume Santo Antônio
Segunda metade dos anos 1950	Fábrica de sabão
Anos 1960	Curtume São José
De 1963	Cerâmica São José
Do início dos anos 1960	Fábrica de sabão
De 1963 até o final dos anos 1960	Moinho de café Dois Irmãos
De 1965 até o final dos anos 1960	Moinho de café Tibiri
Do final da década de 1970	Fábrica de móveis, esquadrias e porteiras.
De 1978 até 1993	Cerâmica Avenca

FONTE: FREIRE, 1996.

Diante desse contexto histórico inicial, sustentamos o seguinte ponto de vista, os locais onde se situam hoje as Ruas Presidente João Pessoa, Mariano Rodrigues, Cônego Firmino Cavalcante, 7 de Setembro, Padre Belísio, Horácio de Albuquerque, Vidal de Negreiros e Ernesto Cavalcante, se configuraram como o setor industrial urbano em Alagoa Grande, por abrigar indústrias de beneficiamento do algodão e do agave bem como seus grandes armazéns de estoque e outras fábricas de diversos produtos fora do setor do algodão-agave.

Já as Ruas Apolônio Zenaide, Getúlio Vargas, Francisco L. C. de Miranda e D. Pedro II, se configuravam uma área totalmente residencial, prova disso são seus casarões existentes (tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico da Paraíba), onde moravam as classes de melhor poder aquisitivo, seriam estes os senhores de engenho, políticos, magistrados e outros como vemos na Figura 29. A classe subalterna residia em ruas adjacentes a essas.

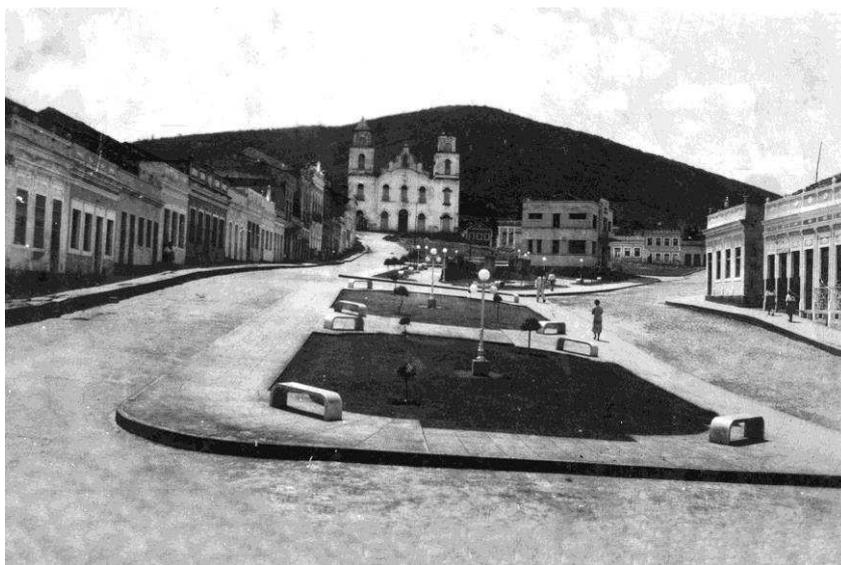


FIGURA 29: Vista parcial das atuais ruas Apolônio Zenaide, Getúlio Vargas e Francisco de Miranda no ano de 1941. **AUTOR:** Desconhecido.

Com isso a Rua Dr. Francisco Montenegro, muito conhecida antigamente pelo nome de “Rua do Livramento” se constituía a rua principal do desenvolvimento do comércio e dos serviços na cidade até meados do século XX. (Ver MAPA 05, p. 52).

É importante a ressalva que na área industrial anteriormente falada também poderia estar estabilizado pequenos comércios (bodegas e armazéns), porém em diminuto número, vindo à ascensão a partir dos anos 30, que surgem com a utilização dos armazéns ou outros espaços construídos partindo assim a instalação de comércios, principalmente os localizados na antiga “Rua da Areia”, na atual Rua Cônego Firmino Cavalcante. Os comércios da Rua Apolônio Zenaide surgem bem depois, quando moradores tornam suas casas pontos comerciais pela atração de estarem próximo a um importante lugar de encontro de consumidores, o largo da Igreja Matriz e as praças constituídas em seu centro.

Para Corrêa (1989, p. 40) “A área central é assim, e em grande parte, um produto da ação dos proprietários dos meios de produção, ainda que o Estado fosse chamado a intervir”. A intervenção do Estado se dá quando este atua na criação de “condições de

realização e reprodução da sociedade capitalista, isto é, condições que viabilizem o processo de acumulação e reprodução das classes sociais e suas frações” (p, 26). Nisso podemos considerar dentro do objeto de estudo, planos de reforma do meio ainda natural para o urbano criando vias de tráfego, sistemas de energia, água e esgotamentos sanitários, modificação de todo espaço físico da cidade, como consumado e verificado na Figura 30.



FIGURA 30: Vista parcial da cidade de Alagoa Grande meados do século XX. **AUTOR:** Desconhecido, Ano não identificado.

3.1. AGENTES SOCIAIS E ECONÔMICOS NA PRODUÇÃO ESPACIAL E O FORTALECIMENTO DO COMÉRCIO LOCAL NO SÉCULO XX

Os agentes da produção do espaço realizam processos relacionados ao setor econômico e ao meio urbano, vindo a refletir para o comércio e a sociedade local. Como tratado anteriormente, esses agentes dizem respeito aos proprietários dos meios de produção e ao Estado, no qual Corrêa (2014, p. 44) expõe que a partir da ação desses agentes, o espaço é produzido, impregnado de materialidades, como os centros urbanos munidos de áreas comerciais e fabris. Eles são agentes sociais, pois estão intrínsecas as relações da sociedade.

Ainda usando Corrêa (2014), ele explica sobre os agentes sociais, no qual diz que:

Os agentes sociais da produção do espaço estão inseridos na temporalidade e espacialidade de cada formação socioespacial capitalista. Refletem, assim, necessidades e possibilidades sociais, criadas por processos e mecanismos que muitos deles criaram. E são os agentes que materializam os processos sociais na

forma de um ambiente construído, seja rede urbana, seja o espaço intraurbano. Afirma-se que processos sociais e agentes sociais são inseparáveis, elementos fundamentais da sociedade e de seu movimento. (CORRÊA, 2014, p. 43-44).

A produção do algodão cresceu a partir da metade do século XIX em Alagoa Grande e o escoamento que era feito de forma tradicional por meio dos tropeiros de burros, passou a ser transportado pela linha férrea, a partir do ano de 1901, transformando-se em um caminho mais rápido e de condução de carga maior, ou seja, diminuía-se por esse meio de transporte o tempo gasto para se chegar aos portos de exportação e com maiores quantidades de produção beneficiada. É importante destacar que o trem que saía de Alagoa Grande para a Capital não levava apenas a produção local, mas também de outras partes da região ou até de fora do Estado (FIGURA 31), como nos afirma Freire (1996):

O trem passou ainda a transportar o algodão produzido por outras partes do Brejo, das regiões do Cariri e do Sertão e de alguns municípios do Rio Grande do Norte passando a não ser só um fator importantíssimo para o aumento do progresso geral de Alagoa Grande (além do escoamento do algodão e da rapadura, como meio de transporte de mercadorias e de passageiros, trazia novas riquezas econômicas e sócio-culturais), mas da atividade algodoeira em muitos municípios, que passaram a ter a partir de nossa cidade, um meio de transporte bem mais eficaz em capacidade de volume e de rapidez, para levar esse produto até a Parahyba. (FREIRE, 1996, p. 11).

Esse poder centralizador da linha ferroviária se deu em decorrência de não haver no Estado outro polo que permitisse o escoamento das produções além da região brejeira. Isso aconteceu, pois ainda não existia o caminho de ferro no município de Campina Grande, que só veio a chegar ao ano de 1907, mudando totalmente esta configuração do escoamento das cidades paraibanas, constituindo-se uma nova rede urbana de polarização.



FIGURA 31: Foto de 1950 mostrando o trem em funcionamento em Alagoa Grande. **AUTOR:** Desconhecido, 1950.

Todo início de progresso que o trem trouxe a partir do ano de 1901, veio dar esperanças ao comércio local da época, pois com o caminho de ferro e a centralização de Alagoa Grande como detentora desse meio de transporte na região veio “terminar a degradação do comércio local, mesmo porque ele se achava isolado, abatido e extenuado” (FREIRE, 1996, p. 115). O comércio assim se encontrava, pois o que era produzido nas terras antes era transportado por outras vias, ou seja, não havia um incentivo de prosperidade local.

Além do algodão produzido nas terras de Alagoa Grande, existiam muitos engenhos produzindo aguardente e a rapadura que era muito utilizado nas casas como ingrediente adoçante de pratos e bebidas ainda nos primeiros anos do século XX. O número de engenhos nesse período era de 26 que também produzia em pequena quantidade o açúcar bruto (tipos preto, vermelho e amarelo) e o açúcar sumeni, do tipo mascavo como conhecemos hoje. No decorrer dos anos os engenhos chegaram ao número de 40, dando serviço a centenas de trabalhadores e abrigando em suas terras, milhares de moradores. Assim percebemos que a cana-de-açúcar tinha um forte poder econômico, tornando-se assim a segunda maior riqueza produtiva de Alagoa Grande na época.

Para dar maior força ao poder econômico que a cana-de-açúcar exercia junto ao algodão, em 1926, os irmãos Heretiano Zenaide, Apolônio Zenaide juntamente com João Holmes Sobrinho inauguram a Usina Tanques, centralizando a produção do açúcar para essa indústria (na época de pequeno porte) e o aumento do plantio de cana em Alagoa Grande.

Na Usina o açúcar produzido era diferente do que era produzido em pequena quantidade nos engenhos, era do tipo branco, triturado e não triturado. A partir de 1950, a Usina Tanques foi ampliada e modernizada estando à frente do comando a família Velloso Borges¹¹ transformando as terras canaviais em latifúndios e crescendo o nome da indústria. Os engenhos diante disso deixam de produzir açúcar e se dedicam apenas a produção de aguardente e rapadura com forte comércio dentro e fora do Estado.

A partir dos anos da década de 1940, apareceu uma nova fonte de produção: o agave branco (de característica verde clara, com laterais das folhas brancas) e o agave

¹¹ Segundo Ribeiro (2013, p. 22), a Usina Tanques “foi adquirida posteriormente pelo agro-industrial Agnaldo Velloso Borges que faleceu em 1990, deixando-a sob a administração de sua filha até a falência definitiva no final do século XX”.

preto (de característica verde escura com um só espinho na ponta da folha) tendo como pioneiro na introdução das primeiras sementes o agricultor Gedeão Ângelo de Amorim, que apostava no seu potencial econômico e comercial, induzindo a outros agricultores a plantarem o vegetal. Já em 1945 a produção do agave deu uma largada como prova do crédito do seu precursor, de tal modo que superou o “ouro branco” na produção e exportação. Freire (1996, p. 19), nos indaga o motivo de tamanho crescimento em pouco tempo, “os melhores preços no mercado exterior (por ter mais larga utilidade do que o algodão), provocando maior volume de exportações, e os incentivos governamentais para o seu plantio, fizeram a agave tomar a dianteira na produção agrícola alagoagrاندense”. Como consequência disso, vários agricultores deixaram o algodão e o plantio da cana-de-açúcar para dar lugar as plantações do agave, que reinou da década de 1950 até meados da década de 1960, transformando Alagoa Grande no município que mais produziu agave na Paraíba.

Como todo lugar interiorano, a agricultura de subsistência se fazia ao lado das grandes produções e também garantiu lugar no desenvolvimento da economia em Alagoa Grande, proporcionando vários benefícios para a população. Junto à agricultura, a economia contava igualmente com a pecuária e as criações. Destacaram-se a produção de feijão, milho, fava, frutas (manga, banana, jaca, caju, mamão, cajá) e outros produtos como as verduras e legumes. Na pecuária se destacou a criação bovina, suína, caprina e ovina. Freire (1996) diz que: “grande foi a produção de legumes e roças, nas pequenas, médias e grandes propriedades”, no século XX, até a década de 60. As produções e os animais eram carregados para serem vendidos na feira através do trem que voltava da capital, pois no caminho de sua linha se encontrava alguns pontos (paradas) próximos às propriedades. Não podemos deixar de mencionar as Casas de Farinha, com grande importância da sua produção rústica e presente em considerável número nos sítios e propriedades rurais.

Alguns números podem deixar clara a situação econômica do município em tempos áureos como o ano de 1948, onde Freire (2015) elenca os números das produções deste ano:

Nas terras de Alagoa Grande foram produzidos 6.000.000 de quilos de açúcar, 1.600.000 rapaduras de ½ quilo, 300.000 litros de aguardente, 700.000 quilos de farinha, 2.000.000 de quilos de algodão e 2.000.000 de quilos de sisal, e a pecuária tinha a seguinte composição: 22.000 cabeças de gado bovino; de equinos, 3.500; de muares e asininos juntos, 5.000; suínos, 4.000; de caprinos e

ovinos, juntos, 4.500; representando muito na área do município destinada à criação desses 39.000 animais. (FREIRE, 2015, p. 4).

