



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE-UFCG

CENTRO DE HUMANIDADES-CH

UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA-UAG

CURSO DE GEOGRAFIA

RENATA BERLAMINO MARTINS DE SOUSA

**RUA FLORÍPEDES COUTINHO: Dinâmica dos serviços e
produção do espaço urbano local**

CAMPINA GRANDE-PB

2015

RENATA BELARMINO MARTINS DE SOUSA

**RUA FLORÍPEDES COUTINHO: Dinâmica dos Serviços e
produção do espaço urbano local**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Geografia da Unidade Acadêmica de Geografia da Universidade Federal de Campina Grande UFCG, como requisito parcial para obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz

CAMPINA GRANDE-PB

2015

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

S729r Souza, Renata Belarmino Martins de.
Rua Florípedes Coutinho: dinâmica dos serviços e produção do espaço urbano. / Renata Belarmino Martins de Souza. – Campina Grande, 2015.
25 f. il. color.

Monografia (Curso de Licenciatura Plena em Geografia) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2015.
"Orientação: Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz".
Referências.

1. Rua Comercial. 2. Comércio - Consumo. 3. Bairro Bodocongó. I. Diniz, Lincoln da Silva. II. Título.

CDU 911.3:711.4(043)

RENATA BELARMINO MARTINS DE SOUSA

**RUA FLORÍPEDES COUTINHO: Dinâmica dos Serviços e
produção do espaço urbano local**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em: ___/___/___

Prof. Dr. Lincoln da Silva Diniz
Orientador

Prof. Dr. Luiz Eugênio Pereira Carvalho
Examinador interno

Prof. Ms Angélica Mara de Lima Dias
Examinador interno

Campina Grande
2015

SOUSA, Renata Belarmino Martins. **RUA FLORÍPEDES COUTINHO: Dinâmica dos Serviços e produção do espaço urbano local.** 26 p. Trabalho de conclusão de curso (Licenciatura em Geografia). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2015.

RESUMO

Na contemporaneidade estamos vivendo um período de rápidas transformações no espaço urbano e social. Ao mesmo tempo que este se moderniza, traz consigo outros problemas. Essa reconfiguração dos espaços comerciais alimenta o modo de produção capitalista existente, e incentiva ao consumo e ao mesmo tempo modifica as relações socioespaciais. Desta forma, os processos de “desenvolvimento” urbano crescem mais a cada dia como acontece com a cidade de **Campina Grande-PB**. O objetivo dessa pesquisa é analisar a dinâmica socioespacial dos serviços representados a partir dos pequenos comércios instalados em uma rua comercial localizada no bairro Bodocongó. Trata-se da **Rua Florípedes Coutinho** e sua relação com a produção do espaço urbano do mencionado bairro. Esta pesquisa foi de caráter exploratório através de coleta de materiais e entrevistas com comerciantes que responderam a um questionário. Tal ferramenta foi de fundamental importância para compreender a evolução dos comércios e auxiliar nas respostas das questões da pesquisa juntamente com os objetivos pré-estabelecidos: 1) investigar os processos de formação sócio espacial do bairro de Bodocongó, 2) identificar as formas e tipologias comerciais e de serviços existentes na Rua Florípedes Coutinho como também 3) avaliar o papel socioeconômico e sua relação com a produção do espaço urbano local. Verificou-se que estas atividades influenciam no desenvolvimento urbano local, influenciando, portanto, na organização espacial a partir da dinâmica do consumo.

Palavras chave: Rua comercial. Comércio e consumo. Bairro Bodocongó.

Abstract

In contemporaneity we are experiencing a period of rapid changes in the urban and social space. While this is modernized, it brings other problems. This reconfiguration of commercial spaces feeds the existing capitalist mode of production, and encourages consumption while modifying the poverty and relations. Thus, the urban “development” processes grow more every day as the city of Campina Grande-PB. The objective of this research is to analyze the poverty and dynamics of services represented from small businesses installed in a commercial street located in Bodocongó district. This is the Floripede Coutinho street and its relation to the production of urban space of the mentioned district. This research was exploratory through collection of materials and interviews with traders who answered a questionnaire. Such a tool is of fundamental importance for understanding the evolution of trades and assist in the responses of survey questions along with the pre-established objectives: 1) to investigate the processes of formation space partner Bodocongó neighborhood, 2) identify ways and commercial typologies and existing services in Floripedes Coutinho Street 3) to evaluate the socio-economic role and its relationship with the production of local urban space. It was found that these activities influence local urban development influencing therefore the spatial organization from the dynamic consumption.

Keywords: Street. Trade and consumption. Bodocongó district.

