

O COMÉRCIO DE ARAGUAÍNA/TO: DINÂMICAS E TRANSFORMAÇÕES

TRADE IN ARAGUAÍNA/TO: DYNAMICS AND TRANSFORMATIONS

Reges Sodré¹

Delismar Palmeira Costa²

Resumo: O crescimento da atividade comercial e sua consolidação na cidade de Araguaína-TO ocorreu no contexto de incorporação da Amazônia Oriental à divisão territorial do trabalho no Brasil industrializado, que precisava de novas áreas de consumo e investimentos. O período de 1960 a 1990, é marcado pelo estabelecimento de um comércio significativo em Araguaína, com a crescente abertura de lojas e centros atacadistas que realizam a distribuição de mercadorias do centro-sul do país. A partir da última década do século XX, a cidade assume novos papéis nessa divisão territorial do trabalho, com a crescente abertura de filiais de empresas da região concentrada em seu território e o fortalecimento de grupos comerciais locais, os quais são fundamentais para as centralidades que esse centro exerce na rede urbana. Diante disso, a pesquisa teve por objetivo analisar os principais papéis assumidos por Araguaína-TO na divisão territorial do trabalho, desde o processo de expansão da fronteira agrícola nos anos de 1960. O trabalho foi realizado com base em revisão bibliográfica, levantamento de dados no IBGE, referente ao Cadastro Central de Empresas, aos recenseamentos de 1960, 1970 e 1980 e as publicações regiões de influência das cidades; pesquisa de campo e consulta ao Google Maps, através da função Street View, ano 2019.

Palavras-chaves: comércio, Araguaína, divisão territorial do trabalho.

Abstract: The growth of the commercial activity and its consolidation in Araguaína City (TO) occurred in the context of the incorporation of Eastern Amazonia into the territorial division in the work of industrialized Brazil that needed new areas of consumption and investments. The period from 1960 to 1990 is registered by the establishment of significant trade in Araguaína with a growing opening of stores and wholesale centers that make the distribution of center-south merchandise. The city assumes new roles in the division of the work with the growing opening of some company branches of the region from the last decade of the 20th century. They concentrated on its territory and the strengthening of local commercial groups, which are fundamental for the centralities that the core has in the urban network. Therefore, the research aimed to analyze the main roles assumed by Araguaína-TO in the territorial of labor, since the process of expansion of the agricultural frontier in the 1960s. The work was carried out based on a bibliographic review, data collection at the IBGE, referring to the Central Register of Companies, the censuses of 1960, 1970 and 1980 and publications in the regions of influence of cities; field search and Google Maps query, through the Street View function, year 2019.

Keywords: trade, Araguaína, territorial division of the work.

¹ Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Secretaria da Educação, Juventude e Esporte do Tocantins. E-mail: regessodre@gmail.com

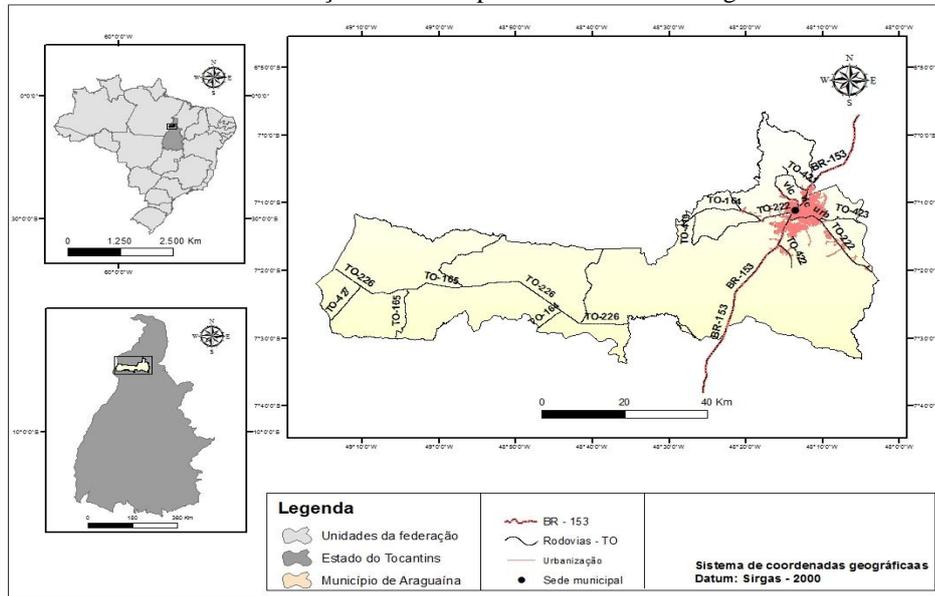
² Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO). Doutorando em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: delismar.costa@iftto.edu.br

Introdução

O desenvolvimento do comércio em cidades intermediárias é uma questão crucial para o entendimento da evolução do capitalismo num país como o Brasil. Esse fenômeno se deu na região amazônica a partir da política de integração nacional, que somada a outras ações do Estado possibilitaram a dinamização e propagação das relações capitalistas de produção. Entretanto, não foi por meio de uma industrialização expansiva que o sistema burguês adentrou nas regiões periféricas, mas também pela imposição de uma rígida divisão do trabalho, onde as áreas mais industrializadas subjagam aquelas menos desprovidos desse setor. À vista disso, grande parte das cidades médias³ impera o capital de comércio de mercadorias, sendo reservada a esses centros a missão, prioritária, de realizar a mais-valia embutida nas mercadorias produzidas em zonas distantes.

Araguaína, cidade localizada na região Norte do estado do Tocantins (MAPA 1), é um bom exemplo dessa rede de relações alicerçadas na divisão territorial do trabalho. Essa localidade nos dá a possibilidade de analisar as formas de interação entre as regiões industrializadas do país e o restante do território. As cidades médias do Norte do Brasil se comportam, em sua maioria, como sede de um forte setor terciário, sendo a atividade industrial irrisória, contribuindo para a tendência de importação de artigos manufaturados. Esse quadro faz com que uma cidade como Araguaína seja obediente aos ditames das elites centrais; todavia, isso não seria possível caso não houvesse uma “inércia” proposital por parte da própria burguesia interiorana. Todos os custos são transferidos para o consumidor final, e não para o empresário comercial, sendo este o principal motivo da perpetuação daquilo que chamamos de *terciarismo*.

³ De acordo com Sposito (2001), uma cidade média se define pelos papéis regionais que assume na rede urbana, de um lado, servindo (com a distribuição de bens e dos serviços) uma hinterlândia, composta de cidades menores e áreas rurais, e de outro lado, estabelecendo uma intensa teia de relações com espaços de maior importância, em escala nacional e internacional. Difere, portanto, de cidades de porte médio, as quais, segundo a autora, são determinadas muito mais pelo tamanho demográfico, não assumindo papéis regionais. Exemplo disso são cidades inseridas em regiões metropolitanas, incapazes de organizar um espaço polarizado que realiza a intermediação entre metrópoles e cidades pequenas.

MAPA 1: Localização do Município e da Cidade de Araguaína-TO

Fonte: IBGE, organização: os autores

Diante disso, a pesquisa teve por objetivo analisar os principais papéis assumidos por Araguaína-TO na divisão território do trabalho, desde o processo de expansão da fronteira agrícola nos anos de 1960. Para isso, foi necessário a articulação de diversas leituras: a primeira sobre as bases nas quais se assenta a Divisão Territorial do Trabalho (DTT) no capitalismo em Marx (2013, 2017); a segunda, como se estrutura a DTT no Brasil em Santos e Silveira (2001); e a terceira, que versa sobre os processos de integração regional da Amazônia e Tocantins, em Machado (1979, 1999), Valverde e Dias (1967), Becker (1990).