Nisso percebemos a importância que a produção, beneficiamento, criação e exportação trouxeram de benefícios na geração de renda tanto pela produção e venda, como também a utilização da mão-de-obra. Toda essa renda era transformada em lucro no comércio fortalecendo ainda mais a chegada de novos estabelecimentos e outras formas de consumo.

3.2. O PASSADO COMERCIAL E CULTURAL DE ALAGOA GRANDE

Quando voltamos ao passado e verificamos os tipos de comércio que se estabeleciam no Centro da cidade de Alagoa Grande, também percebemos a sintonia existente entre comércio, economia e a sociedade que consumia, além disso, os impactos que agentes externos provocaram ao mesmo.

Assim como sua economia tomou grandes proporções de crescimento, também o comércio local se alinhava ao status de uma cidade grande em relação às outras localidades da região. E os primeiros estabelecimentos surgem na “Rua do Livramento” (vindo a se chamar Rua Dr. Francisco Montenegro a partir dos anos 1930), constituindo-se a principal rua do comércio da cidade até metade do século XX (ver MAPA 05, p. 54). Destacavam-se nesta rua, os ramos de comércio grossista (atacado) de estivas (alimentos) e as lojas de tecidos a partir do ano de 1901, como prova que a chegada do trem e o aumento da produção algodoeira surtiram um sopro de progresso e centralidade. Sobre isso nos diz Freire (1996):

Depois da chegada do trem em 1901, Alagoa Grande teve o mais forte comércio grossista do interior da Paraíba até 1908, abastecendo os comércios varejistas de Areia, Alagoa Nova, Esperança (que era distrito de Alagoa Nova, emancipado em 1924), Campina Grande, o povoado de Alagoinha, que pertencia a Guarabira, e as regiões do Cariri e do Sertão, atraindo comerciantes de outras partes do Estado, que aqui se instalaram. (FREIRE, 1996, p. 39).

Podemos perceber que Alagoa Grande já começava a exercer sua polarização como rede urbana, a partir da venda dos produtos que chegavam do porto de Cabedelo e de João Pessoa pelo trem. Assim as mercadorias que chegavam eram armazenadas para serem comercializadas aos comerciantes de outras cidades e varejistas dentro da própria cidade.

O primeiro impacto sofrido pelo comércio se dá ainda nos primeiros anos do século XX, com a chegada do trem à Campina Grande, muitos dos armazéns de venda

grossista fecharam como consequência disso. Mas em 1908, Freire (1996) registra o número de 20 (vinte) estabelecimentos comerciais grossistas como resistentes a este abalo econômico, servindo como referência aos pequenos comércios dos municípios e povoados próximos. A maioria dos armazéns passou a vender também a varejo como forma de se estabilizarem.

Dos anos 1940 até os anos 1970 existiram os quatro últimos estabelecimentos do ramo grossista de estivas, três destes localizados na Rua Dr. Francisco Montenegro, vendiam a atacado para abastecer varejistas da própria cidade como também exercendo centralidade para as cidades do brejo: Areia, Alagoa Nova, Esperança, Alagoinha e Remígio e cidades do Rio Grande do Norte: Nova Cruz, Jaçanã e Coronel Ezequiel, vendendo também a varejo, tendo como principais produtos de venda o feijão, o bacalhau e a carne de charque.

O comércio varejista de Alagoa Grande ganhava *status* de grandeza em comparação a de cidades vizinhas tendo como causa a situação econômica do município. Foi um comércio forte até os anos de 1960 atraindo consumidores de fora, sofrendo a decadência a partir do fim do mercantilismo do algodão e do agave. Freire (1996) destaca o comércio varejista com a maioria dos estabelecimentos, caracterizados como grandes casas comerciais.

Os artigos vendidos nestes estabelecimentos eram bem diversificados de acordo com a necessidade dos consumidores na época. Algumas mercadorias como guarda-chuvas e sombrinhas, couro para sapateiro, material para alfaiates e miudezas em geral e outros são destacados segundo Freire (1996, p. 41), “a variação de mercadorias era grande: máquina de costura, tecidos, miudezas, ferragens, chapéus, colchões, gêneros alimentícios, etc... e automóveis”. Quando o autor cita a venda de automóveis no centro de Alagoa Grande, não é mero acaso. A ascensão econômica do município trouxe à cidade as duas primeiras agências de automóveis do interior da Paraíba, instaladas nos anos 1927 e 1928, na “Rua da Areia” (hoje Rua Cônego Firmino Cavalcante) com carros das indústrias norte-americanas Ford e Chevrolet. Segundo Freire (1996) a duração de permanência destas agências foram breve, tendo em vista a qualidade das ruas que não eram calçadas e outras estradas de precária pavimentação. Ainda que alguns fazendeiros e comerciantes adquirissem um modelo, a maioria dos que podiam possuir um carro, preferiam as charretes e cavalos para se locomoverem.

Retornando a caracterização do passado comercial varejista de Alagoa Grande, havia destaque para os estabelecimentos de venda de tecidos. Freire (1996) nos diz que entre as décadas de 1920 e 1930, chegaram a ter no mesmo tempo, 22 (vinte e duas) casas de tecidos. Havia essa configuração de variedade de estabelecimentos de mesmo produto pelo motivo de não existirem as lojas de confecções. Os consumidores compravam o seu corte de tecido e levavam para as modistas ou costureiras e os alfaiates.

Nisso são registradas entre os anos de 1910 a 1967, 14 (quatorze) alfaiatarias sem contar o número de costureiras na cidade, mas a maioria costurando na sua própria residência.

As lojas de confecções que já existiam em 1967, como também a venda de roupas prontas na feira livre tinham preços dos produtos mais baratos, mesmo de qualidade inferior, o preço fazia diferença nas vendas, como também a facilidade de encontrar uma peça já pronta e nas medidas do consumidor. Com isso inviabilizou a permanência das alfaiatarias restando apenas as costureiras que satisfazem os clientes com roupas no modelo e na medida certa.

Outro ramo na área de serviços que possuíam estabelecimentos nas ruas tradicionais eram as sapatarias, tendo o registro de 5 (cinco) casas que confeccionavam e vendiam seus artigos feitos de couro: botas e sandálias, feitos com material adquirido nos curtumes da própria cidade ou em venda nos armazéns.

É importante destacar as dezenas de estabelecimentos que instalaram suas filiais nas décadas de 1920 e 1930, vindos de outras partes da Paraíba e do Brasil. Destacamos algumas destas como as Lojas Paulistas, nome antecessor das famosas Casas Pernambucanas, localizada na “Rua do Livramento”.

Outra filial que merece destaque é a da loja da marca norte-americana Singer, uma casa especializada na venda de máquinas de costura e outros artigos de sua marca. Funcionou entre os anos de 1920 até 1939, também localizada na Rua do Livramento, tendo sido fechada pelas razões do início da Segunda Guerra Mundial.

Com o surgimento de eletrodomésticos como TVs e geladeiras no início dos anos 1960 se instala a loja campinense João XXIII, e na mesma época chega a Casa de Tecidos Rainha do Nordeste as duas localizadas na Rua Dr. Francisco Montenegro.

Dos comércios varejistas alagoa-grandenses um merece proeminência neste regresso temporal pelo tempo de atuação e prestatividade aos moradores de Alagoa Grande: a loja de ferragens e miudezas Sempre Viva do proprietário senhor Jorge Marques Bezerra que data o início do seu funcionamento desde 12 de fevereiro de 1910 na Rua Apolônio Zenaide, antiga Rua da Praça 27 de março, vindo em 1967 o estabelecimento comercial ser administrado pelo filho Geraldo Marques. A referida loja atuou no comércio no mesmo endereço, no mesmo ramo por 94 anos tendo sido fechada em 2004 pelos motivos do falecimento do último proprietário vindo a ter outros estabelecimentos no prédio posterior esse ano.

Freire (1996) destaca vários estabelecimentos pioneiros no comércio de Alagoa Grande, como por exemplo, a primeira mercearia fundada em 1900, a primeira farmácia em 1909, a primeira sorveteria em 1952 que no decorrer dos anos ainda se encontra no mesmo local na Rua Dr. Francisco Montenegro e o primeiro mercadinho foi fundado em 1971. Os primeiros postos de gasolina continuam instalados nos mesmos locais, o primeiro fundado em 1954 com o nome Posto Texaco Nossa Senhora das Graças (hoje Posto Santa Terezinha, localizado na Rua Cônego Firmino Cavalcante) e em 1960 o Posto Petrobrás Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (hoje Posto Alagoagrandense, localizado também a Rua Cônego Firmino Cavalcante).

Outros tipos de comércio que poderiam ser encontrados nas ruas tradicionais de comércio eram as farmácias que contavam com 6 (seis) estabelecimentos e as padarias que se distribuíam em 9 (nove) estabelecimentos, segundo dados de Freire (1996).

Constituíam ainda o Centro de Alagoa Grande, “lugares animadores da rua. O lugar da paquera, da sociabilidade, do encontro. Encontro entre desiguais, onde se dá a mistura das pessoas, com objetivos distintos” como Costa (2003, p. 91) nos configura estes espaços dentro do Centro de Recife-PE. Não diferente, encontramos nos relatos históricos sobre a cidade a existência desses lugares animadores como cinemas, clubes, bares e cafés nas ruas tradicionais do Centro de Alagoa Grande, bem como a imponência do Teatro Santa Ignês que ainda se situa ligado às ruas comerciais, garantindo belos espetáculos aos moradores.

Sobre os cinemas são registrados por Freire (2002) entre os anos 1920 a 1987, nomes de 10 (dez) cinemas que existiram em Alagoa Grande. O primeiro cinema mudo inaugurado em 1920 tendo por nome Cinema Brasil, localizado na Rua Cônego Firmino

Cavalcante. O primeiro cinema falado inaugurado em 1937, com sala de projeção no Teatro Santa Ignês (época em que o Teatro não estava em funcionamento) situado na Rua Dom Pedro II. Dois outros cinemas que merecem destaque chamavam-se Santo Antônio instalado na Rua Cônego Firmino Cavalcante com atividades até 1986 (FIGURA 32) e o Cine Alagoense que funcionou até 1987 (FIGURA 33).



FIGURA 32: Cinema Santo Antônio (no centro).
AUTOR: DESCONHECIDO, Ano não identificado.



FIGURA 33: Cine Alagoense (à direita).
AUTOR: DESCONHECIDO, Ano não identificado.

A paisagem cultural no Centro de Alagoa Grande se completava com o Clube Recreativo 31, fundado em 1 de março de 1925. Tinha esse nome em razão dos seus 31 sócios fundadores. Sua sede tinha destaque no Centro da cidade no final da Rua Presidente João Pessoa, ao lado da ponte que liga à Rua Cônego Firmino Cavalcante, com uma casa de belos traços arquitetônicos (FIGURA 34), que depois veio a ser reformado mudando totalmente sua arquitetura original (FIGURA 35). Trouxe inúmeras festas, shows, bailes e carnavais até o ano de 2004 quando o prédio do clube foi destruído pela enchente do rompimento da Barragem de Camará e demolido no mesmo ano. Seu espaço deu lugar a quiosques formando uma praça de alimentação e outros serviços, como descrito no capítulo anterior.



FIGURA 34: Primeira estrutura do Clube 31.
AUTOR: DESCONHECIDO, Ano não identificado.



FIGURA 35: Última estrutura do Clube 31.
AUTOR: DESCONHECIDO, Ano não identificado.

3.3. O MARCO DE TRANSFORMAÇÃO: A ascensão e o encerramento da produção açucareira, consequências para o comércio local

A partir da década de 1960, a economia alagoa-grandense deu indícios de declínio por vários fatores econômicos. As indústrias fora do país que importavam as matérias-primas que Alagoa Grande produzia e exportava para utilização da confecção dos seus produtos, passaram a enfrentar um novo e forte concorrente que surgia no setor secundário da economia: as fibras sintéticas derivadas do petróleo, mais precisamente o *nylon*.

Começou logo nos primeiros anos a enfrentar uma concorrência que seria fatal para a agave e o algodão, e para a situação econômica de Alagoa Grande como um todo, causando grande desemprego nos setores urbano e rural e dando enormes prejuízos a agricultores e às indústrias aqui localizadas, como ao comércio local. (FREIRE, 1996, p. 21).

Vemos a partir desta citação que o capital que era incorporado no comércio através principalmente dos salários dos operários das indústrias beneficiadoras, bem como dos proprietários dos meios de produção passou a diminuir a partir do fechamento destas indústrias em decorrência do desemprego, tanto na zona de empregos da área produtiva como os empregos de cunho urbano.

O algodão já estava sofrendo com as exportações desde os anos 1940 em razão da Segunda Guerra Mundial que afetou seus principais compradores: a Inglaterra e a Alemanha. Com isso foram diminuídos os volumes de produção direcionados apenas a compradores menos afetados com a guerra, entre eles os Estados Unidos e a Suécia. Porém o agave veio dar sustentação a economia em meio a esse declínio.