INTRODUÇÃO

O comércio é uma atividade econômica milenar que sempre desempenhou um papel importante na formação e desenvolvimento das sociedades urbanas, ou seja, desde suas origens a cidade sempre desempenhou (também) um papel econômico. Isso se tornou perceptível principalmente após a extinção do feudalismo e o desenvolvimento do capitalismo, portanto para se compreender a formação do espaço urbano de uma determinada cidade é preciso conhecer as etapas pelas quais a cidade passou ao longo dos anos.

Nesse contexto, percebemos a importância das atividades comerciais para desenvolvimento da cidade, como afirmam Salgueiro e Cachinho (2009, p.10) “[...] por meio do comércio e dos lugares onde se exerce, as pessoas satisfazem necessidades, realizam desejos, veicula-se informações, difundem inovações, criam-se laços de sociabilidade”

“ [...] a cidade é, primordial e essencialmente, um local de mercado. Apesar de nem todo “local de mercado” ser uma cidade [...]. Toda cidade é um local de mercado, onde se dá um intercâmbio regular de mercadorias. ” (SOUSA 2003, p. 25)

Ao tratar sobre o comércio em Campina Grande (Mapa 01), Diniz (2012, p.27), afirma que, este foi uma das principais atividades desde sua origem. “Os serviços, portanto, destacam-se como elementos importantes na gênese urbana”. Compreendendo, portanto, que o comércio de certa forma contribui para a formação e organização dos espaços urbanos, destacando-se aqueles comércios populares pequenos, que são atuantes no processo de formação histórica de vários espaços.

Com isso, percebemos que os pequenos comércios têm grande influência na dinâmica socioespacial, para o desenvolvimento da cidade. Desenvolvimento não só econômico, mas social e político, sendo perceptível que pequenos comércios contribuem de certa forma para a produção do espaço urbano. Podendo ser comprovado a partir da expansão comercial local e urbana que se expande, não só naquele local, mas, também, em todo o seu entorno.

Esse tema foi escolhido por se tratar de uma área com grande fluxo pessoas e mercadorias e relações que contribui desde sua gênese para o desenvolvimento não só do local, mas que tem uma grande participação no desenvolvimento do Bairro, como também da cidade. Sendo a partir da análise do comércio que nos permite uma melhor compreensão do espaço urbano. Como também a falta de estudos sobre aquela localidade. Como também pôr na atualidade os espaços comerciais antigos (pequenos comércios) se sujeitarem as novas

formas de comércio adquirindo uma semelhança com novos centros, sendo justamente nesses pontos onde se localiza os pequenos núcleos que se incide em novos comércios (supermercados), que aos poucos vão atraindo outros e, ao mesmo tempo, remodelando os existentes.

Essa análise justifica-se pela quantidade de comércios locais e pelo grande fluxo de consumo existente na rua: Florípedes Coutinho, desta forma contribuindo para a economia local e de certa forma contribuindo para modificar o espaço, a partir do momento em que novos comércios são criados, facilitando a vida daquela população local que utiliza os serviços disponíveis sem que seja preciso se deslocar para áreas distantes como o centro, em busca de mercadorias.

Diante disso, que o presente trabalho tem como objetivo principal analisar a dinâmica dos serviços instalados na rua Florípedes Coutinho, como também conhecer os processos de formação socioespacial do Bairro de Bodocongó. Além de identificar as formas e tipologias comerciais existentes, avaliando o papel socioeconômico e sua relação com a produção do espaço urbano local. O estudo será realizado a partir dos seguintes questionamentos: Qual o papel social e econômico desta rua para a sociedade local? Qual relação esta tem com a produção do espaço urbano do bairro de Bodocongó?.¹

A pesquisa foi dividida em três partes a primeira parte se trata da visão dos autores com relação ao espaço urbano e a relação que esse espaço tem com o comércio, a segunda parte trata-se de um levantamento de como se deu a formação de campina grande, seu crescimento populacional, e de como se deu a formação do bairro de bodocongó, e a última parte trata-se do estudo dos comércios da Rua Florípedes Coutinho de como a dinâmica desses comércios influenciam na formação do bairro de Bodocongó.

Mapa 01 – Localização da cidade de Campina Grande no Estado da Paraíba

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

¹ O Município de Campina Grande-PB, possui uma população de 385 213 (IBGE, 2010) habitantes, com estimativa de 2014¹ para 402.912, sendo a segunda cidade mais populosa da Paraíba. Constitui um importante centro universitário, de comércio e serviços e concentra cerca de 15,63% do total das riquezas produzidas no Estado. O município localiza-se no planalto da Borborema, nas coordenadas geográficas de Latitude: 07°13'50"S e Longitude: 35° 52'52".

Falar de espaço urbano é bem complexo, devido as várias características existentes. Mas não se pode falar de cidades, sem se falar de espaço, como também não se pode falar de produção do espaço sem falar das relações sociais.