Um segundo momento da pesquisa foi o levantamento de dados no IBGE do Cadastro Central de Empresas (2006 e 2018), dos censamentos de 1960, 1970 e 1980 e dos microdados das publicações regiões de influência das cidades dos anos 1972, 1987 e 2020. Esses dados nos ofereceram uma radiografia das atividades econômicas em Araguaína em dois períodos importantes, antes e depois da criação do Tocantins, assinalando estágios distintos de subordinação dessa cidade na DTT.

Em um terceiro momento, visando oferecer uma leitura qualitativa aos números produzidos pelo IBGE, fez-se um levantamento das principais empresas-redes que atuam em Araguaína, combinado diversas fontes: consulta ao Google Maps, através da função Street View, ano 2019, associada a visita de campo para conferência (e registro em caderno) das

empresas nas principais vias comerciais de Araguaína (Conego João Lima, Santos Dumont, Bernardo Sayão, Neblina, Filadélfia e José de Brito); acesso aos sites das empresas para aprimoramento das informações e levantamento de informações nos portais de notícia da cidade. Para complementar os dados, usou-se de anotações de campo dos anos 2012, 2013 e 2015, no âmbito de pesquisas de iniciação científica que os autores desenvolveram na época.

O texto está organizado por seções, que julgamos facilitar a leitura. No primeiro momento, abordamos a problemática do comércio nas cidades médias por meio de uma discussão teórica, levando em consideração o papel da divisão do trabalho na arquitetura das relações econômicas inter-regionais no Brasil; em seguida, tratamos da gênese da estrutura comercial de Araguaína, com base na análise de dados históricos e de referenciais bibliográficos, sobretudo os que contemplam o papel das políticas do Estado na evolução do comércio araguainense ao longo das décadas de 1960 a 1990.

Por fim, delineamos o contexto iniciado a partir da última década do século passado até os dias atuais, que acreditamos ser um divisor de águas na história de Araguaína. Nesse cenário, surgem novos ramos de comércio moderno, da mesma forma que há o fortalecimento daqueles já existentes; é dessa ocasião o surgimento dos primeiros grandes supermercados, das concessionárias, e a ampliação da rede de postos de combustíveis. Todas essas atividades comerciais fazem parte de um contexto regional, entretanto, não sendo restritas apenas aos moradores da cidade. Deriva daí o papel distributivo exercido pela cidade intermediária em sua zona de influência, fenômeno perfeitamente notável no caso de Araguaína. Logo após estas análises, são realizadas as considerações finais, que contemplam os principais resultados obtidos na investigação.

O comércio da cidade média no contexto da produção nacional

Sabe-se que no capitalismo a divisão social do trabalho está indiscutivelmente associada à troca de mercadorias; tal fato faz com que a produção seja destinada unicamente ao mercado, *locus* de realização da mais-valia, que é finalidade única do sistema burguês (MARX, 2013; LUXEMBURGO, 1970). A grande indústria contribui para o surgimento de especializações dentro de um mesmo espaço territorial; é estabelecida uma rígida divisão do trabalho em âmbito nacional; assim, “ramos particulares da produção” são decompostos “em distritos particulares de um país” (MARX, 2013, p. 427). Obviamente que tal divisão do trabalho também pressupõe

modificações nos demais quadros da reprodução do capital: circulação, distribuição e consumo. Por isso, a fragmentação se apresenta como uma característica inerente ao sistema; o uso do território está quase sempre condicionado aos interesses das firmas hegemônicas, ao ponto de uma região se vê obrigada a manter certas relações econômicas com zonas distantes de sua circunscrição.

A divisão social do trabalho, por seu turno, não é apenas uma mera abstração; é antes de tudo uma categoria do próprio mundo real. Os homens trabalham uns para os outros e disso não se apercebem, pois o que os une é o braço anárquico e alienante do mercado (BUKHARIN, s/d). De acordo com Milton Santos (2014a), o tempo da divisão do trabalho é igualmente o tempo do modo de produção, entretanto, toda ação econômica é, com frequência, regulada pela superestrutura política, de modo a garantir o “equilíbrio” da formação social, quase sempre ameaçado pela anarquia que impera na produção. Assim, também o Estado é convidado a assumir um papel crucial no processo de especialização regional, haja vista que “a política é a expressão concentrada da economia” (BUKHARIN, s/d, p. 294).

A divisão social do trabalho “pressupõe a fragmentação dos meios de produção entre muitos produtores de mercadorias independentes entre si” (MARX, 2013, p. 429). É evidente que tal repartição da produção não se dá sem uma base espacial correspondente; depois de ramificada, a produção precisa ser realizada, fato possível graças à distribuição pelo território dos produtos do trabalho social. Sem comércio não há reprodução, sem reprodução não há sistema burguês. O capital comercial nada mais é do que uma parte do capital de circulação (MARX, 2017); as metamorfoses do capital-mercadoria em capital monetário “constituem uma fase do processo de reprodução do capital industrial, isto é, seu processo global de produção”, este capital “se encontra constantemente no mercado, em processo de transmutação, e se encontra permanentemente inserido na esfera da circulação” (MARX, 2017, p. 310). O intercâmbio entre a produção industrial e os agentes da circulação é uma forma de divisão do trabalho. Esses elementos fazem partes do mesmo processo global de produção, todavia, o capital de comércio de mercadorias acaba por se tornar um ramo especificamente autônomo, de modo que a sua mediação isenta o capitalista industrial de gastos com a circulação, podendo assim “investir constantemente uma parte maior de seu capital no verdadeiro processo de produção” (MARX, 2017, p. 317).

Num país subdesenvolvido e industrializado como o Brasil (SANTOS; SILVEIRA, 2001), a divisão do trabalho está fundada numa rígida hierarquia entre os lugares, sobretudo

pelo fato de ter sido bastante seletivo o processo de “industrialização nacional”, de modo que, historicamente, a região concentrada (Sudeste e Sul) se tornara o epicentro econômico da formação social, subordinando as demais regiões. Milton Santos (2014b) assevera que a internalização da divisão internacional pelos países subdesenvolvidos acelerou a divisão interna do trabalho, criando dentre outras coisas “a especialização mercantil dos subespaços [...]. Do ponto de vista dos fluxos de mercadorias, o país inteiro se torna ‘a região do seu centro’” (SANTOS, 2014b, p. 89). As zonas que são “comandadas” por cidades intermediárias quase sempre não possuem a capacidade de criar atividades modernas, mesmo dispondo de um mercado regional. Isso acontece pelo fato de a grande maioria dessas atividades já se encontrar estabelecida e desenvolvida na metrópole, o que acaba por tornar “a competição difícil, se não impossível” (SANTOS, 2018, p. 333).

As modernas redes de transportes são as responsáveis pela interligação dos centros produtivos mais desenvolvidos aos principais núcleos de consumo fora de suas próprias circunscrições. Essas infraestruturas formam, na verdade, um obstáculo ao desenvolvimento das cidades médias (SANTOS, 2018), já que facilitam a inundação dos mercados intermediários por artigos importados. Assim, “o papel dominante da metrópole industrial provoca um curto-circuito das cidades intermediárias, que assim se acham sem poder de comando efetivo” (SANTOS, 2018, p. 334). Deriva daí a especialização mercantil de muitas cidades médias. Uma contradição caminha lado a lado com a divisão territorial do trabalho: a de que as zonas periféricas não produzem aquilo que virtualmente poderiam produzir; e não o fazem porque são regiões cegas e obedientes aos centros dinâmicos e produtivos da economia nacional, que formam as regiões do mandar. As áreas menos industrializadas tendem a ser submissas às regiões do mandar, de modo que “são cada vez mais regiões do fazer para os outros” (SANTOS, 2013, p. 109).