Assim, a partir dos anos 1960, os produtos fabricados com produtos químicos advindos do petróleo, ultrapassaram as fibras naturais do algodão e do agave levando a falência das principais indústrias inglesas, alemãs e americanas, provocando a diminuição das exportações, do preço e a falência das indústrias locais que atuavam fortemente no meio urbano. A produção do algodão resistiu até o fim dos anos de 1970, vendido sem beneficiamento dentro do Estado, segundo dados de Freire (1996).

Devido a essa enorme crise que a economia alagoa-grandense estava passando, o volume de produção foi diminuindo a ponto de outra grave circunstância vir levar a

erradicação dos dois importantes ciclos econômicos, foi o fim do transporte feito pela linha férrea em Alagoa Grande e a desativação da estação e do ramal em 1968¹².

Sobre as consequências sofridas no comércio local, em especial o varejista, Freire (1996) indaga que o mesmo continuou forte até os anos 1960 quando chegou quase à falência total, devido às quedas do algodão e do agave. Os últimos armazéns grossistas findaram suas atividades em 1971.

O que restou para dar sustento à economia de Alagoa Grande foi a Usina Tanques. Toda centralização econômica do município passou a girar em torno da cana-de-açúcar e na ampliação de suas áreas de cultivo, garantindo empregos para a população de cunho mais rural. Sobre as usinas, os autores Moreira e Targino (1996) assim conceituam essas indústrias desse setor produtivo:

A Usina é um estabelecimento voltado para a produção de açúcar. Trata-se de uma empresa fabril que exerce também a atividade agrícola. Ela surgiu apoiada pelo poder público, não constituindo, portanto, um resultado espontâneo do dinamismo do setor açucareiro, mas uma das várias formas por ele encontrada para garantir sua sobrevivência. (MOREIRA e TARGINO, 1996, p. 58).

A partir da citação podemos considerar que a sobrevivência das usinas deve em parte ao Estado que garantia, por exemplo, a isenção de impostos a partir do seu funcionamento e mais tarde com estímulos na criação de programas de incentivos fiscais e de crédito. Outra característica relacionada é o papel do usineiro, proprietário da indústria, que junto a sua propriedade detinha o poder político e econômico regional dando origem a ao que era chamada de oligarquias¹³ rurais.

Para Freire (1996) a resistência da Usina Tanques diante de tamanha crise que o município enfrentava se dá após sua modernização em 1958 e a conquista de novos mercados consumidores do açúcar que era considerado de boa qualidade em 1966. As mudanças dos hábitos alimentares na utilização da rapadura e do açúcar mascavo pelo açúcar refinado também contribuíram para a queda dos engenhos, que eram os principais

¹² Segundo Freire (1996), nos últimos anos de funcionamento a linha ferroviária era administrada pela Rede Ferroviária do Nordeste, sua desativação partiu de um decreto do Governo Federal em 1967, em decorrência do pouco volume para exportação.

¹³ O termo oligarquia para Couto (2012) se refere de três formas comuns às Ciências Sociais. Primeiro “como termo para designar grupos políticos tradicionais que dominam determinadas regiões, ou, por derivação, seu governo”. Segundo, “como termo tomado na sua acepção clássica, platônica e aristotélica, de governo dos ricos ou, por derivação, como o grupo dos ricos”. E terceiro, “como um grupo minoritário dotado de grande poder dentro de organizações, principalmente (mas não só) as de caráter representativo, ou o seu governo”. In: **Revista de Sociologia e Política**. v. 20, n. 44. P. 49-50.

fornecedores destes produtos para a população. Moreira e Targino (1996) ainda falando sobre as usinas dialogam com os fatores apontados por Freire:

De um lado, elas representaram um progresso técnico para o setor açucareiro, permitindo mudanças qualitativas no produto final, com a transformação do açúcar mascavo em açúcar centrifugado. De outro, contribuíram para a intensificação da concentração da propriedade da terra e da produção. Algumas poucas Usinas substituíram centenas de Engenhos. (MOREIRA e TARGINO, 1996, p. 62).

A modernização da indústria foi feita pelo seu novo proprietário, o senhor Aginaldo Velloso Borges¹⁴ que comprou a indústria em 1950 ampliando e dotando de novos equipamentos (FIGURA 36).



FIGURA 36: Usina Tanques. **AUTOR:** NASIASENE, 1979.

A partir dessa renovação, a Usina garantiu uma maior produção e qualificação do açúcar, no qual a partir de 1966 passou a ser o principal produto do município. Logo, a Usina Tanque precisou expandir suas terras cultivadas de cana-de-açúcar, criando-se o meio latifundiário¹⁵. Andrade (1986, apud Moreira e Targino, 1996, p.62) fala sobre as Usinas relacionadas a essa prática dizendo: "A Usina era, assim, um autêntico D. João de terras, estando sempre disposta a estender seus trilhos, como verdadeiros tentáculos, pelas áreas onde pudesse obter cada vez mais canas".

Com isso, os benefícios de um novo poder econômico trouxeram consequências em outros setores do município, como a desativação dos engenhos, cedendo suas terras

¹⁴ Formado em Agronomia, Aginaldo Velloso Borges tornou-se um grande nome de influência política oligárquica, a partir da nova propriedade adquirida em Alagoa Grande, aliando-se a outros usineiros do Brejo, formando o chamado Grupo da Várzea.

¹⁵ Lopes (2008) conceitua o latifúndio como "grandes propriedades dedicadas a uma produção mercantil, exploradas com força de trabalho não assalariada pura, para o mercado externo ou interno". In: LOPES, J.R.B. **Do latifúndio à empresa:** unidade e diversidade do capitalismo no campo. p. 5-6.

juntamente com médias, pequenas e grandes propriedades no fornecimento da cana-de-açúcar para a Usina, resultando no êxodo rural, no desmatamento acentuado da mata nativa e pomares, no qual no final dos anos 70, cerca de 80% das terras da área do brejo em Alagoa Grande, estavam ocupadas por cana-de-açúcar, segundo dados de Freire (1996, p. 23).

Em relação à concentração de renda impulsionada pelo o cultivo da cana e produção do açúcar, Moreira e Targino (1996, p. 63) explicam que a expansão das Usinas promoveu uma mudança nas relações de trabalho, quando num primeiro momento é consolidado o sistema morador¹⁶, “que era o grande fornecedor de mão-de-obra para a lavoura canavieira”, vindo a expansão começou haver disputas entre propriedade e morador, no qual resultou a expulsão desses moradores e lavradores. Os autores dizem que: “Parcela dessa população expulsa e expropriada converte-se em trabalhadores assalariados da cana” (p. 63). Em Alagoa Grande, Freire (1996, p. 23) afirma que na época, a expansão da cana e da produção do açúcar gerou bons lucros para a Usina Tanques, para os fornecedores, trabalho temporário para centenas de canavieiros e operários da usina, bem como impostos para os órgãos públicos.

Ainda nos anos 1970, o setor da produção açucareira enfrentou uma séria crise com a queda do preço do açúcar no mercado internacional, de acordo com os autores Moreira e Targino (1996). Ainda segundo os mesmos, as atividades ligadas ao plantio e industrialização da cana do brejo paraibano, como também em todo país, veio a ser revigorada com a implantação do PROALCOOL¹⁷ no ano de 1975, instituindo maior força à dominação das Usinas sobre todo o espaço agrário regional. Em Alagoa Grande, a partir da instituição desse programa, a Usina Tanques passou a produzir junto ao açúcar, o álcool destilado intensificando a concentração de renda a partir dos subsídios do capital do Estado.

¹⁶ Esse tipo de sistema, segundo Lopes (2008), diz respeito “a mão de obra é constituída pelo morador ou pelo agregado, para o qual o dono da terra cede terras para plantar a sua roça de subsistência, com a condição de fornecer certo número de dias de serviço nas grandes lavouras do proprietário (esta e outras formas de pagamento de renda-trabalho, como o cambão, constituem verdadeiras variantes da corvéia, encontradas no Nordeste)”. In: *Ibid.*, p. 6.

¹⁷ “O Programa Nacional do Alcool (PROALCOOL) foi criado em novembro de 1975, através do Decreto Lei nº. 76.593/75, no contexto de um esquema alternativo proposto pelo governo brasileiro para enfrentar a crise energética decorrente da alta dos preços internacionais do petróleo. O Proalcool visou também a recuperação do setor açucareiro e estimular o setor automobilístico, o qual, por redução de demanda e de queda de lucratividade, sentia-se ameaçado”.

Como forma de sobrevivência da crise econômica e social que passou nas últimas décadas, os empregos rurais vieram dar uma sustentação ao município a partir dos trabalhadores do plantio de cana. Pois, segundo dados de Moreira e Targino (1996) “O impacto do Proalcool sobre o emprego agrícola se fez sentir, sobretudo através do crescimento do emprego sazonal. Entre 1975 e 1985, o número de empregados assalariados temporários da Zona Canavieira cresceu 93,6%”. Apesar dos dados serem referidos a zona canavieira paraibana como um todo, podemos incluir Alagoa Grande nesse contexto, pois a mesma como falada anteriormente possuía uma vasta área de cultivo nessa época, necessitando assim de mão-de-obra para a colheita.

O movimento ascendente da economia canavieira no Estado começa a partir da segunda metade dos anos 80, a dar mostras de enfraquecimento, diminuindo-se as áreas cultivadas, tendo como razão a seca que assolou os canaviais daqueles anos. Com o fim do Proalcool nos anos 1990, a economia no Brejo paraibano entra em crise levando as Usinas a fecharem suas portas, após a falta do incentivo fiscal do Governo, entre elas a Usina Tanques que após o falecimento do proprietário Aguinaldo Velloso Borges, os seus herdeiros não deram conta de enfrentar as crises econômicas e sociais que a mesma havia provocado.

Ribeiro (2013, p. 23) fala sobre as razões que levaram a Usina Tanques entrar em crise e a falência nos últimos anos do século XX, bem como suas consequências: “No ano de 1997 após as crescentes dívidas bancárias e com os fornecedores, as causas trabalhistas e altos impostos fez com que a usina fechasse suas portas provocando êxodo rural e estagnação econômica no município”. Vemos que as razões que levaram ao fechamento dialogam com as colocações de Moreira e Targino (1996), vindo a transformar novamente a configuração econômica da cidade e de sua população.

Sobre o comércio no CTAG, após o fechamento da Usina Tanques, Ribeiro (2013, p. 23) diz que a sobrevivência econômica do município ficou ao seu próprio encargo quando o comércio formal e informal teve que dar a sustentação necessária, no qual este apresentava a partir dessa época grande variedade de artigos como vestuário, calçados, utensílios domésticos, eletrônicos, móveis, alimentos industrializados, frutas e verduras.

Alguns destes ramos comerciais resistem até hoje, pois são estes suficientes para a população local, oferecendo o mais necessário para ela, mesmo que a situação econômica

tenha continuado estável. Outras colocações de Ribeiro (2013) sobre as poucas formas de resistência econômica, diz respeito à agricultura de subsistência, quando os produtos são trazidos da zona rural para a feira livre aos sábados, bem como a criação de animais de pequeno e grande porte. Diferente do século passado no qual o poder econômico e social vigorava um Centro de comércio forte e centralizador.

Após essa decadência e estagnação econômica provocada pelo fechamento da Usina Tanques em 1997, veio o impacto ocasionado pela enchente do rompimento da Barragem de Camará em 2004, no qual atingiu em grande parte o CTAG (FIGURA 37), causando tanto estragos físicos, como impactos econômicos e sociais para um lugar que já era sofrido. Paiva Júnior (2006, p. 51), nos afirma que: “Segundo levantamentos iniciais da Defesa Civil na cidade de Alagoa Grande, as águas atingiram 2,60m de altura, destruindo casas, pontes, estradas, automóveis e toda a zona comercial, com prejuízos incalculáveis”. Quanto aos comerciantes do CTAG, houve muitos prejuízos com a perda de mercadorias (FIGURA 38), as que sobraram foram saqueadas, levando a alguns fecharem seus estabelecimentos.



FIGURA 37: Enchente no CTAG provocada pelo rompimento da Barragem de Camará. **AUTOR:** DESCONHECIDO, 2004.



FIGURA 38: Comerciante e suas perdas na tragédia. **AUTOR:** DESCONHECIDO, 2004.

Na virada da década de 2010 quando a cidade já está recuperada da tragédia, vemos um novo revigoramento, mesmo que modesto que persiste até os dias atuais. Este revigoramento é refletido a partir do crescimento dos empregos públicos, dos serviços e uma nova forma de reprodução com o resgate da memória do passado e de um filho da terra, José Gomes Filho, o Jackson do Pandeiro.