[...] O espaço urbano é simultaneamente fragmentado e articulado: cada uma de suas partes mantém relações espaciais com as demais, ainda que de intensidade muito variável. Estas relações manifestam-se empiricamente através de fluxos de veículos e de pessoas associados as operações de carga e descarga de mercadorias, [...] essas relações espaciais são de natureza social, tendo como matriz a própria sociedade. [...] as relações espaciais integram ainda que diferentemente, as diversas partes da cidade (CORRÊA,2000, p.6,10).

Conseguimos observar que na atualidade as cidades vivem em constante transformações urbana e social e que essas mudanças fazem parte do atual sistema capitalista que gera uma tendência consumista e conseqüentemente cada vez mais as cidades veem apresentando novas formas de comércios. Como afirma Carlos (2002, p.178) “constata-se hoje, a tendência segundo a qual os espaços são destinados à troca, o que significa que a apropriação e os modos de uso tendem a se subordinar cada vez mais ao mercado” [...] “o mercado, por sua vez condiciona as formas de organização e produção dos espaços das cidades de forma cada vez mais desigual”. Continua a autora (CARLOS,2002, p.178) “o espaço se reproduz, no mundo moderno, alavancado pela tendência que o transforma em mercadoria”. Vemos que ao mesmo tempo em que esses espaços comerciais se reproduzem, se modificam eles se ampliam. (A partir do momento em que novos comércios são criados e os existentes são modificados) Ainda nos afirma Carlos (2002, p.179) que “desse modo o espaço é produzido e reproduzido enquanto mercadoria reprodutível [...] a espacialização dos lugares, determina e direciona fluxos, originando centralidades novas”. Essas transformações sociais e urbanas são perceptíveis, usando como exemplo a citação de Corrêa, que nos permite compreender um pouco sobre as transformações dos espaços.

A evolução da favela, isto é a sua progressiva urbanização até tornar-se um bairro popular, resulta de um lado, da ação dos próprios moradores que, pouco a pouco, durante um longo período de tempo, vão melhorando suas residências e implantando atividades econômicas diversas. De outro advém a ação do Estado, que implanta alguma infra-estrutura urbana, seja a partir das pressões exercidas pelos moradores organizados em associações, seja a partir de interesses eleitoreiros. Esta urbanização, contudo, desencadeia uma valorização que acaba por expulsar alguns de seus moradores e atrair outros (CORRÊA,2000, p.31)

Com isso, conseguimos compreender que as modificações nos espaços não são só apenas modificadas pelo comércio, mas que esse comércio vai surgindo de acordo com as

modificações no espaço, como também a medida em que esses comércios vão surgindo esses espaços são “transformados”, mas, é importante acrescentar que outros fatores também contribuem e aos poucos vão melhorando os espaços. Destacado que é a partir dessas atividades que a cidade se molda ao longo do tempo, não só no espaço físico, mas também nas relações sociais onde os vários tipos de comércio têm grande importância com relação a produção do espaço, sendo a partir delas que a cidade se modifica. De acordo com a ideia dos autores, podemos verificar que:

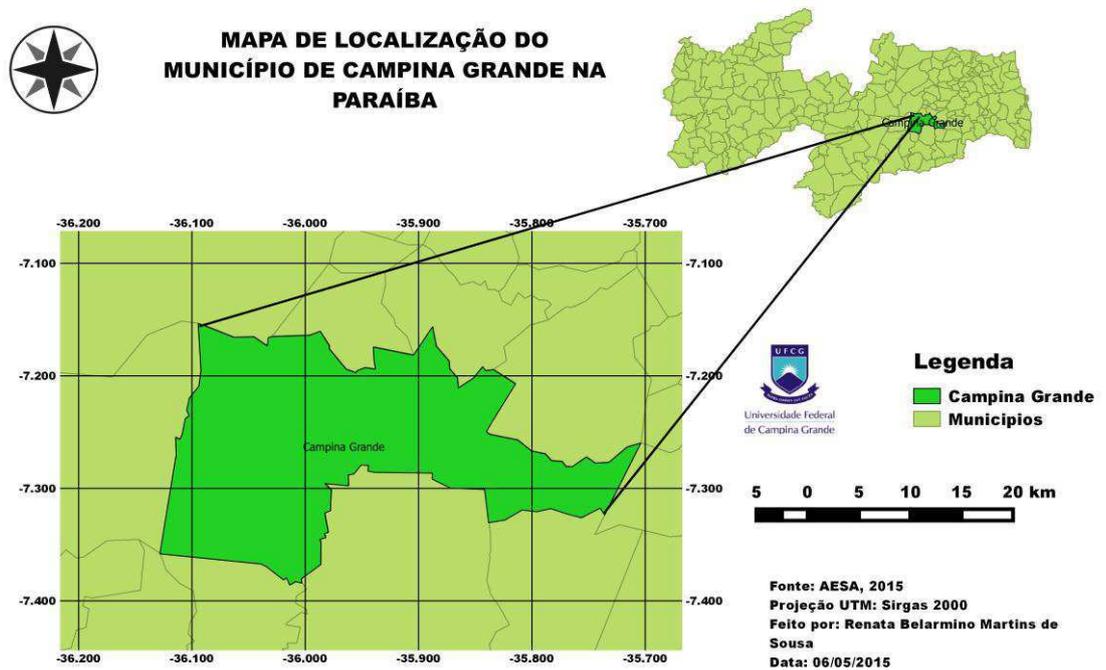
Uma cidade não é apenas um local em que se produz bens e onde esses bens são comercializados e consumidos, e onde as pessoas trabalham; uma cidade é um local onde as pessoas se organizam e interagem com base em interesses e valores os mais diversos [...] um desenvolvimento urbano autêntico[...] não é meramente, uma sofisticação ou modernização do espaço urbano, mas antes e acima de tudo, um desenvolvimento socioespacial na e da cidade (SOUZA, p.101)