No Brasil, o comércio realizado pelas cidades intermediárias é quase sempre determinado pela produção de outras áreas, ou até mesmo pelo próprio capital comercial da região concentrada, já que as grandes corporações atacadistas e varejistas também instalam suas filiais nas regiões periféricas, tornando-se concorrentes do capital local. Nessas áreas o setor terciário é fonte de trabalho para uma quantidade considerável de trabalhadores, todavia, insuficiente. O comércio é um segmento limitado quando não acompanhado de uma indústria local significativa, já que esta poderia empregar mais pessoas e assim diminuir as fileiras do proletariado ocioso. Tal fato condiciona o surgimento das mais diversas formas de subemprego,

o que alarga ainda mais o circuito inferior da economia urbana. Portanto, a integração nacional promovida pela implantação de modernos sistemas de transportes se torna uma peça-chave na formatação do quadro atual da divisão do trabalho; “as rodovias tornaram-se um dos principais instrumentos para a formação de um mercado nacional unificado” (XAVIER, 2001, p. 333).

Esses sistemas de objetos, como se sabe, desempenham um papel decisivo na exacerbação da divisão territorial do trabalho (SANTOS, 2014b; XAVIER, 2001), pois fazem com que o aparelho da produção industrial não se dissemine total e nem qualitativamente pelo território. O transporte realizado na malha rodoviária se encarrega ele mesmo de levar mercadorias aos rincões do país. Nas palavras de Santos (2014b, p. 83): “não basta produzir muito. Uma vez que a área de mercado tem tendência a ampliar-se e estender-se a todo o território da nação [...] é indispensável transformas as *massas* produzidas em *fluxos*, para rever o dinheiro investido e reiniciar o ciclo produtivo”. Os custos dessa operação são diretamente transferidos ao consumidor, que acaba pagando não só pelo deslocamento, mas também pelos impostos incididos sobre os artigos em circulação.

Portanto, as estradas de rodagem que integraram o território têm uma natureza quase sempre alheia às regiões periféricas, ou melhor, a “sua lógica não é apenas regional e, em certos casos, o é menos, quando as preocupações que ditaram sua instalação estão ligadas ao funcionamento da economia nacional como um todo” (SANTOS, 2014b, pp. 89-90). São formados verdadeiros *circuitos produtivos*, “definidos pela circulação de produtos, isto é, matéria”, os *circuitos de cooperação*, por outro lado, “associam a esses fluxos de matéria outros fluxos não obrigatoriamente materiais: capital, informação, mensagens, ordens” (SANTOS, 2013, p. 121). O comércio na cidade intermediária e na sua região está condicionado a essa dinâmica. A divisão do trabalho e os sistemas de engenharia fazem com que a produção circule por todo o território, mas isto de acordo com as vontades das empresas industriais hegemônicas, bem como das grandes corporações comerciais, que desempenham um importante papel na drenagem de renda das regiões periféricas, por intermédio de suas filiais. As regiões de cidades médias sofrem um duplo freio ao seu desenvolvimento; se por um lado não produzem aquilo que a população consome, por outro, perdem cada vez mais a autonomia de comercialização daquilo que vem de fora. É a territorialização do *capital comercial alienígena* dentro da periferia da formação socioespacial.

Gênese da estrutura comercial de Araguaína-TO

A função comercial de Araguaína na divisão territorial do trabalho está na origem mesma da cidade. Segundo Machado (1979, p. 101) essa urbe “suruiu como pequeno entreposto comercial para os exploradores de ervas e caça abundantes na mata e para um pequeno comércio de gado curraleiro conduzido à pé pelo cerrado”. O impulso do povoamento ocorreu com “a descoberta e exploração do cristal de rocha em áreas próximas (Pium, Arapoema, Xambioá e Cristalândia)”, ainda na década de 1940 (MACHADO, 1979). Isso se deve a posição geográfica do município, com longa extensão leste-oeste, formou um portal de entrada para o povoamento da região norte do Tocantins, consolidado com a transferência em importância das vias de circulação hidroviárias, para rodoviárias nos anos de 1960.

É nesse contexto que a rodovia Belém-Brasília, construída em 1960, tornou-se um marco na história de Araguaína e, portanto, a ação estatal mais lembrada quando se trata de seu crescimento. É a partir dela que a cidade, cuja população era cerca de 2000 habitantes, passa a receber fluxos migratórios de diversas regiões do Brasil, especialmente de “povoadores mineiros, goianos, paulistas, paraenses, maranhenses, piauienses e nordestinos” (VALVERDE e DIAS, 1967, p. 206). Mas não podemos supervalorizar a construção desta rodovia, pois se não fosse a existência de outros fatores ela não teria causado a repercussão que teve em Araguaína (BECKER, 1990). A questão levantada por Sodré (2016, p. 88), nos parece fundamental: “afinal de contas, se a rodovia tivesse um super poder em si mesma, os vários núcleos urbanos que surgiram no seu entorno tinham prosperado, mas nem todos cresceram. Então, por que justamente Araguaína foi contemplada?”.

Com base no trabalho de Machado (1979), entendemos que foi exatamente a ação pontual do governo federal que propiciou o crescimento econômico de Araguaína e não o das outras cidades e seus municípios. Esse território foi beneficiado por duas ações específicas: o PROTERRA (Programa de Redistribuição de Terras e de Estímulo à Agroindústria do Norte e Nordeste) e Poloamazônia (Programa de Polos Agropecuários e Agro Minerais da Amazônia). O primeiro fortaleceu núcleos regionais (Araguaína e Gurupi) pela liberação de mão-de-obra, a partir da concentração de terras, e influenciou no fortalecimento de papéis ligados a pecuária com a instalação do Frimar (Frigorífico e Matadouro de Araguaína).

Segundo Machado (1979), à medida que o PROTERRA incentivava a aquisição de grandes porções de terras para o desenvolvimento da pecuária de corte, se concretizava a expulsão dos pequenos produtores, tornando-os mão-de-obra livre para a urbanização dos centros regionais. A negação do acesso à terra proletarizava também os imigrantes nordestinos, que chegavam persuadidos pelas propagandas de terras abundantes na Amazônia, para os homens sem-terra do Nordeste. Nesse contexto, a urbanização de Araguaína foi fomentada, tanto porque os trabalhadores se tornavam moradores da cidade, como pelo papel de suporte à mobilidade da força de trabalho (MACHADO, 1979, 1999) que ela cumpria, para abertura de novas frentes de matas em empreendimentos agropecuários.

Quanto ao Poloamazônia, “embora o financiamento direto do governo seja pouco significativo em termos absolutos, constitui, (sic) em termos da fraqueza e insuficiência dos núcleos urbanos existentes, um forte estímulo ao seu desenvolvimento” (MACHADO, 1979, p. 75). Segundo a autora, no antigo Norte Goiano, Araguaína recebeu cerca de 40% dos investimentos, seguida por Tocantinópolis com 18%. Os recursos foram destinados à Urbanização, Armazenamento, Discriminação e Título de Terras, Promoção e Assistência Técnica, Saúde, Educação, Transporte (construção de estradas), Capacitação de Recursos Humanos, e finalmente, Estudos e Pesquisas.

O Estado também passou a atuar de forma indireta na cidade, através do aparelho bancário. Exemplo disso foi o banco do Brasil, instalado em 1965, passou a conceder vultosos financiamentos para a estruturação econômica do município. Segundo levantamento realizado por Machado (1979), um ano após sua instalação, 77% dos créditos concedidos pela agência estavam voltados para a pecuária, seguida pela agricultura com 12,04%, comércio 10% e indústria 0,06%. Observa-se que o comércio aparece com um percentual importante, que justifica a necessidade de suprimento básico do contingente de trabalhadores que chegavam na cidade, e ao mesmo tempo, sua fonte de absorção.

Um terceiro programa empreendido pelo governo federal, em que pese todas suas limitações de concretização em razão dos limitados recursos, do qual Araguaína se beneficiou diretamente, foi o Programa Cidades de Porte Médio, de 1978. Outra cidade escolhida no Tocantins foi Gurupi. As ações do programa visavam à interiorização do desenvolvimento e do processo de urbanização em centros estrategicamente localizados, os quais seriam responsáveis por conter fluxos migratórios para as metrópoles e propiciar maior equilíbrio na rede urbana (STEINBERGER; BRUNA, 2001).