4. PERSISTÊNCIAS DO COMÉRCIO DE ALAGOA GRANDE: virtualidades econômicas para fortalecimento do seu Centro Tradicional de Comércio

A terceira e última etapa da análise regressiva-progressiva consiste no reencontro do presente, procurando compreender sua realidade, tendo apreendido as relações sociais no passado. A partir da análise do nosso objeto de estudo, o Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande, veremos nesse momento como o comércio tem resistido frente à decadência de sua economia, tendo visto no primeiro momento que o centro é vivo e apresenta diversidade em formas comerciais, porém, este apresenta dificuldades como herança do passado, bem como dificuldades nas relações do presente. Assim, possibilidades poderão ser encontradas diante das condições da convivência dos comerciantes com seu lugar de trabalho e virtualidades para fortalecimento deste Centro Tradicional.

Podemos considerar que as transformações econômicas ocorridas em Alagoa Grande surtiram dois marcos de mudança. O primeiro sendo o progresso desencadeado a partir da produção do algodão e a chegada da linha férrea que trouxe nos vagões do trem outros sopros que alavancaram a cidade, a população e junto, a produção urbana na construção do setor secundário e terciário da sua economia gerando fluxo e espaços de comercialização, provocando forte geração de centralidade e influência. O segundo marco é o declínio de um século por inteiro dedicado e fixado a luz de uma economia forte que ruiu e não criou outras raízes para sustentar-se, levando a cidade à estagnação.

O comércio como aliado às economias de aglomeração sobreviveu por muitos anos da renda motivada pelos empregos nas fábricas e indústrias, bem como do capital gerado a partir das elevadas produções e exportações do algodão, cana-de-açúcar e seus derivados, agave, alimentos de subsistência e criação de animais.

A fim de entendermos a relação da economia passada com quem vivenciou esse momento, entrevistamos a senhora Edna Gomes de Farias, comerciante antiga com quase 40 anos no ramo farmacêutico, na qual nos relatou que chegou a ser proprietária de 3 (três) estabelecimentos do mesmo ramo instalados no CTAG. Conta hoje apenas com 1 (um) estabelecimento, administrado por um de seus filhos. Procuramos saber qual a sua avaliação do comércio na época que começou a comercializar no Centro da cidade? E sua

opinião quanto ao último período áureo da economia alagoa-grandense (Usina e produção de açúcar), quais benefícios este trouxe para o seu comércio? Ela assim nos respondeu:

Quando eu comecei em Alagoa Grande, era no tempo que Alagoa Grande tinha Usina, tinha ainda a venda do algodão, a venda de agave e tinha a venda do melão, do álcool, de tudo da Usina. Era o tempo que rendia, tinha dinheiro dentro de Alagoa Grande, era o tempo dos coronéis que tinham dinheiro. Dr. Aguinaldo era um homem que praticamente era a pólio de Alagoa Grande. Então, era um movimento totalmente diferente, era um comercio diferente, era uma feira que chegava às 4 horas da tarde e estava como tinha começado de manhã e hoje não temos mais nada disso. Diminuiu muito. As casas de comércio não tinham o que reclamar, porque vendiam bem. (FARIAS, 2017).

Após a decadência econômica, em geral, após o fechamento da Usina Tanques, as consequências foram tanto financeiras como também sociais, refletindo assim para o setor comercial local. Em depoimento, a senhora Edna afirma que houve a mudança na dinâmica do comércio em Alagoa Grande diante da transformação decadente:

Ah, depois que a Usina fechou diminuiu muito porque ficou muita gente desempregada. O trabalhador braçal não tinha mais em que trabalhar. A agricultura caiu muito porque os Senhores de Engenho acabaram. Eles eram praticamente todos mantidos pela Usina. Eles tinham subsídio, um acordo que eles tinham com a Usina que fornecia o dinheiro que era pra eles trabalharem. Quando eles iam colocar a cana pra Usina, eles estavam com dinheiro pronto pra pagar, depois tudo isso acabou. Aí foi diminuindo tudo. Alagoa Grande foi caindo e hoje está do jeito que está. Com o comércio acabado. (FARIAS, 2017).

Como exemplo de consequências sociais, vemos no gráfico da Figura 39 a evolução decrescente da população num decorrer de 47 anos, contados a partir do ano de 1960, década que marca o início da crise e estagnação econômica até o ano de 2007.

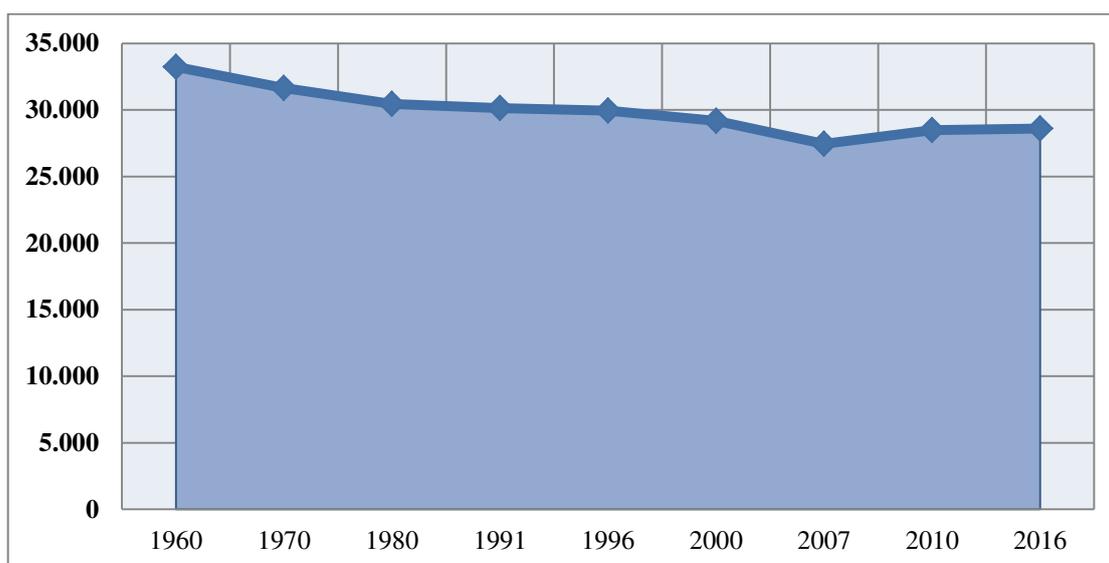


FIGURA 39: Gráfico da evolução do número de habitantes em Alagoa Grande. **FONTE:** IBGE, 2016.

Segundo dados de Freire (2002, p. 343), “A população de Alagoa Grande, em 1950, era acima de 43.000 habitantes”, logo, percebemos através do gráfico anterior que a população de Alagoa Grande sofreu quedas já no ano de 1960. Vimos que com encerramento de atividades produtivas na Zona Rural, houve o fenômeno migratório que conhecemos como Êxodo Rural, mas com a falta de oportunidades de melhores condições de vida, muitos migraram para outras regiões brasileiras, principalmente a Região Sudeste. Com um fluxo da saída de aproximadamente 6.000 pessoas no decorrer de quase 50 anos. A partir de 2010 vê-se um crescimento, no qual podemos atribuir como causa à nova onda migratória conhecida como Migração de Retorno.

Em se tratando dos dados socioeconômicos atuais, tendo em vista a ascensão e a persistência de alguns setores, nos dão a real situação da concentração do capital e da renda, dentro do município. A partir disso, o Produto Interno Bruto (PIB) de Alagoa Grande é de R\$ 123.348,00 mil segundo dados do IBGE 2010, composto por 5 (cinco) setores que compõe sua economia: agropecuária, indústria, serviços, administração e serviços públicos e impostos como vemos no gráfico da Figura 40.

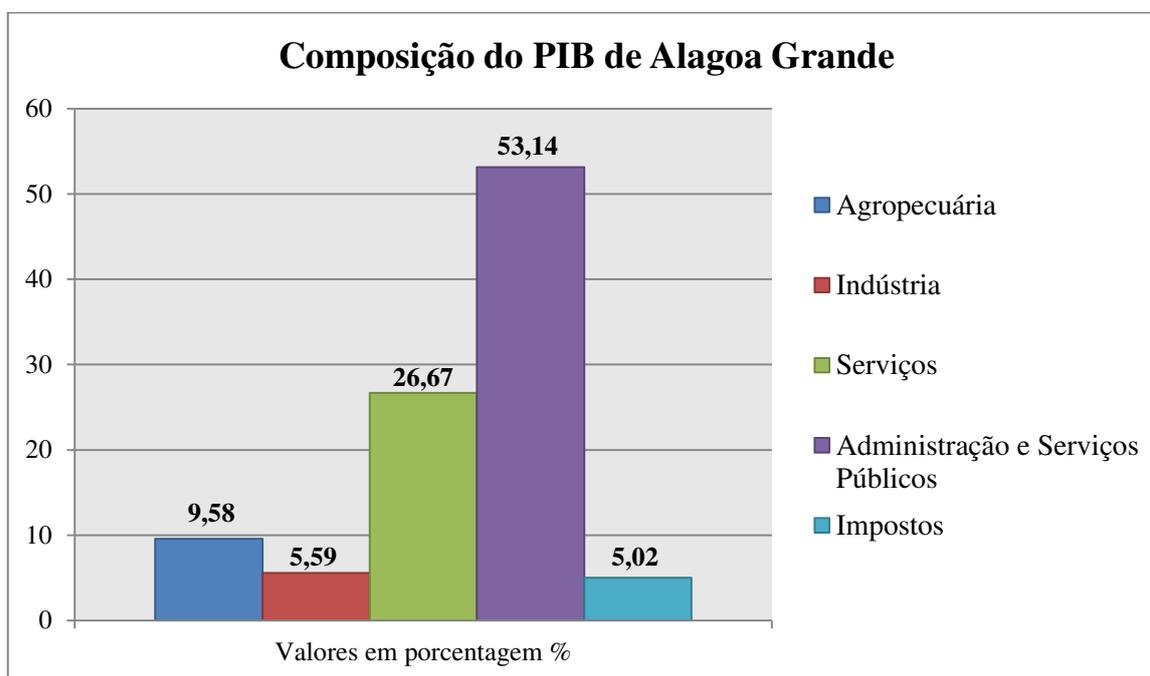


FIGURA 40: Gráfico da composição do PIB de Alagoa Grande. **FONTE:** IBGE, 2013.

Diante dos valores do gráfico percebemos que os setores de administração e serviços públicos atendem a maior parcela de contribuição para o PIB, 53,14%, de acordo com dados do ano de 2013 do IBGE. Em segundo lugar o setor de serviços, no qual podemos incluir também as atividades que se referem ao comércio, alcança 26,67% de

destaque no Produto Interno Bruto do município. O Produto Interno Bruto *per capita* é de R\$ 6.807,21 mil segundo o IBGE 2013.

A situação em relação à renda adquirida pela população é medida a partir da relação da estatística da população economicamente ativa ocupada, da população economicamente ativa desocupada e da população economicamente inativa. Dentro da percentagem da população ativa ocupada, o gráfico na Figura 41 demonstra o percentual de pessoas ocupadas por setores no ano de 2013.

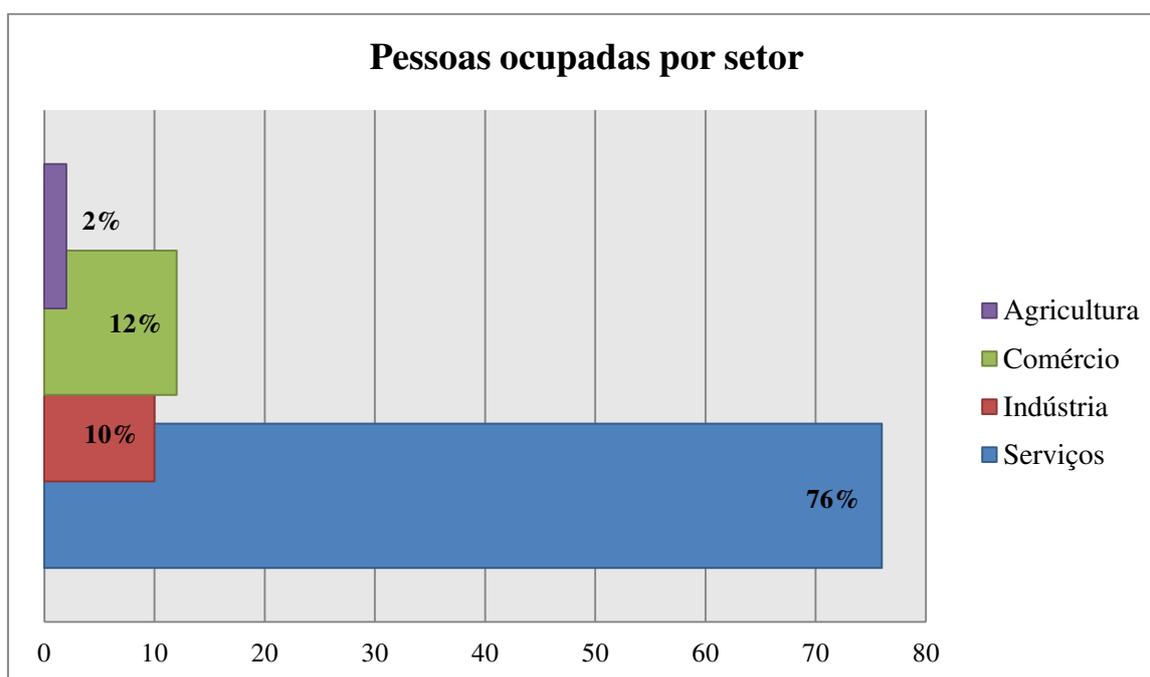


FIGURA 41: Gráfico do percentual de pessoas ocupadas por setores em Alagoa Grande. **FONTE:** IBGE, 2013.