A partir dessas ações iniciadas na década de 1960-1970, nota-se que as condições naturais, como a posição geográfica, foram instrumentalizadas por políticas que visavam colonizar o território, levando a “civilização” à “espaços bárbaros”. O comércio insurgente a partir de então será derivado diretamente das políticas estatais que induziram o povoamento do município. Se antes Araguaína aparecia como uma arena de realização de trocas comerciais dos manufaturados da região, bem como terreno de consumo de insumos de primeira necessidade para realização de atividades e viagens regionais, a partir de então o comércio ganha um caráter mais abrangente, com a ampliação dos estabelecimentos varejistas e com a chegada dos grupos atacadistas. A cidade torna-se, segundo Machado (1979, p. 157), centro local “de comando da expansão capitalista na região: concentração de órgãos administrativos e indústrias, comércio de gado, de terras e de produtos importados do Centro-Sul”.

Conforme o censo comercial (IBGE, 1966, 1975), em 1960, a cidade de Araguaína tinha apenas 20 estabelecimentos varejistas, já em 1970 eram cerca de 267 unidades, com 20, e 446, postos de trabalho ocupados, respectivamente. Observa-se que o varejo se ampliou de forma significativa, não somente em termos quantitativos, mas em complexidade, haja vista a incorporação de um volume maior de trabalhadores, deixando de ser apenas um negócio familiar. O censo de 1960 não divulgou a desagregação do varejo, o que impossibilita realizar um comparativo com 1970. Todavia, é possível notar que neste último ano havia clivagens importantes, com cerca de 11 categorias, com predomínio de produtos alimentícios, bebidas e estimulantes, tecidos e artefatos de tecidos, artigo do vestuário e armarinho. Destaca-se ainda o comércio de químicos, fármacos, combustível, veículos e acessórios, móveis e de materiais impressos. Em relação ao setor atacadista, observa-se que não havia nenhum estabelecimento em Araguaína em 1960. Já em 1970, eram 4, sendo eles de ferragens, produtos metalúrgicos e material de construção; produtos alimentícios, bebidas e estimulantes; mercadoria em geral, como produtos alimentícios. O nível de ocupação desse setor ainda era reduzido, com apenas 8 trabalhadores (IBGE, 1966, 1975).

Todavia, é da década de 1970 para 1980 que o comércio de Araguaína se amplia e organiza-se. O número de estabelecimentos do setor varejista chega a 701 (IBGE, 1984), com a incorporação de dezenas de novas categorias em relação a 1970. Destacam-se nesse âmbito os produtos químicos para uso na agricultura; máquinas e aparelhos elétricos e não-elétricos de uso domésticos; máquinas, aparelhos e equipamentos para uso industrial; bombas e compressores – inclusive peças e acessórios. Em termos percentuais, produtos alimentícios,

bebidas e fumo, formavam 61% dos estabelecimentos, seguido de acessórios especiais para segurança pessoal e artigos de armarinho com 14%. A quantidade de pessoas ocupadas também se elevou significativamente, atingindo a marca de 1910 trabalhadores. O setor atacadista mais que quadruplicou o número de estabelecimentos, com 17 unidades e 136 trabalhadores (IBGE, 1984).

É nessa década que há a consolidação de uma nova geografia da divisão territorial do trabalho relacionada ao comércio no Norte Goiano, com a emergência de Araguaína como centro distribuidor de bens e serviços. Além da concentração do varejo nessa cidade, nota-se no tocante ao atacado, que houve um esvaziamento de estabelecimento em pequenas cidades. Exemplo disso são Ananás e Tocantinópolis, que tinham respectivamente, 16 e 14 unidades em 1970 e sofrem uma queda para 1 e 2, simultaneamente (IBGE, 1975; 1984). O caso de Tocantinópolis indica também a consolidação do eixo rodoviário, em detrimento do hidroviário, como foco de investimento do capital privado. A ampliação da capacidade de deslocamento com a melhoria das vias de transporte, como a pavimentação da rodovia Belém-Brasília em 1970, estimula o processo de concentração territorial.

A cidade passa a constituir uma região de influência no seu entorno, comandando a distribuição de mercadorias para municípios vizinhos com pequenas cidades. Conforme os estudos do IBGE (1972, 1987), Araguaína exercia em 1970 a função de Centro Local A, no quarto nível hierárquico da rede urbana, influenciando 6 cidades (Ananás, Arapoema, Colinas de Goiás, Iparorã de Goiás e Xambioá); já em 1980, a cidade ascendeu a categoria de principal centro do norte Goiano, exercendo o papel de Centro Sub-Regional e subordinando 11 municípios.

Ainda na década de 1970/1980, observa-se uma organização do comércio que se deu com o surgimento em 1975 da Associação Comercial e Industrial de Araguaína – ACIARA (ACIARA, 2019). Tratava-se de formalizar os interesses da classe burguesa da cidade a fim de maximizar sua lucratividade e fazer frente as organizações do trabalho. Esse tipo de sindicato empresarial constitui-se em verdadeiros núcleos de realização de *lobby* junto ao Estado visando ter privilégios em infraestrutura, subsídios, perdão de dívidas e condescendência em processos trabalhistas diante do desrespeito da legislação. Montam um verdadeiro aparelho jurídico para “ampliar a legalidade vigente”, protegendo os associados de ilícitos cometidos intencionalmente. Na esfera pública atuam para formar um consenso de que os interesses dos

empresários se confundem com os da própria sociedade, e, por conseguinte, da classe trabalhadora; corporificando materialmente o processo de alienação.

Novas dinâmicas do comércio de Araguaína a partir de 1990

Se observarmos o crescimento do número de estabelecimentos comerciais em termos percentuais de Araguaína a partir de 1990, veremos que não há nada de significativo em relação ao período precedente. De 1966 a 1990, a taxa de abertura anual de empresas comerciais, segundo o IBGE (2018), era de 20,73%, enquanto no período seguinte, de 1991-2018, esse número cai pela metade, passando para 10,46%. Se levarmos em consideração apenas o período de 1991-2015, equivalente aos mesmos 24 anos precedentes, a taxa de empreendimentos comerciais é ainda menor, 9,08% (IBGE, 2018).

O maior percentual anual de abertura de estabelecimentos comerciais no período anterior a 1990 se deve ao fato de que o ponto de partida foi muito baixo, em 1996, segundo o IBGE (2018), foi aberta apenas uma empresa. Em termos absolutos a história é diferente. Em 1990, havia 92 unidades comerciais na cidade, enquanto em 2018 eram cerca de 1582, ou seja, foram criados cerca de 1490 estabelecimentos, os quais representam 94,18% do total (IBGE, 2018).

Atualmente, o setor comercial, se comparado com os outros ramos da economia, serviços, agropecuária e indústria, representava 45,21% dos estabelecimentos de Araguaína. Em relação as ocupações, ele concentra 31,54% dos vínculos trabalhistas formais e informais. Essas proporções vêm perdendo força, uma vez que em 2006, a participação era de 47,17% em relação aos estabelecimentos e de 39,39%, referente às ocupações (IBGE, 2018).

Em 2018, tínhamos cerca de 302 estabelecimentos de comércio por atacado, excetuando os de veículos automotores e motocicletas. Segundo o IBGE (2018), essa categoria (atacadista) está subdividida 58 subcategorias. Entre elas, se destacam as de comércio especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo (66); representantes comerciais e agentes do comércio⁴ (65); comércio de produtos de consumo não-alimentar (50); comércio de

⁴ “Este grupo compreende as atividades de representantes comerciais e agentes do comércio que, sob contrato, comercializam mercadorias por conta e em nome de terceiros e que fazem a intermediação entre compradores e vendedores, inclusive através da internet, mediante o pagamento de honorários ou de comissão. As atividades de representantes comerciais e agentes do comércio diferem do comércio atacadista por não terem a propriedade da mercadoria” (IBGE, 2007, p. 220-221).

madeira, ferragens, ferramentas, material elétrico e material de construção (40); comércio de máquinas, aparelhos e equipamentos, exceto de tecnologias de informação e comunicação (21) (2007, 2018).