Como podemos observar no gráfico da Figura 41 o setor de serviços é o que mais concentra pessoas da população economicamente ativa ocupada, superando acima da metade do percentual geral de acordo com os dados do IBGE 2013. O número de empregados nesta atividade consente a 1.502 mil pessoas, seguindo os números pelo setor do comércio, 245 pessoas, indústria com 191 pessoas ocupadas e por último e menor percentual de ocupação vem a agricultura com 48 pessoas declaradas ocupadas neste setor.

Como resultado do trabalho e outras formas de geração de renda da população, o gráfico da Figura 42 mostra o rendimento domiciliar *per capita* do ano 2010, mostrando a média das rendas por domicílios das pessoas residentes, no ano considerado. Tendo em vista que a estatística considera a partir dos domicílios que os residentes obtêm uma renda

de até meio salário mínimo *per capita*, a época R\$ 255,00 reais, quando o salário mínimo era de R\$ 510,00 reais.

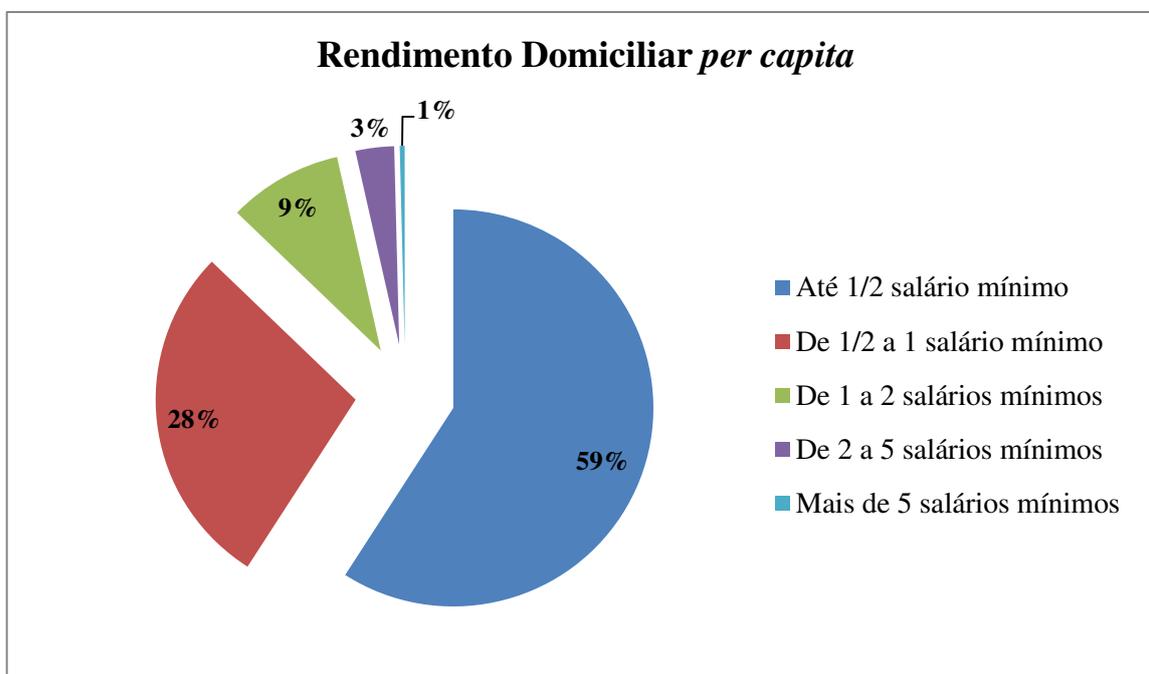


FIGURA 42: Gráfico dos percentuais em rendimentos por domicílios *per capita*. **FONTE:** IBGE, 2010.

Outros dados importantes são extraídos do Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil quando trata sobre a renda da população alagoa-grandense que recebem menos de meio salário mínimo. A partir de dados do ano de 2010, vemos que 17,77% de pessoas são extremamente pobres, ou seja, a proporção de indivíduos com renda domiciliar *per capita* igual ou inferior a R\$ 70,00 reais mensais. Já 39,36% são de pessoas pobres com renda domiciliar *per capita* igual ou inferior a R\$ 140,00 reais mensais. A vulnerabilidade social quanto à renda e trabalho revela 67,82% de pessoas de 18 anos ou mais sem fundamental completo e em ocupação informal. Diante disso, 69,77% da população são de vulneráveis à pobreza.

Outro ponto que merece destaque ao se referir aos dados socioeconômicos do município de Alagoa Grande são os benefícios do programa Bolsa Família do Governo Federal, estes atendem 5.493 mil beneficiários, segundo dados do Portal da Transparência do mesmo órgão, onde foi destinado um total de 9.409.160,00 milhões de reais no ano de 2016 para suprir as necessidades destas famílias, bem como ser também usado para movimentar o comércio local.

Para Freire (2015), a partir do final dos anos 1980, Alagoa Grande passa por uma nova transformação econômica advindo de um intervencionismo estatal. Para essa nova fase, destaca-se o número significativo de aposentados e pensionistas da zona urbana, incluindo as previdências sociais nos âmbitos federal e estadual, como também o significativo crescimento do número de funcionários públicos ativos nos âmbitos municipal, estadual, federal.

A relação do tempo de atuação dos estabelecimentos comerciais concentrados no Centro Tradicional mostra a dinâmica no oferecimento de seus produtos, nos fazendo entender as relações de persistência do Comércio, frente à situação que o município se encontra atualmente. Assim, de acordo com a pesquisa de campo, através dos questionários podemos observar a seguinte composição temporal da instalação dos estabelecimentos, de acordo com o gráfico da Figura 43.

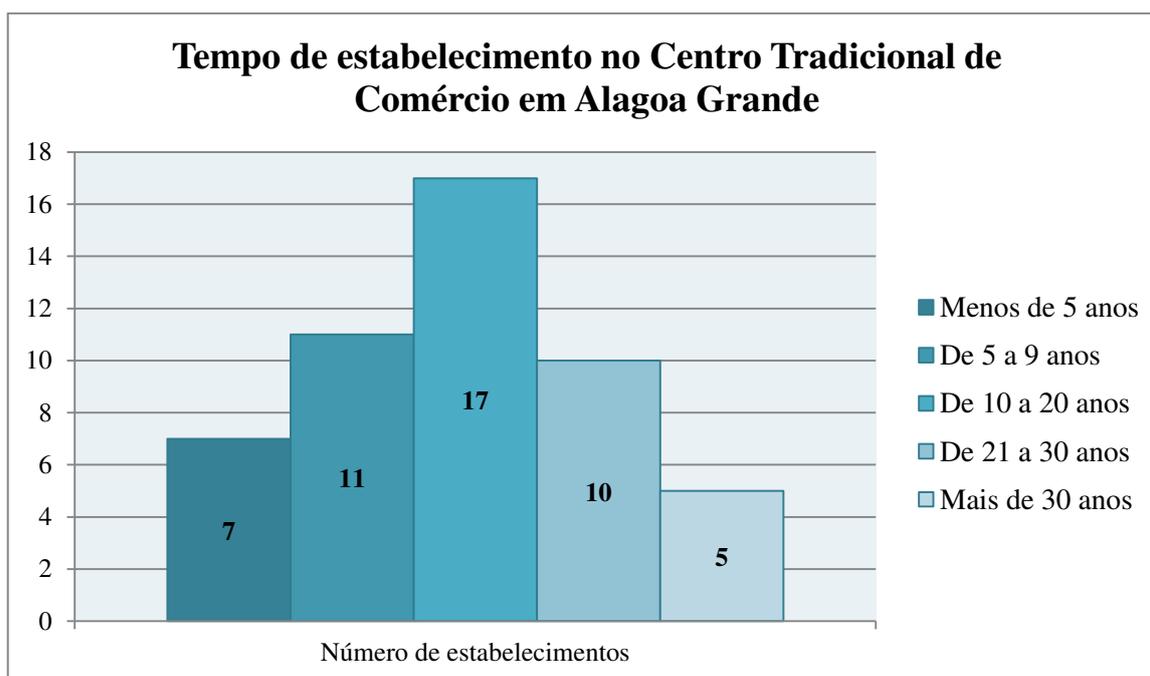


FIGURA 43: Gráfico do tempo de estabelecimento fixado no Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande. **FONTE:** Questionário aplicado em Estudo de Campo pelo autor da pesquisa. MARQUES, Fevereiro de 2017.

Diante da amostra da pesquisa realizada, podemos ver que 17 (dezessete) estabelecimentos possuem de 10 a 20 anos de instalação no CTAG. Verificamos assim, que o número mais expressivo de estabelecimentos surge a partir da época de maior crise econômica municipal em 1997, com o fechamento da Usina Tanques. Dos estabelecimentos mais antigos, 10 (dez) possuem de 21 a 30 anos de instalação e 5 (cinco)

possuem mais de 35 anos, no qual vivenciaram ainda o fim dos ciclos do algodão, do agave e dos Engenhos. Entre estes com mais de 35 anos, um estabelecimento de ferragens tem 52 anos de existência no Centro. Tendo em vista ainda estes comerciantes com mais de 35 anos, voltamos ao que foi contribuído em entrevista pela senhora Edna Farias, como uma das tais que persiste no CTAG. Questionamos as razões para a resistência dos estabelecimentos até hoje no centro de comércio de Alagoa Grande. Obtivemos a seguinte resposta:

Eu acredito que a maioria dos estabelecimentos está resistindo assim, caminhando, muito lentos e endividados. Naquela época, nós recorriamos ao Banco do Brasil, ainda fazia um empréstimo e resolvia muita coisa. Hoje nós não temos mais nada disso. Alagoa Grande passou, veio o fechamento da Usina, veio aquele problema da Barragem de Camará e outros problemas que vieram dentro de Alagoa Grande que hoje nós não temos mais nada a que se apegar. Porque se disser assim, tem um recurso ali para o comércio, é difícil, é uma burocracia tão grande que a pessoa desiste. (FARIAS, 2017)

Quanto a chegada de estabelecimentos mais novos ao Centro Tradicional de Comércio, sendo estes os que possuem de 5 a 9 anos, bem como os que possuem menos de 5 anos de instalação, podemos explicar através de Costa (2003), que as formas espaciais dos Centros Tradicionais são resultados da produção e reprodução do espaço, a partir das novas formas de comércio. Então podemos considerar através da mesma autora que:

Essas formas, por sua vez criam e recriam necessidades de consumo do e no espaço, renovando-as com novas imagens. Os Centros Tradicionais de Comércio das cidades se reproduzem a partir de uma nova imagem, criada pelas novas formas de comércio para sociedade urbana atual. (COSTA, 2003, p. 7).

Freire (2015, p. 4) diz que a nova fase econômica pautada no capital estatal aliada a outras rendas da população tem despertado a nova geração de comerciantes e outros empresários na atuação das atividades de serviços à população, nos setores de alojamentos e alimentação, como: bares, restaurantes, pousadas, lanchonetes, pizzarias, churrascarias e espaços de lazer. Com uso de recursos próprios ou empréstimos bancários.

Outros serviços diferentes dos vistos no passado comercial, vem atender as novas necessidades da população, como: escritórios de advocacia e contabilidade, clínicas médicas e odontológicas, laboratórios, espaços de beleza, academias, assistência funerária, correspondentes bancários e o setor de Tecnologia da Informação, como: provedores de internet, estabelecimentos técnicos em informática, serviços de copiadora e impressão, como também concertos de celulares e *smartphones*.

Além desses tipos de serviço na Cidade, as novas formas comerciais invadem o CTAG transformando o espaço em novos lugares de consumo, de acordo com a sociedade atual. Podemos destacar os estabelecimentos de confecções de preço único e acessível, com denominações do tipo: Tudo é 10, Tudo é 20, Mega 5, Top 7, Atacadão 35 e outros que comercializam seus produtos à menos de R\$ 40,00. Da mesma forma, os estabelecimentos de utilidades e importados, com preço único que vão do R\$ 1,50 ao R\$ 2,99 cai no gosto do povo pelas constantes novidades em mercadorias encontradas.

Algumas empresas também apostam no novo potencial econômico de Alagoa Grande, como o Grupo Armazém Paraíba, uma das principais referências comerciais do ramo comercial de móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos no Nordeste. Sua instalação no ano de 2009 muda completamente a configuração e a dinâmica do CTAG, repulsando antigos estabelecimentos do ramo e atraindo uma gama de consumidores constantes.