Outros ramos do comércio atacadista existem em menor quantidade, em virtude do grau de raridade do produto vendido, fazendo com que tenham um amplo alcance espacial máximo e mínimo (CORRÊA, 1989). Assim, conforme o IBGE (2018) em Araguaína há o registro de 1 estabelecimento atacadista de máquinas e equipamentos para uso industrial, como tornos, frisas e maçaricos. Cabe salientar que apenas outras duas cidades no estado têm esse tipo de comércio, Gurupi (1) e Palmas (2).

Situação semelhante ocorre com o comércio atacadista de calçados e artigos de viagem, que só existe em Araguaína (1), Paraíso do Tocantins (1) e Palmas (1). O mesmo se verifica com o comércio atacadista de artigos de vestuário e acessórios, que além de Araguaína estão em outras 6 cidades do estado. Outros segmentos extremamente concentrados no Tocantins são os de aparelhos e equipamentos para uso odonto-médico-hospitalar (5 cidades), bem como os de representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico (7 cidades) (IBGE, 2018).

Uma subcategoria desse comércio por atacado, refere-se aos estabelecimentos voltados para o agronegócio, que tem destaque na economia local, não tanto pela quantidade, mas pelo nível de especialização. São 21 estabelecimentos atacadistas de máquinas, aparelhos e equipamentos destinados ao uso agropecuário; 5, unidades atacadistas de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo⁵ (IBGE, 2018).

Já o comércio varejista tinha 1119 estabelecimentos em 2018, com destaque para os seguintes segmentos: comércio de material de construção (158); comércio de equipamentos de informática e comunicação, equipamentos e artigos de uso doméstico (150); comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria, cosméticos, artigos médicos, ópticos e ortopédicos (162); comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (165); comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo (107) (IBGE, 2018).

Embora não inserido nessas duas classificações (atacadistas e varejistas), o segmento comercial ligado a venda de veículos, caminhões e motocicletas, ganhou força a partir de 1990, e é fundamental para a projeção da economia urbano/regional de Araguaína. Entre as principais

⁵ Não é possível saber a quantidade de estabelecimentos varejistas, uma vez que a CNAE 2.0 não desagrega essa categoria para o setor de agronegócio.

categorias estão as ligadas à reparação e à manutenção de veículos e motocicletas (340); incluindo 40 estabelecimentos de venda de veículos, caminhões e motocicletas; 188 unidades comerciais de peças e acessórios, dos quais 33 voltados apenas para motocicleta (IBGE, 2018).

Conquanto, esses números sejam importantes e ajudem a comprovar que a cidade tem um segundo momento de expansão das atividades comerciais, quando a eles é associado a dimensão qualitativa, o resultado é ainda mais significativo. Foi a partir de 1990 que se deu um segundo tipo de nacionalização de seu território comercial e uma incipiente internacionalização. Se antes havia uma nacionalização pela maior circulação de produtos dos centros industrializados nos estabelecimentos de origem endógena, a partir de então, inicia-se sem precedentes a abertura de filiais de empresas e franquias.

Em outro movimento, são criados estabelecimentos comerciais na cidade que, de um lado, impõe novas lógicas espaciais de atuação, e de outro lado, se consolidam e passam a abrir filiais na região de influência de Araguaína e para além dela. Alguns ramos se destacam, como o de concessionária de veículos e motocicletas, franquias de vestuários, lojas de móveis e eletroeletrônicos, supermercados e rede de farmácias.

No ramo de concessionárias de veículos, destaca-se a fundação em 1993, da Concessionária Umuarama, vendendo a bandeira Fiat. A empresa cresceu e se tornou um dos mais poderosos grupos econômicos do sul do Pará e do Tocantins, passando a atuar para além desses estados, em Goiás, Minas Gerais e Maranhão. Em 2005, o grupo inaugura mais uma concessionária na cidade para trabalhar com a marca Toyota e, em 2013, uma terceira unidade, destinada a comercializar automóveis da linha Volkswagen (UMUARAMA, [ca. 2021]).

O Grupo Disbrava constitui uma outra poderosa empresa atuante em Araguaína, comercializando as bandeiras Ford Veículos e Caminhões; e Hyundai, que é comercializada com a bandeira da subsidiária HMB Privilege. Essa empresa, se instalou na cidade em 1997, quando adquiriu a antiga concessionária Ford, que já atuava no mercado local desde 1979; depois, em 2001, assumiu o controle das vendas Ford em todo o Tocantins, tendo hoje atuação em diversos estados vizinhos (EB PRODUTORA, 2019; DISBRAVA, 2019; DISBRAVA, [ca. 2021]).

A década de 2010 é intensa para esse segmento, que inaugurou mais 5 concessionárias na cidade, além da já mencionada Volkswagen. É nesse contexto que chegam à urbe concessionárias como a Jeep Grand Canyon (2016), pertencente ao grupo Serra Verde, a Alliance Renault (2017), do grupo Alliance, a Nissan Viva Japan (2014) e a Iveco, que

pertence ao grupo Navesa (2012) (CANYON, [ca. 2020], ALLIANCE [ca. 2021], IVECO, 2012). Este último, declarou que investiu no projeto de instalação R\$ 3,8 milhões, com projeção de vender 120 caminhões por ano. A matéria vinculada no site da empresa no ato da inauguração, realça que a escolha pela cidade ocorreu em virtude da força do comércio, pecuária e agricultura. A expectativa da empresa era atender 50 municípios, no norte do Tocantins, sul do Pará e Maranhão (IVECO, 2012).

Conforme levantamento que realizamos no Google Maps (2019) e em trabalho de campo em 2020, completa esse grupo de marcas internacionais de veículos instaladas em Araguaína, levadas a cabo por concessionárias de atuação regional e, às vezes nacional, a Suécia Veículos (Volvo), Rodobens Caminhões (Mercedes-Benz), Marca Araguaína (Mitsubishi Motors) e Novo Rio Veículos (Chevrolet). Essas empresas são uma das mais eloquentes expressões da encruzilhada em que a cidade se encontra inserida, baseada nas verticalidades e horizontalidades. São testemunhas da presença do capital internacional que subsidia atividades hegemônicas na região, como aquelas ligadas ao agronegócio. Além disso, servem de suporte aos fluxos que passam pelo principal eixo rodoviário que liga o Centro-Sul ao Norte, a Belém-Brasília.

Essas concessionárias não vendem apenas veículos e caminhões, mas dão suporte de peças, acessórios e assistências, para a região de influência de Araguaína e para aqueles que trafegam pela rodovia. Nos últimos 20 anos elas aprimoraram a maneira de atender, produzindo instalações mais amplas, o que possibilitou a divisão de áreas de novos, seminovos, serviços e de veículos e caminhões.

É necessário mobilizar o contexto regional para compreender a importância desse comércio. A baixa densidade ou rarefação do meio técnico faz com que esse tipo de empresa se territorialize em poucas cidades, havendo uma distância considerável entre uma filial e outra, além de condições de trafegabilidade muito inferiores às das regiões luminosas. Para se ter uma ideia, as cidades mais importantes próximas de Araguaína estão localizadas à 247 km, Imperatriz, 303 km, Marabá e 338 km, Palmas.

Fortemente aliado a esse setor (basta imaginar que os grandes produtores rurais são os principais consumidores de camionetes) está o comércio voltado para o agronegócio. Um de seus principais baluartes, se encontra na comercialização, também por concessionárias, de máquinas agrícolas das grandes multinacionais do setor, como Maqcampo (John Deere), Metropolitana (New Holland), Comagril (Valtra AGCO), RR Tratores (Landini) e Grandtec

Máquinas (CASE IH), localizadas na Avenida Santos Dumont e Bernardo Sayão (MAPS, 2019; TRABALHO DE CAMPO, 2020).

Além das máquinas, o setor envolve empresas de sementes, nutrição animal e medicamentos veterinários. As principais marcas que atuam na cidade são Alvorada Produtos Agropecuários, AgroMinas, Agroquima, Terrafós e Gasparim. Boa parte dessas empresas além de realizar a comercialização no varejo e atacado, atuam no setor produtivo, realizando a distribuição de insumos para toda a região (MAPS, 2019; TRABALHO DE CAMPO, 2020).

O comércio relacionado ao agronegócio ainda logra de diversas possibilidades de crescimento em Araguaína. Estimulado pelos discursos do MATOPIBA, o segmento vem ganhando um novo fôlego de expansão na região, já que Araguaína também está inserida na abrangência desta que vem sendo divulgada como a “última fronteira agrícola”. Assim, em 2020 duas empresas de atuação nacional, com sede na região concentrada, anunciaram que irão adotar filiais em Araguaína, sendo elas Vaccinar Nutrição e Saúde Animal e Polli Fertilizantes. Esta última, embora seja uma agroindústria, demonstra que a comercialização de produtos agropecuários tem mercado na região (ARAGUAÍNA, 2020; EMPRESA, 2020).

Araguaína, ao lado de Marabá e Redenção, são os principais centros distribuidores de maquinário e implementos para produção agropecuária do Sudeste da Amazônia Oriental; no segmento de distribuição de insumos para produção agropecuária, divide o papel, além dos centros mencionados, com Imperatriz. No primeiro segmento, de máquinas e implementos, a extensão de sua influência envolve 36 municípios, que além do norte do Tocantins, envolve municipalidades com pequenas cidades dos estados do Pará (Piçarra e São Geraldo do Araguaia) e do Maranhão (Carolina). Essa é a fração comercial do agronegócio pela qual Araguaína tem mais influência em outros municípios. Assim, no segundo segmento, de insumos, a influência dessa urbe só chega a 23 outros centros (IBGE, 2020).

Nota-se que essas quatro cidades intermediárias formam tentáculos de inserção do capital internacional e nacional do agronegócio nas áreas de transição do Cerrado com a Amazônia Legal, isto é, nas bordas meridionais da Amazônia Oriental. Elas impõem um novo receituário produtivo organizado em torno das monoculturas e dos vultuosos financiamentos. Ao mesmo tempo, surgem grandes grupos econômicos, na escala regional, que estabelecem fortes alianças com as grandes corporações.

No tocante ao ramo atacadista de supermercado, este tem uma dinâmica mais acanhada se comparado ao setor antes analisado. No entanto, tem conhecido dinâmica inédita na cidade

a partir de 2010, mesmo que os seus germes tenham sido plantados ainda na década de 1990. Em 1993 surgiu a primeira loja do supermercado Campelo, que prosperou e se tornou uma das principais redes na cidade, tendo presença em diversos setores. Em 1999, foi criado o supermercado Batutão, através da aquisição do pequeno supermercado Matheus, que depois se transformaria na rede Baratão, havendo uma notória competição deste grupo com a rede Campelo supracitada (CAMPELO, [ca. 2020]; DOCUMENTÁRIO, 2019).

Esses dois supermercados que possuem atualmente 9 lojas na cidade, reconfiguraram a distribuição espacial desse tipo de estabelecimento. Assim, parte dos pequenos e médios comércios que existiam na região central foram fechados, e houve uma centralização econômica e espacial nos estabelecimentos das redes varejistas e atacadistas. Isso demandou uma modernização técnica e funcional de seus estabelecimentos (TRABALHO DE CAMPO, 2020; ANOTAÇÃO DE CAMPO, 2012, 2013, 2015).

Antes, os supermercados tinham uma característica de pequenos comércios, semelhantes a mercearias, com uso da mão de obra familiar. Predominava a venda no caderno, as notinhas, fortemente conectadas com relações de vizinhança e de conhecidos. Isso é completamente superado pelas novas redes, que trabalham a partir da creditização e monetização dos intercâmbios. Essas relações pretéritas permanecem nos mercados de bairros periféricos e nas pequenas vendas populares (TRABALHO DE CAMPO, 2020; ANOTAÇÃO DE CAMPO, 2012, 2013, 2015).

Do ponto de vista espacial, os supermercados das redes Baratão e Campelo são pensados para atender às demandas de consumidores proprietários de veículos particulares. Antes, esses supermercados não possuíam estacionamento próprio, ficando os veículos estacionados nas ruas ou nas calçadas. A partir dos anos 2000, mas especialmente depois de 2010, intensifica a construção de amplas superfícies comerciais, com espaçosos estacionamentos nas áreas adjacentes e/ou subterrâneas. Esses arranjos espaciais econômicos têm suas localizações fixadas, preferencialmente, às margens de vias de trânsito rápido, como a avenida Filadélfia, que também é a rodovia estadual, TO-222. Eles concentram grande afluxo de pessoas em horários de pico, o que dá espacialidade funcional aos seus amplos estacionamentos, lotados de automóveis e motocicletas.

Como a cidade se expandiu com descontinuidades territoriais (fragmentação), os pobres, que são destituídos de veículos particulares, encontram dificuldade de acessar as redes de supermercados da cidade, dado a precariedade do transporte coletivo, especialmente em

horários noturnos e em finais de semana. Assim, ou são obrigados a comprar nos mercados do bairro, geralmente com sobrepreço, ou pagar um táxi para levar a compra para casa, abrindo mão de adquirir diversos produtos, já que o deslocamento tem um custo.

Supermercados como esses, com estrutura moderna, exigem vultuosos investimentos. Segundo divulgação da rede Baratão, a unidade Prime (2017), localizada na avenida Filadélfia, com estacionamento subterrâneo e escada rolante até a área de venda, custou um investimento de R\$ 20 milhões. Próxima a ele, na mesma avenida, está o Campelo Via Lago (2019), que possui estrutura semelhante, estacionamento subterrâneo e em superfície, escada rolante e elevadores (CAMPELO, [ca. 2020]; DOCUMENTÁRIO, 2019).

Esses dois supermercados apostaram em um modelo que congrega um conjunto de lojas no estabelecimento⁶. Elas oferecem desde serviços, como lotéricas, sorveterias, açaiterias, barbearias, restaurantes e concertos de telefones celulares; e no comércio, venda de perfumes, objetos de decoração e para presente, farmácias e vestuários; há, outrossim, o caso de uma pequena “fábrica de chocolate”.

Esse setor é um dos que menos sofre com a competição externa, já que a única marca internacional (não há rede de atuação apenas nacional) presente na cidade é o Atacadão, empresa do grupo Carrefour, que se instalou em 2015 (ATACADÃO, 2015). A experiência tem mostrado que essas redes costumam se instalar em cidades médias, junto a shoppings centers que, em Araguaína, é inexistente, dificultando assim a expansão do segmento.

Já o setor de comercialização de móveis e eletroeletrônicos tem sofrido uma série de alterações nos últimos anos, com destaque para a inserção de setores nacionais e o consequente fechamento ou incorporação de unidades locais/regionais. Com efeito, os principais estabelecimentos com atuação na cidade são as Lojas Nosso Lar, Liliani, Novo Mundo, Casas Bahia, Lojas Americanas e Ricardo Eletro (MAPS, 2019; TRABALHO DE CAMPO, 2020).

Somente o primeiro grupo é de origem local. Este conseguiu se consolidar no mercado endógeno antes da chegada das empresas nacionais e assim conseguir fazer frente a elas até momento. Não obstante, se expandiu fortemente em nível regional, tendo presença atualmente, além do Tocantins, nos estados da Bahia, Pará e Maranhão, distribuídas em 14 cidades. A Loja possui dois centros de distribuição, que se localizam em Palmas e Araguaína (NOSSO LAR, [ca. 2021]).