Dos estabelecimentos que persistem, resta a modernização das instalações e diversificação dos seus produtos oferecidos, criando formas de adequação aos novos tempos e aos novos consumidores.

4.1. O AGORA E O FUTURO: Visão econômica comercial em Alagoa Grande a partir de alternativas e necessidades locais

Diante do exposto da atual situação econômica do município, na qual podemos ver que a mesma se encontra voltada principalmente para o setor da administração e serviços públicos, setor este que tem garantido a geração de renda e capital juntamente com as aposentadorias e outros benefícios governamentais para serem utilizados no comércio do CTAG, refletindo a resistência de vários estabelecimentos com o capital advindo do Estado.

De acordo com a pesquisa de campo realizada com os comerciantes, essa situação econômica hoje tem provocado no comércio vendas razoáveis, conforme vemos no gráfico da Figura 44. Vale ressaltar, como explicados no tópico anterior, que outros setores econômicos como o próprio comércio e os serviços realizados na cidade complementam a renda da população trabalhadora nestes setores.

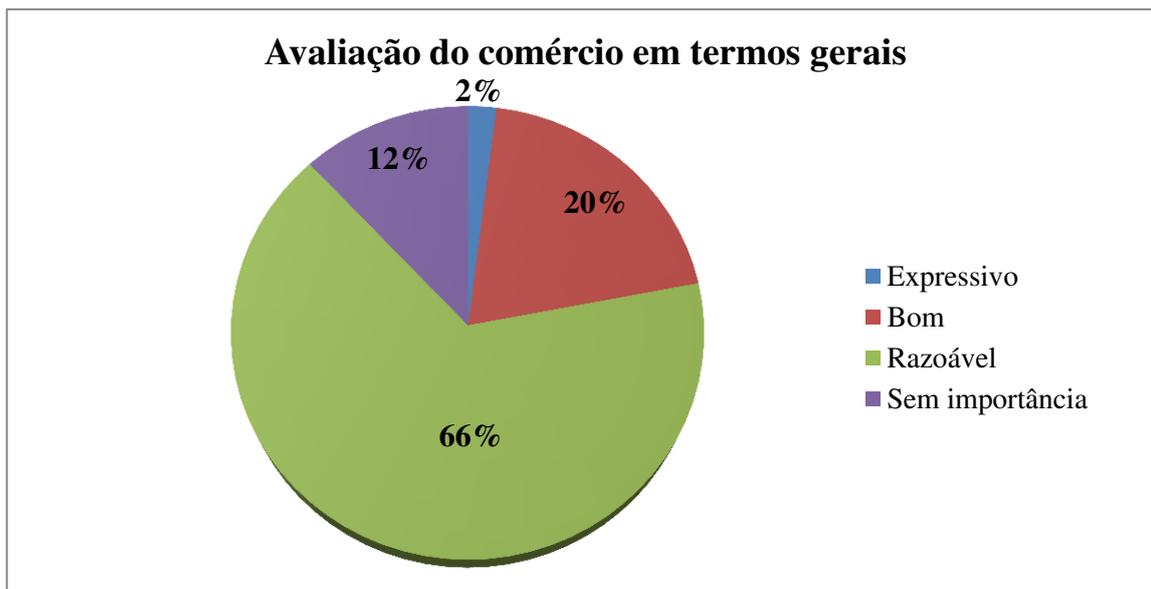


FIGURA 44: Gráfico da avaliação do comércio de Alagoa Grande pelos comerciantes. **FONTE:** Questionário aplicado em Estudo de Campo pelo autor da pesquisa. MARQUES, Fevereiro de 2017.

Vemos através do gráfico que 66% dos comerciantes ao serem questionados quanto à avaliação do comércio de Alagoa Grande hoje, estes consideram ser um comércio de característica razoável, no qual podemos perceber que é uma significativa porcentagem diante da amostra. Também percebemos fora do que foi respondido em questionário, que a opinião de alguns destes comerciantes que consideraram a situação do comércio atual razoável, exprimiam seu desejo de responder uma avaliação negativa, principalmente os proprietários dos pequenos estabelecimentos. No qual demonstravam um olhar quanto à fragilidade econômica do Centro, ao não haver incentivos para que este melhore. Observamos ainda no gráfico que 12% dos comerciantes avaliam o comércio do CTAG sem importância, número pouco expressivo contido apenas pelos 22% que consideram o comércio de relevância entre bom e expressivo.

Os comerciantes lojistas contam com a representação da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Alagoa Grande/PB. É uma entidade sem fins lucrativos, que contribui com o comércio local, com ações de incentivo empresarial. Em entrevista ao Presidente do mesmo órgão representante, o senhor Paulo Sérgio Batista Rodrigues, obtivemos o seguinte depoimento em relação de como a CDL tem avaliado o comércio de Alagoa Grande atualmente:

A situação é complicada, não só aqui na cidade, mas em todo o Brasil. Os comerciantes associados têm reclamado que os faturamentos caíram e enfrentam dificuldades em meio à crise. (RODRIGUES, 2017).

Percebemos a partir da fala do Presidente da CDL que o comércio de Alagoa Grande tem passado por um “momento ruim”, quando a crise dos últimos anos no Brasil tem afetado a esfera econômica do país e juntamente, temos visto o alavancar de consequências nos diversos setores tanto econômicos como sociais. Pois, a partir daí a população tomou “consciência para controle de gastos”, como indagado pelo presidente que também é comerciante do CTAG.

Voltando aos dados da pesquisa em questionários com os comerciantes, propomos que os mesmos apontassem pontos positivos (FIGURA 45) e negativos (FIGURA 46) encontrados no comércio de Alagoa Grande atualmente. Pontos esses que nos ajudarão a entender a fragilidade e as dificuldades que o Centro Tradicional de Comércio vem enfrentando, como também os fatores que tem contribuído para a resistência dos mesmos.

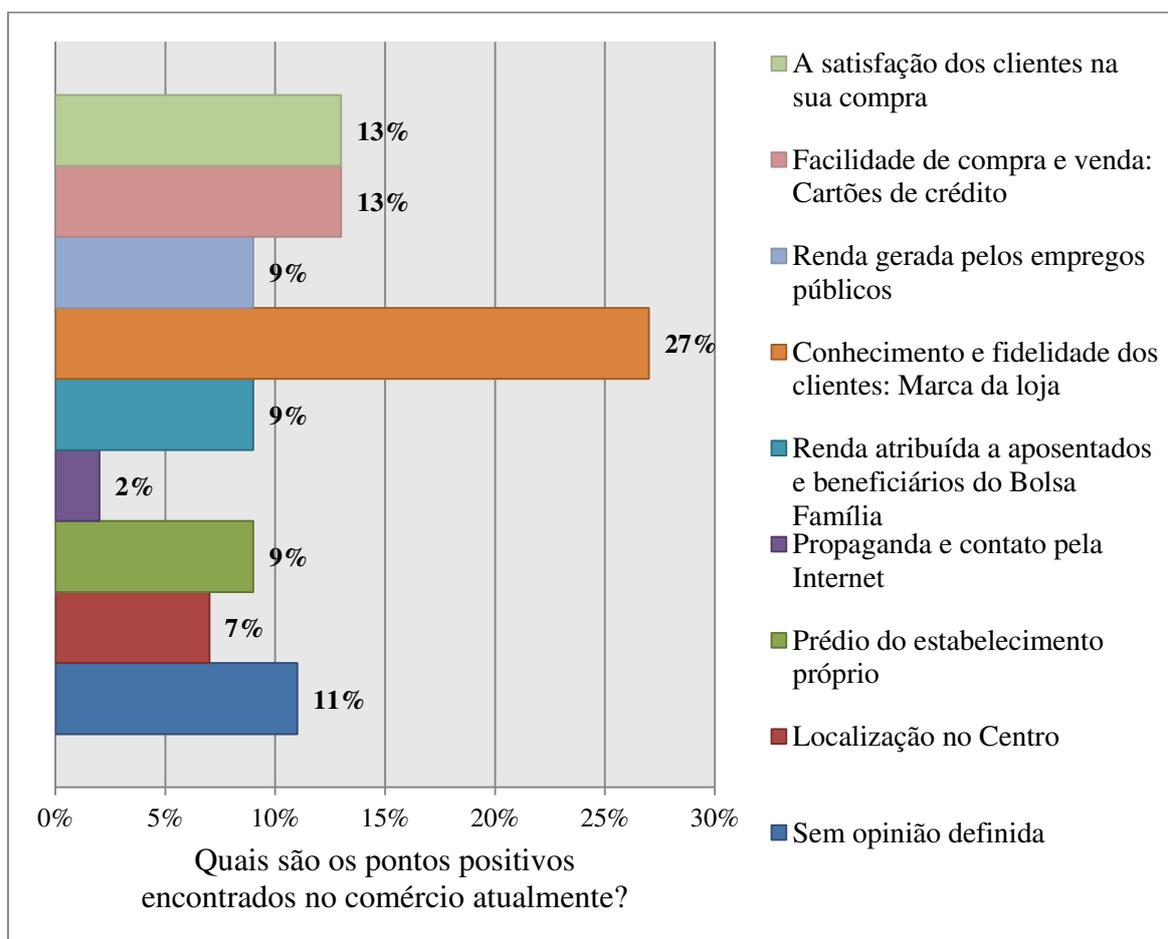


FIGURA 45: Gráfico dos pontos positivos encontrados hoje no Comércio de Alagoa Grande. **FONTE:** Questionário aplicado em Estudo de Campo pelo autor da pesquisa. MARQUES, Fevereiro de 2017.

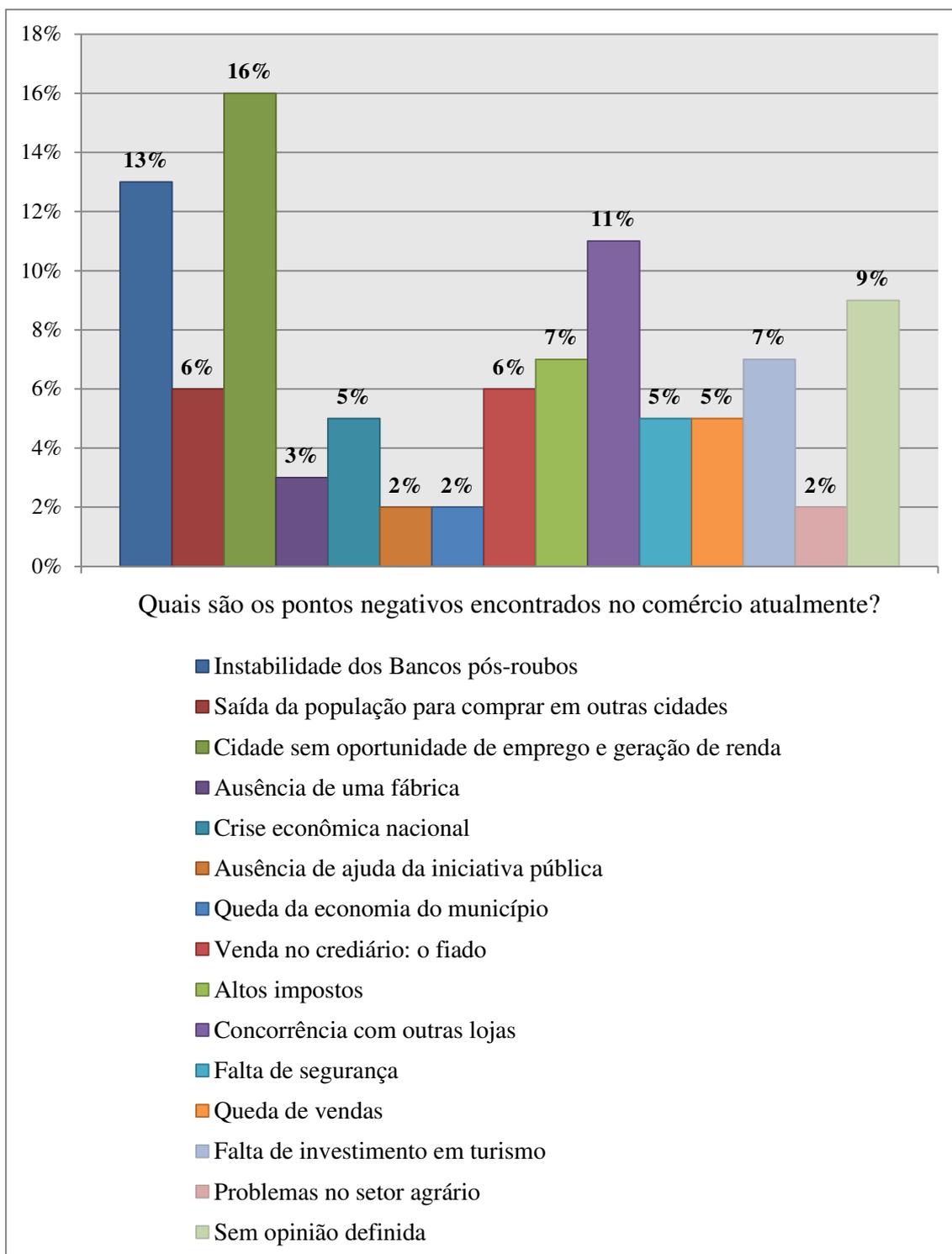


FIGURA 46: Gráfico dos pontos negativos encontrados hoje no Comércio de Alagoa Grande. **FONTE:** Questionário aplicado em Estudo de Campo pelo autor da pesquisa. MARQUES, Fevereiro de 2017.

O gráfico da Figura 45 mostra os pontos positivos que foram apontados na pesquisa em relação ao comércio e ao CTAG hoje. Analisamos através dos dados que o conhecimento do estabelecimento e a fidelidade dos clientes em sempre comprar no mesmo local, atingiram 27% das opiniões relatadas pelos comerciantes como positividade

para o comércio. Outros pontos positivos averiguados foram referentes à satisfação do cliente ao adquirir seu produto desejado e a facilidade de compra e venda através dos cartões de crédito, representando 13% das opiniões. Ainda merecem pontos destacados a positividade da entrada financeira referente à renda pública, a estrutura do estabelecimento próprio isentando o pagamento de alugueis caros, estes dois pontos representam 9% das opiniões, como também a localização do estabelecimento no CTC, onde existe o fluxo de pessoas, representando 7% das opiniões.

Por outro lado, como prova da insatisfação dos comerciantes para com a situação comercial de Alagoa Grande, foram apresentados 14 (quatorze) diferentes pontos de vista que tem prejudicado as vendas e outras dificuldades encontradas no CTAG, apontadas conforme vimos no gráfico da Figura 46. São dificuldades que percebemos que uma vem desencadeando a outra. Com 16% das opiniões relatadas pelos comerciantes, Alagoa Grande sofre por não ter oportunidades de emprego para sua população, o que acarreta a não geração de renda para o comércio. Alguns pontos negativos que foram observados servem de causa para a porcentagem maior anterior, como a ausência de um fábrica (3%), a ausência de ajuda da iniciativa pública (2%), a queda da economia do município no passado (2%).

Um segundo ponto negativo que atingiu 13% das opiniões e que merece destaque por o comércio estar passando por essa dificuldade dentro da cidade de modo recentemente, é a instabilidade dos bancos após sofrem roubos. A cidade que conta com 3 (três) agências de bancos diferentes: Banco do Brasil, Banco do Nordeste e Bradesco, como também alguns correspondentes, entre eles a agência dos Correios (correspondente do Banco do Brasil). Essas agências em principal o Banco do Brasil e o Bradesco nos últimos 4 anos tem sofrido com frequentes assaltos a mão armada, explosões aos caixas eletrônicos (que destroem também a estrutura do banco) e arrombamentos aos cofres. Tudo isso acarreta um prejuízo tanto aos bancos como para a população que necessita deles para sacar seus salários. Salários estes que são utilizados no comércio. Como consequência disso, outro ponto negativo acarreta o a saída desses assalariados para sacar seu dinheiro em cidades maiores (Guarabira e Campina Grande) e acabam fazendo suas compras no mesmo lugar, esse ponto corresponde a 6% dos comerciantes questionados.

A concorrência entre os estabelecimentos de mesmo ramo também foi apontado como ponto negativo em meio à conjuntura que o CTAG vem passando, no qual atingiu

13% das opiniões. Em se tratando desse assunto, os comerciantes que apontaram essa dificuldade, relataram que há a disparidade de pequenos comércios para maiores, como exemplo, mercadinhos aos supermercados e disparidades de preços, como exemplo, lojas de confecções de artigos melhores às de preço popular.

Outros pontos que merecem destaque como negativos revelados na pesquisa, temos a compra e venda sem crédito, mais conhecido como o “fiado” (6%), a cobrança de altos impostos (7%), a falta de segurança pública, principalmente relacionado aos bancos (5%), e a falta de incentivo ao turismo da cidade (7%) têm prejudicado o comércio de Alagoa Grande.

A fim de buscar alternativas para solucionar os problemas, perguntamos aos comerciantes a opinião de como os Órgãos Públicos e/ou a Iniciativa Privada deveriam agir para ajudar a melhorar o comércio de Alagoa Grande economicamente com a geração de renda. Os mesmos além dessas possibilidades, demonstraram algumas outras necessidades do CTAG, conforme resultado é visto na Figura 47.

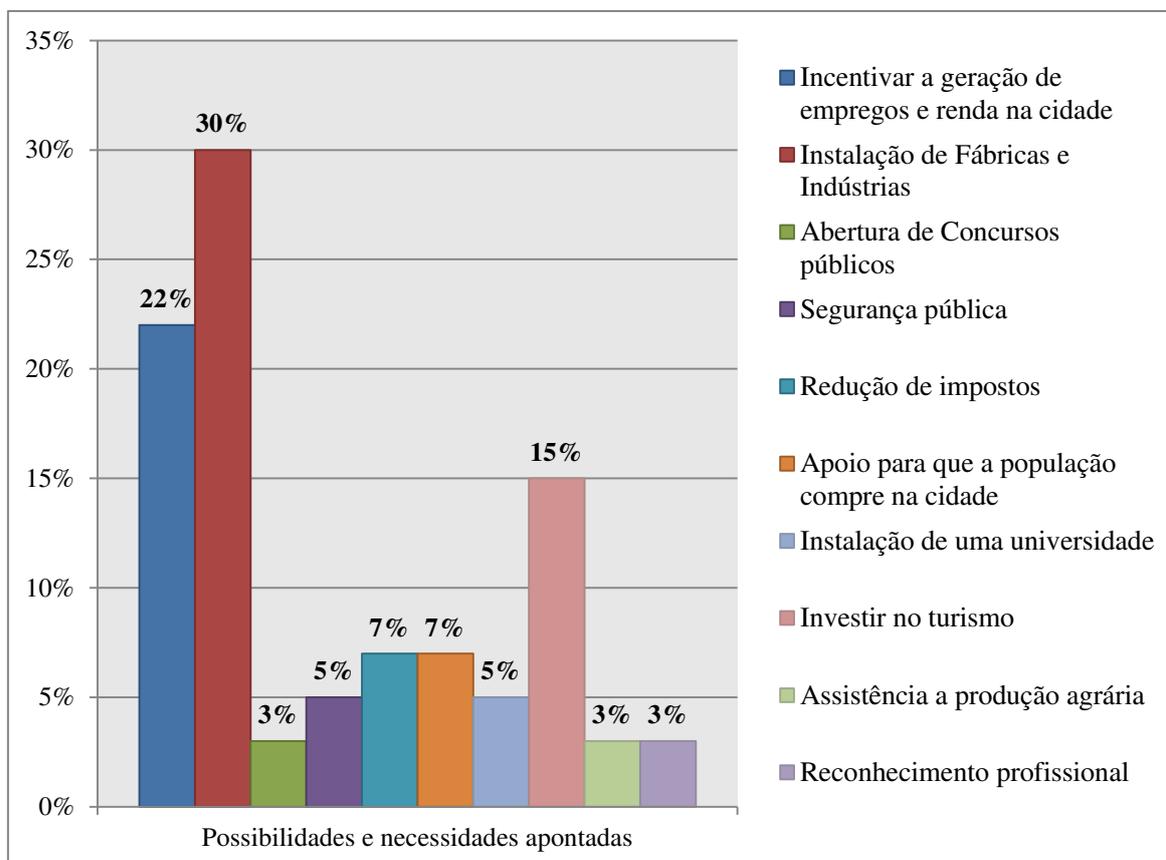


FIGURA 47: Gráfico das possibilidades e necessidades do CTAG apontadas pelos comerciantes. **FONTE:** Questionário aplicado em Estudo de Campo pelo autor da pesquisa. MARQUES, Fevereiro de 2017.

Constatamos na pesquisa que com 30% dos comerciantes, sugerem a instalação de fábricas e indústrias na cidade como solução para a melhoria econômica do comércio, pois abriria oportunidades no mercado de trabalho em favor da população desempregada. Percebemos nas falas dos mesmos que a memória coletiva dos tempos áureos da economia de Alagoa Grande, quando esta detinha esse tipo de atividade no meio urbano é viva principalmente dos que viveram essa época, como também dos mais novos que tem conhecimento do crescimento econômico que essas empresas trouxeram em benefício ao espaço.

Quanto a essa alternativa ainda não alcançada, tem se estabelecido apenas promessas dos órgãos públicos em buscar parcerias empresariais de forma que gere renda no município. Em cada gestão, os comerciantes e a população esperam a concretização desse sonho que é de todos.

O segundo ponto de vista em destaque, abrangendo 22% das opiniões da amostra, dialoga com o ponto anterior, em que haja alternativas no incentivo para que se estabeleça a geração de empregos e renda para a população desempregada partindo destes órgãos, seja na instalação das indústrias, seja por outros meios.

Uma terceira possibilidade que surte proeminência com 15% das colocações da pesquisa é o investimento no turismo da cidade. Segundo os comerciantes, havendo esse incentivo criaria a oportunidade de atrair mais turistas, que consumam na cidade. Além das possibilidades, algumas necessidades também puderam ser apontadas, como: segurança pública (5%), redução de impostos (7%), apoio para que a população compre na cidade (7%), assistência ao meio agropecuário (3%) e outros.

Diante do exposto pelos comerciantes em pesquisa, podemos considerar o turismo de Alagoa Grande como uma virtualidade, ou seja, uma existência potencial para o lugar, pois a mesma possui além de pontos turísticos naturais e culturais, a lembrança de figuras marcantes que aludem à memória de Alagoa Grande, como os mais importantes: Jackson do Pandeiro (cantor e compositor), Margarida Maria Alves (sindicalista) e Oswaldo Trigueiro de Mello (Ex-governador da Paraíba e Ministro do Supremo Tribunal Federal). Vejamos a seguir alguns destaques referentes ao turismo alagoa-grandense.

4.2 O POTENCIAL TURÍSTICO E CULTURAL DE ALAGOA GRANDE COMO VIRTUALIDADE PARA A CIDADE E O COMÉRCIO

Conhecida nacionalmente como “a terra de Jackson do Pandeiro”, Alagoa Grande aposta nesse novo potencial turístico, voltado a uma cultura do consumo do lugar pela memória do passado preservado no presente e a reprodução do lugar a partir do nome do cantor e compositor Jackson do Pandeiro, que deixou um legado cultural em todo o país. Severino Silva, Ex-secretário de Cultura do Município, assim nos relata a virtualidade que se apresenta o turismo em Alagoa Grande:

Com a decadência econômica que se instalou em nosso Município a partir da segunda metade do século passado e sem perspectiva alguma de retomada do crescimento nos últimos cinquenta anos, o patrimônio cultural de Alagoa Grande se apresenta como alternativa para alavancar uma nova etapa de crescimento econômico de maneira duradoura e sustentável. (SILVA, 2015, p. 40).

O patrimônio cultural do Município citado por Silva (2015) é voltado ao histórico do lugar que além do crescimento econômico do passado, que construiu espaços de memória para o presente, podemos destacar o Centro Histórico, com casarões que remetem ao século XVIII e XIX, muitos deles construídos com materiais vindos de Portugal. A Igreja Matriz de Nossa Senhora da Boa Viagem, em estilo Barroco construída em 1868 (FIGURA 48), o terceiro mais antigo teatro da Paraíba, o Santa Ignês, construído em 1905 (FIGURA 49), as instalações do Colégio do Rosário, conhecido como Colégio das Freiras de 1919, as ruínas da estação do trem.



FIGURA 48: Igreja Matriz Nossa Senhora da Boa Viagem. **AUTOR:** TEOTONIO, 2017.

Também podemos destacar lugares naturais e culturais como a Lagoa do Paó, a subida ao morro do Cruzeiro, cachoeiras, o remanescente quilombola de Caiana dos Crioulos, comunidade rica em cultura e história preservada. O Memorial Jackson do Pandeiro (FIGURA 50), o Museu Casa Margarida Maria Alves, Engenhos que hoje produzem a cachaça e proporciona um turismo rural, como os Engenhos Volúpia e Gregório.



FIGURA 49: Teatro Santa Ignês. **AUTOR:** TEOTONIO, 2017.



FIGURA 49: Memorial Jackson do Pandeiro. **AUTOR:** WANDERLEY, 2017.

Todo esse potencial turístico trouxe à cidade um dos eventos mais conhecidos no Estado atualmente: a Rota Cultural Caminhos do Frio, que acontece nos meses de agosto e setembro, tendo como tema: Rota Cultural Jackson do Pandeiro. No qual traz durante o período de realização, apresentações teatrais, *shows*, oficinas, artesanatos, exposições, cavalgada, Motocross, passeio ciclístico, festival gastronômico e outras atividades. Para Silva (2015, p. 4), o turismo tem tudo para ajudar Alagoa Grande, como ele explica:

A diversidade cultural encontrada em Alagoa Grande é tão rica e autêntica que pode, e muito aumentar numa escala vertiginosa, o fluxo de turistas em nosso Município deixando aqui os preciosos dólares, euros e reais suficientes para melhorar a renda de nosso povo e financiar uma nova proposta de desenvolvimento em sintonia com a indústria que mais cresce no mundo: a indústria sem chaminés, a indústria do turismo. (SILVA, 2015, p. 40).