⁶ Esse conceito chegou em Araguaína em 2011, com a inauguração do Campelo Atacarejo (vendas no atacado e varejo), mas de maneira incipiente, pois além da Lotérica, tem uma franquía Boticário, Farmácia e Livraria (ANOTAÇÃO DE CAMPO, 2012).

Podemos considerar que o processo de territorialização do capital nacional desse segmento na cidade, iniciou-se em 2010, quando o grupo Ricardo Eletro compra 51% da rede City Lar, originária de Mato Grosso. Essa empresa continuou por um tempo a atuar com a mesma bandeira, mas a partir de 2016 assumiu de vez a denominação Ricardo Eletro (RICARDO, 2010; REDE, 2016). Quando a fachada da loja é trocada, os consumidores tomam conhecimento de que houve mudança e o imaginário da grande marca começa a atuar no tecido social, estimulando o consumo de massa, quase sempre realizado a partir do crédito pessoal, que consolida o endividamento das famílias.

Em 2011, as Lojas Americanas instalam sua primeira unidade em Araguaína. Localizada na porção oeste da principal rua comercial, Conego João Lima, a loja tem 1500 m² de área de venda, apresentando no catálogo 60 mil opções de compra. A localização da loja, rigorosamente falando, fora do centro (SODRÉ, 2017), mas próxima dele, isto é, no seu entorno, indica um público mais seletivo, em boa parte de classe média. Não por acaso, trata-se de um local com maiores opções de estacionamento, vis-à-vis o centro.

Em 2014 a loja instalou outra unidade na cidade, agora no subcentro do bairro senador, na avenida prefeito João de Souza Lima. Trata-se de uma loja mais acanhada, com apenas 640 m² e sem muitas possibilidades de estacionamento, tendo em visto a estreita calçada na sua frente. O perfil é mais voltado para as classes populares, típico dos estabelecimentos comerciais daquele subcentro, conforme demonstrou Sodré (2017).

Mas, foi em 2019 que as Lojas Americanas adotaram uma nova estratégia locacional em Araguaína. Instalaram-se no recém-criado (2018), Neblina Shopping, uma galeria, em uma das ruas de comércio e serviço mais elitizada da cidade. É a menor de todas as lojas, no entanto, o ambiente no qual está inserida indica que foi criada pensando principalmente em um público de classe média, pois está associada a um ambiente requintado de consumo, sobretudo pela presença do único cinema da cidade.

Em 2014 se instalou na cidade uma filial das Casas Bahia. Localizada no centro, próxima as outras lojas do ramo anteriormente citadas, excetuando às Americanas. Como se trata de área extremamente disputada, a empresa promoveu o fechamento de duas pequenas lojas do setor de vestuário, ambas de origem local, transformando dois lotes em um só. Esta empresa volta-se para o público em geral, mas de maneira especial ao segmento popular, disputando mercado diretamente com a concorrência (ANOTAÇÃO DE CAMPO, 2015).

Considerações finais

O comércio, como foi exposto, é indispensável à dinâmica do modo de produção capitalista, não só na atualidade, mas em toda a sua história. A divisão territorial do trabalho assume uma conjuntura atrelada não apenas à produção; cabendo lugar de destaque também à circulação, à distribuição e ao consumo. Estas demais etapas da produção geral se cristalizam no território através de fluxos econômicos de toda natureza, seja por meio do transporte inter-regional de mercadorias, ou mesmo pelo dinamismo comercial das cidades intermediárias localizadas fora da Região Concentrada. Essas fases influem diretamente na arquitetura da formação socioespacial, dando a ela arranjos indispensáveis ao entendimento da sociedade; assim, “o ‘equipamento terciário’ de cada espaço urbano e a ‘rede viária’, não serão mais que a expressão fenomênica no espaço da realização da mercadoria, isto é, da conversão da mais-valia em lucro” (MOREIRA, 1982, p. 44).

A forma como se deu a industrialização num país como o Brasil demonstra o quanto a concentração espacial desse ramo é prejudicial ao desenvolvimento homogêneo da nação. Por isso, acreditamos que o desenvolvimento do comércio em regiões distantes dos centros mais industrializados contribui assiduamente para a não industrialização daquelas áreas, fadadas a um *terciarismo* crônico, imposto de fora para dentro, mas aceito sem qualquer reação por parte de suas elites. Essa imposição cria inúmeras contradições inter-regionais, das quais podemos destacar a que diz respeito à virtual capacidade industrial da periferia, sufocada pela estrutura comercial obediente à divisão territorial do trabalho, criada à imagem e semelhança dos interesses da burguesia alocada na Região Concentrada.

Entretanto, cabe ressaltar que as cidades intermediárias do Sudeste Amazônia Oriental não estão condicionadas apenas aos interesses de agentes econômicos exógenos. De fato, é preciso que haja uma série de fatores internos que justifiquem a dominação imposta pela lógica da divisão territorial do trabalho. Assim, o capital comercial das cidades intermediárias funciona como um vetor da economia nacional, a partir do momento em que proporciona a interligação dos principais centros industriais aos mercados regionais teoricamente comandados pelas cidades médias. A elite terciária comercial é, numa cidade como Araguaína, a expressão e o resultado mais visíveis do processo de dependência desencadeado pela hipotrofia produtiva da região. Essa burguesia cumpre um papel na divisão territorial do trabalho que, de forma alguma, pode ser interrompido, a sua atuação está condicionada aos fluxos econômicos inter-

regionais; a menos que, as condições locais de produção consigam superar e compensar as das regiões centrais, criando assim a atmosfera necessária para a industrialização, teremos essa estrutura terciária dominando Araguaína indefinidamente.

A comunhão entre os interesses externos e os interesses internos tem causado não só distorções inter-regionais, mas também a degradação do nível de vida da população de cidades intermediárias não industrializadas. Araguaína, por exemplo, seria capaz de produzir inúmeros artigos de primeira necessidade, o que não acontece devido ao empecilho criado pela divisão territorial do trabalho. Assim, o preço de tais artigos importados sofre o acréscimo gerado pelos custos de deslocamento, lesando ainda mais o poder de compra da população que, de outro modo, iria gozar de uma cesta mais acessível e diversificada, caso essa produção fosse de origem local. Cria-se, na verdade, uma especialização terciária, orquestrada pelos interesses da burguesia industrial, que não deixa de estar associada à elite comercial das cidades médias.

Portanto, acreditamos ser Araguaína um retrato bem específico das hipóteses levantadas aqui. A sua evolução comercial nos dá um exemplo claro da terciarização à qual está submetida a maioria das cidades médias no Brasil. Vimos que esse comércio cresceu através do impulso gerado pela política de integração nacional, a partir da segunda metade do século passado. Entretanto, outros fatores também são relevantes nesse processo, haja vista que uma rodovia por si só não consegue ser capaz de desenvolver economicamente uma região. As políticas estatais de cunho econômico fortaleceram a localidade, criando equipamentos e instituições públicas que impulsionaram a dinâmica da cidade, atraindo assim o contingente demográfico necessário ao desenvolvimento do comércio urbano, que concorreu, inevitavelmente, para a fixação da localidade como o centro de sua região.

Assim, Araguaína pôde se desenvolver enquanto polo regional, atraindo para si diversos empreendimentos comerciais que, de uma forma ou de outra, servem também aos municípios de sua zona de influência. A cidade não pode ser dissociada de sua região, e nem muito menos o seu comércio pode ser considerado como uma estrutura voltada unicamente para a população da cidade. As localidades regidas por essa urbe acabam por depender, na maioria das vezes, da função polarizadora exercida por ela. Esta talvez seja a explicação, por exemplo, da presença de inúmeros estabelecimentos atacadistas em seu espaço urbano, cuja atuação não se limita apenas ao distrito sede, abrangendo também as demais áreas que formam o tecido da região comandada pela cidade.