Visto isso, restam aos órgãos públicos competentes investir e intervir mais nesse potencial, na busca de produtores culturais, como também empresas de apoio, como SEBRAE, PBTUR, criar associações, tendo em vista que os próprios comerciantes apostam nesse setor como revitalização de uma nova cidade, para reviver dias áureos como no passado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esse trabalho, procuramos discutir a produção e a reprodução do espaço urbano norteadas pela análise do Centro Tradicional de Comércio em Alagoa Grande-PB (CTAG). Não apenas discutir a produção do espaço, mas relacionar esse surgimento com o seu crescimento, a partir de transformações ocorridas no sistema econômico que tinha como evidência a produção agrícola de matérias primas para diversos produtos fora do país, como o algodão, a agave e a cana-de-açúcar no passado, e hoje reproduz as persistências e as novas formas comerciais instaladas.

A pesquisa que teve por problemática a relação entre transformações e persistências na produção e reprodução do espaço dos centros urbanos o que nos levou a uma análise entre rupturas, permanências e resistências, principalmente aos tradicionais.

Verifica-se que há escassos trabalhos que investigaram o comércio e seu centro tradicional na cidade de Alagoa Grande. Proporcionando o pioneirismo e a relevância de estudos iniciais dentro da temática para o objeto geográfico.

A que se refere ao passado do objeto de estudo, na lógica do capitalismo os proprietários dos meios de produção e o Estado se tornam agentes sociais da produção urbana que estando inseridos nas temporalidades, criou processos que construíram o espaço do Centro Tradicional de comércio em Alagoa Grande.

A partir do fluxo de pessoas da cidade para trabalhar no campo, do campo para as indústrias e armazéns de beneficiamentos e dos armazéns para o trem, verifica-se o fluxo de mercadorias sendo este constante, atraindo assim o comércio. Pois, um ponto comercial sobrevive pela atração de pessoas constantes que passam pelas vias urbanas. Comércio este que era forte durante as décadas de poder econômico do lugar.

Podemos afirmar que a economia do algodão e sisal e outros criaram o fluxo que deu gênese à área central, porém após a queda e descentralização da economia que por último teve a produção de açúcar na Usina Tanques, como ascensão e resistência frente à crise, que mesmo localizando-se na zona rural, proporcionava empregos para a população urbana e rural. Mesmo depois da saída do trem, o comércio que restou resistiu através geração de renda e capital advindo da Usina para utilização no centro de comércio que já estava estabelecido. A partir da estagnação econômica após o fechamento da Usina

Tanques, podemos ver um marco de mudança para o comércio local, pois este não havia desenvolvido outros meios para sustentação.

O que podemos afirmar, é que mesmo com após a estagnação e outros problemas que o CTAG veio enfrentando, como a enchente do rompimento da Barragem de Camará, ele resiste como um espaço comercial vivo, apresentando 251 estabelecimentos comerciais e de serviços, distribuído em 12 ruas distintas, pautado hoje numa economia de renda gerada pelo mercado de trabalho de serviços públicos e pelos próprios serviços encontrados no CTAG.

Através das observações, verificamos uma dinâmica intensa em movimentos, fluxo de pessoas, mercadorias, tanto pelo dia como pela noite nos lugares de atração à sociabilidade. Esse momento atual tem mostrado um fluxo de vendas razoável pelo que constatamos em pesquisa com através da avaliação dos próprios comerciantes, porém de acordo com os pontos de vista negativos apontados pelos mesmos, o que os levam a resistir é a fidelidade de seus clientes, mesmo faltando incentivos para geração de trabalho e renda para população na cidade, no qual poderia ser solucionado com instalações de empresas industriais, como constatado em pesquisa.

Mesmo com as dificuldades, as reproduções de novas formas de comércio são encontradas no CTAG, visando o momento atual da sociedade. Como potencial econômico para uma revitalização desse Centro de comércio, o turismo se insere como virtualidade tendo em vista o seu valor cultural construído durante o passado e a memória de grandes nomes que permitem o consumo do e no lugar.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Rogério. O centro e a centralidade urbana: aproximações teóricas a um espaço em mutação. In: FERNANDES, José Alberto Rio (Org). **Cadernos do Curso de Doutorado de Geografia**. Porto: Edições da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2010. p. 23-41.

BRASIL, Atlas do Desenvolvimento Humano no. **Perfil das localidades**. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/alagoa-grande_pb>. Acesso em 16 jan. 2017.

BRASIL, Portal da Transparência. **Despesas**. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/>>. Acesso em 2 fev. 2017.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo: Editora Ática, 1989b.

CORRÊA, Roberto Lobato. Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço: um texto para discussão. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri, et al. (org). **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2014. p. 41-51.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

COSTA, Kátia Cristina Ribeiro. **O centro de Recife e suas formas comerciais: transformações e persistências**. Rio Claro: UNESP, 2003.

DUARTE, Cristovão Fernandes. A dialética entre permanência e ruptura nos processos de transformação do espaço. In: MACHADO, Denise Barcellos Pinheiro. (Org.). **Sobre urbanismo**. 1 ed. Rio de Janeiro: Viana & Mosley / Ed. PROURB, 2006, p. 27-36.

FARIAS, Edna Gomes de. **Edna Gomes de Farias: entrevista** [mar. 2017]. Entrevistador: R. M. Marques. Alagoa Grande: Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande, 2017. 1 arquivo de áudio em mp3. Entrevista concedida a Rubens Martins Marques.

FREIRE, José Avelar. **Alagoa Grande: aspectos econômicos e fatos outros de sua história**. João Pessoa: Idéia, 1996.

FREIRE, José Avelar. **Alagoa Grande: sua história de 1625 a 2000**. Vol 1. 2. Ed. João Pessoa: A União, 2002.

FREIRE, José Avelar. Uma interessante viagem (na locomotiva do tempo) pela economia e por fatos históricos do município. **Alagoa Grande em Revista**, Alagoa Grande, Edição Comemorativa, p. 4-6, 2015.

GLUSZEVICZ, Ana Cristina; MARTINS, Solismar Fraga. Conceito de centralidade urbana: estudo no município de Pelotas, RS. In: **Simpósio de Estudos Urbanos**, 2., 2013, Campo Mourão. Anais. Campo Mourão: Grupo de Estudos Urbanos da Fecilcam (GEURF), 2013, p. 1-17.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=250030&search=paraibalalagoa-grande>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

MOREIRA, Emília; TARGINO, Ivan. **Capítulos de Geografia Agrária da Paraíba**. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 1996.

RIBEIRO, Genes Duarte. Alagoa Grande-PB: uma cidade de jeito (quase) brejeiro. In: SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de. (Org.). **História dos municípios paraibanos**. Vol 3. Campina Grande: EDUFCG, 2013. p. 19-28.

RODRIGUES, Paulo Sérgio Batista. **Paulo Sérgio Batista Rodrigues**: entrevista [mar. 2017]. Entrevistador: R. M. Marques. Alagoa Grande: Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande, 2017. 1 rascunho escrito. Entrevista concedida a Rubens Martins Marques.

SANTOS, Cláudio Ressurreição dos. **Shopping Popular Feiraguai**: estudos sobre a produção de um espaço de comércio em Feira de Santana – BA. Rio Claro: UNESP, 2016.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. 6. Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

SILVA, Severino Antônio da. A cultura de Alagoa Grande como mola propulsora de seu desenvolvimento. **Alagoa Grande em Revista**, Alagoa Grande, Edição Comemorativa, p. 40, 2015.

VARGAS, Heliana Comin. **Comércio e cidade**: uma relação de origem. São Paulo: Laboratório de Comércio e Cidade / Universidade de São Paulo – Lab.Com / USP, 2000. p.01-05. Disponível em: <<http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/08/2000.-Comercio-e-Cidade.-Uma-relação-de-origem.pdf>>. Acesso em 06 de janeiro de 2017.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. Studio Nobel: São Paulo: FAPESP: Lincoln Institute, 1998.

APÊNDICES

APÊNDICE – A



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE – UFCG
CENTRO DE HUMANIDADES – CH
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA – UAG
CURSO DE GEOGRAFIA – CGEO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Graduando/Pesquisador: RUBENS MARTINS MARQUES
Orientação: PROF^a. DR^a. KÁTIA CRISTINA RIBEIRO COSTA

QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO

Local da pesquisa:
CENTRO TRADICIONAL DE COMÉRCIO EM ALAGOA GRANDE – PB

RUA:

DATA: ____/____/____

Nome do Estabelecimento:	
Ramo comercial e mercadorias comercializadas:	
Há quanto tempo seu comércio está instalado no Centro de Alagoa Grande?	
Sempre foi instalado nesta rua?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Se Não, onde era instalado antes?
De onde vem sua mercadoria?	<input type="checkbox"/> Comércio de outras cidades <input type="checkbox"/> Representantes <input type="checkbox"/> Centros de Distribuição <input type="checkbox"/> Outros
Como comerciante do Centro Tradicional de Alagoa Grande, como você avalia o comércio em	<input type="checkbox"/> Expressivo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Razoável

termos gerais?	() Sem importância
Quais são os pontos positivos e negativos encontrados no comércio atualmente? E quanto ao seu ponto comercial, faça uma avaliação.	
Como o senhor(a) acha que os Órgãos Públicos e/ou a Iniciativa Privada deveria agir para que o comércio de Alagoa Grande melhore economicamente com a geração de renda?	

APÊNDICE – B

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE – UFCG
CENTRO DE HUMANIDADES – CH
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA – UAG
CURSO DE GEOGRAFIA – CGEO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Graduando/Pesquisador: RUBENS MARTINS MARQUES

Orientação: PROF^a. DR^a. KÁTIA CRISTINA RIBEIRO COSTA

ROTEIRO PARA ENTREVISTAS COM COMERCIANTES ANTIGOS

1. Como comerciante antigo na cidade como o senhor (a) avalia o comércio na época que começou a comercializar aqui no Centro da cidade? Trabalhava com o mesmo ramo de hoje?
2. É conhecido através da história da cidade que as produções do algodão, cana-de-açúcar e seus derivados, o agave e a chegada do trem trouxeram inúmeros benefícios para a cidade, mas em sua opinião o último período áureo da economia alagoa-grandense (usina e produção de açúcar) trouxe benefícios para o seu comércio?
3. Após o fim destas produções que impulsionavam a economia e o crescimento de Alagoa Grande, principalmente após o fechamento da Usina Tanques, o senhor (a) sentiu que houve mudança na dinâmica do comércio, principalmente as vendas no seu estabelecimento?
4. Tendo em vista a mudança da dinâmica comercial após sofrer com o fim dos incentivos da renda gerada pelos atores da economia, ou seja, a paralização econômica da cidade, bem como a crise que tem atuado nos últimos anos. O que levou e o que leva seu estabelecimento resistir até hoje no centro de comércio de Alagoa Grande?

5. Hoje a economia de Alagoa Grande conta principalmente com serviços (bens de consumo), serviços provindos da administração pública e em menor escala a agricultura, segundo o IBGE. Essa renda gerada tem garantido êxito do comércio hoje?
6. O turismo em Alagoa Grande se baseia no consumo da cidade como “a terra de Jackson do Pandeiro” e o reviver o passado, impulsionado festas como o Caminhos do Frio. Isso tem ajudado a melhorar o comércio na cidade? Se sim, por quê? Se não, o que tem faltado?

APÊNDICE – C

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE – UFCG
CENTRO DE HUMANIDADES – CH
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA – UAG
CURSO DE GEOGRAFIA – CGEO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Graduando/Pesquisador: RUBENS MARTINS MARQUES

Orientação: PROF^a. DR^a. KÁTIA CRISTINA RIBEIRO COSTA

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM A CDL – ALAGOA GRANDE

1. Como a CDL avalia o comércio de Alagoa Grande atualmente?
2. Em relação ao comércio (sobre estrutura e sociabilidade entre os comerciantes e os mesmos entre os consumidores) quais pontos positivos e negativos encontrados no Centro Tradicional de Comércio de Alagoa Grande?
3. Através da história de Alagoa Grande percebemos que antigas formas de produção, indústrias, fábricas e o trem trouxeram benefícios para a cidade, porém a decadência e o final absoluto destes ocasionaram consequências na geração de emprego e renda para a população, usada no comércio local. E atualmente temos vivido tempos de crise em todo o país. Como que os Órgãos Públicos e/ou a Iniciativa Privada deveriam agir para que o comércio de Alagoa Grande melhore economicamente com a geração de renda?
4. O turismo em Alagoa Grande se baseia no consumo da cidade como “A terra de Jackson do Pandeiro” e o reviver o passado, impulsionando festas como o Caminhos do Frio. Isso tem ajudado a melhorar o comércio na cidade? Se sim, por quê? Se não, o que tem faltado?