Referências

ATACADÃO inaugura loja em Araguaína. **Jornal do Tocantins**, 08 mai. 2015. Disponível em: <https://www.jornaldotocantins.com.br/editorias/mundo/atacad%C3%A3o-inaugura-loja-em-aragua%C3%ADna-1.846099>. Acesso em: 12 jul. 2021.

ACIARA. **Notícias**. [S. I.]: 2019. Disponível em: <<https://www.portalaciara.com/2019/12/11/aciara-comemora-44-anos-junto-a-associados-parceiros-e-autoridades/>>. Acesso em: 28 dez. 2020.

ALLIANCE. **Home**. [S. I.]: [ca. 2021]. Disponível em: <https://araguaina.renaultalliance.com.br/#this>. Acesso em: 12 jul. 2021.

ARAGUAÍNA receberá empresa referência no mercado de nutrição animal. **Conexão Tocantins**, 10 ago. 2020. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2020/08/10/araguaina-recebera-empresa-referencia-no-mercado-de-nutricao-animal>. Acesso em: 12 jul. 2021.

BECKER, Bertha. **Amazônia**. São Paulo: Ática, 1990.

BUKHARIN, N. I. **Tratado de Materialismo Histórico**. Tradução: Edgard Carone, Lisboa; Porto; Luanda: Centro do Livro Brasileiro, [20--].

CAMPELO. **Quem somos**. [S. I.]: [ca. 2021]. Disponível em: <https://www.campelo.com.br/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CANYON. **Sobre**. [S. I.]: [ca. 2020]. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/aquitemjeep/about/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

CORRÊA, R. L. **A rede urbana**. São Paulo: Ática, 1989.

DOCUMENTÁRIO, Baratão 2019. **YouTube**, [S. I.]: 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CFOYWblr2q8&t=12s>. Acesso em: 12 ago. 2021.

EB PRODUTORA. **Araguaína Disbrava**. [S. I.]: 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8KMSU55qJPY>. Acesso em: 12 jul. 2021.

EMPRESA nacional anuncia investimento de R\$ 15 milhões em fábrica na cidade de Araguaína. **Conexão Tocantins**, 04 jun. 2020. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2020/06/04/empresa-nacional-anuncia-investimento-de-r-15-milhoes-em-fabrica-na-cidade-de-araguaina>. Acesso em: 12 jul. 2021.

IVECO. **Notícias**. [S. I.]: 2012. Disponível em: <https://www.frotacia.com.br/iveco-expande-rede-de-concessionarios-para-araguaina-to/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo comercial e dos serviços de 1960: Mato Grosso-Goiás. **VIII Recenseamento Geral**. Série regional, v. VI, tomo XXIII. IBGE: Rio de Janeiro, 1966.

_____. Censo comercial. **IX Recenseamento Geral do Brasil - 1980**. Série regional, v. IV, n. XXV. IBGE: Rio de Janeiro, 1975.

_____. Censo comercial. **IX Recenseamento Geral do Brasil - 1980**. Série regional, v. IV, n. XXV. IBGE: Rio de Janeiro, 1984.

_____. **Divisão do Brasil em regiões funcionais urbanas-1966**. IBGE: Rio de Janeiro, 1972.

_____. **Regiões de influência das cidades-1978**. IBGE: Rio de Janeiro, 1987.

_____. **Regiões de influência das cidades-2018**. IBGE: Rio de Janeiro, 2020.

_____. **Estrutura detalhada e notas explicativas da CNAE 2.0**. IBGE: Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 25 mar. 2020.

_____. **Cadastro Central de Empresas – 2006-2018**. IBGE: Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 25 mar. 2020.

LUXEMBURGO, R. **A Acumulação de Capital**: estudo sobre a interpretação econômica do imperialismo. Tradução: Moniz Bandeira, Rio de Janeiro: ZAHAR EDITORES, 1970.

MACHADO, L. O. **Urbanização e política de integração no norte de Goiás**. 1979. 198 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1979.

_____. Urbanização e Mercado de Trabalho na Amazônia Brasileira. **Cadernos IPPUR**, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 1, p. 109-138, jan/jul, 1999. Disponível em: <<http://www.ippur.ufrj.br/>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

DISBRAVA. **História Disbrava Ford Tocantins - 2019**. [S. I.]: 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-27_Mz4-Lr8. Acesso em: 09 jul. 2021.

MARX, K. **O Capital**: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital. Tradução: Rubens Enderle, São Paulo: Boitempo, 2013. (Marx-Engels).

_____. **O Capital**: crítica da economia política: Livro III: o processo global da produção capitalista. Tradução: Rubens Enderle; edição de Friedrich Engels, São Paulo: Boitempo, 2017. (Marx-Engels).

MAPS, Google. **Street View 2019**. Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps>. Acesso em: 19 abr. 2020.

MOREIRA, R. Repensando a Geografia. In: SANTOS, Milton (Org.). **Novos Rumos da Geografia Brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1982. (Geografia: Teoria e Realidade).

NOSSO LAR. **Quem somos**. [S. I.]: [ca. 2021]. Disponível em: <https://www.lojasnossolar.com.br/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

REDE City Lar muda bandeira para Ricardo Eletro. **Gazeta Digital**, 22 fev. 2016. Disponível em: <https://www.gazetadigital.com.br/editorias/economia/rede-city-lar-muda-bandeira-para-ricardo-eletro/470441>. Acesso em: 12 jul. 2021.

RICARDO Eletro adquire o controle da rede City Lar. **O Globo**, 23 jun. 2010. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/ricardo-eletro-adquire-controle-da-rede-city-lar-de-mato-grosso-holding-que-inclui-2989195>. Acesso em: 12 out. 2021.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo**: globalização e meio técnico-científico-informacional, São Paulo: Edusp, 2013. (Coleção Milton Santos; 11).

_____. **A Natureza do Espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2014a. (Coleção Milton Santos; 1).

_____. **Espaço e Método**. São Paulo: Edusp, 2014b. (Coleção Milton Santos; 12).

_____. **O Espaço Dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Tradução: Myrna T. Rego Viana, São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2018. (Coleção Milton Santos; 4).

_____; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SODRÉ, R. **Interações espaciais entre cidade média e pequenas cidades**: um estudo de Araguaína-TO, Campos Lindos-TO, Carolina-MA e São Geraldo do Araguaia-PA. 2016. 238 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2016.

_____. Centro e centralidade em Araguaína-TO: reflexão preliminar a partir dos serviços e do comércio em rede. **Revista Cerrados**, Montes Claro, v. 15, n. 1, p. 178-195. jan/jun, 2017. Disponível em: <<https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/cerrados>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

SPOSITO, M. E. B. As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos. In: SPOSITO, M. E. B. (Org.). **Urbanização e cidades**: perspectivas geográficas. Presidente Prudente: UNESP; GAsPERR, 2001. p. 609-643.

STEINBERGER, M; BRUNA, G. C. Cidades médias elos do urbano regional e do público privado. In: ANDRADE, Thompson Almeida; SERRA, Rodrigo Valente. **Cidades Médias Brasileiras**. Rio de Janeiro: IPEA, 2001. p. 35-77.

XAVIER, Marcos. Os Sistemas de Engenharia e a Tecnicização do Território. O Exemplo da Rede Rodoviária Brasileira. In: SANTOS, Milton.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

UMUARAMA. **Nossa história**. [S. l.]: [ca. 2021]. Disponível em: <https://umuaramaconcessionarias.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 09 fev. 2021.

VALVERDE, Orlando; DIAS, Catarina Vergolino. **A rodovia Belém-Brasília**: estudo de Geografia Regional. Rio de Janeiro: Fundação Instituto Brasileiro de Geografia, 1967.