Carlos (2002, p.158), acrescenta que: [...] “observar grandes transformações nas formas comerciais, novas centralidades, novos espaços do cotidiano, enfim nova paisagem urbana e novas relações sociais”.

Diante do exposto, entendemos que ao analisar o comércio, percebe-se a grande importância que ele tem como um todo sendo impossível analisá-lo individualmente. Como afirma Carlos (2002, p.144), “[...] a análise do comércio permite uma melhor compreensão do espaço urbano, na medida em que comércio e cidade são elementos indissociáveis”, [...] “a atividade comercial pertence a essência do urbano e seu aprofundamento nos permite um melhor conhecimento desse espaço e da vida na cidade”. Nesse contexto, analisar a dinâmica dos serviços, da rua Florípedes Coutinho e sua relação com a formação do bairro de Bodocongó, auxiliará na compreensão do papel social e econômico da rua estudada, como também da sua relação com a produção do espaço.

2. A PRODUÇÃO SOCIOESPACIAL DO BAIRRO DE BODOCONGÓ: PERIFERIA, POPULAÇÕES E CRESCIMENTO URBANO.

Localizado no espaço urbano da cidade de Campina Grande-PB, o bairro de Bodocongó possui, de acordo com os dados do Censo Demográfico do IBGE (2010), uma população de 13.788, sendo o quinto bairro mais populoso da referida cidade.



É necessário fazer uma breve síntese sobre a história de Campina Grande para que, se possa compreender um pouco de como se deu a formação do bairro de Bodocongó, sua população, o crescimento dessa população, periferia e sua forma de produção sociespacial. Segundo Júnior e Sousa (2014, p.18), com a ampliação do comércio e a chegada da estrada de ferro, em 1907, houve um aumento significativo na população, foi um aumento populacional rápido porque o algodão atraía comerciantes de várias regiões. Essas pessoas vinham em busca de trabalho (destacando que o bairro de Bodocongó é uma via de acesso ao sertão onde justamente as fábricas se instalaram, nas proximidades do açude, de mesmo nome, é onde se localiza o bairro de Bodocongó), o que conseqüentemente gerou um aumento populacional.

Com o desenvolvimento intenso da economia, provocado pela alta do algodão, a cidade que possuía uma área de 900 km² cresceu assustadoramente, elevando o número de 20 mil para 130 mil habitantes, em 30 anos, e sem contar com as pessoas que passavam pela cidade e acabavam estabelecendo moradia. (JUNIOR e SOUSA, 2014)

Esse “bum” do algodão foi conhecido como “era do ouro branco” os autores ainda acrescentam que “até a década de 1940 a cidade tornou-se a segunda maior exportadora de algodão do mundo” (2014, p.18). Esse crescimento populacional trouxe benefícios a cidade, mas gerou problemas, pois na cidade não havia infraestruturas para suportar uma grande

quantidade de pessoas, como também não tinha disponibilidade de água. Isso fez com que buscassem uma nova reconfiguração urbana, criando alguns açudes na tentativa de aumentar a disponibilidade hídrica de Campina Grande. E foi nesse período em que o Bairro de Bodocongó surge, sendo esse fato confirmado por alguns autores:

Foi construído um terceiro açude, desta vez sobre o Riacho de Bodocongó, inaugurado como o “Açude de Bodocongó”. Toda via este reservatório não exerceu tanta importância no processo de abastecimento da cidade como os dois primeiros, devido ao elevado nível de salinidade de suas águas. Contribuiu, no entanto, para o surgimento do Bairro de Bodocongó e atraiu, na década de 1930, diversas indústrias para o seu entorno, como o Curtume Vilarim, a Fábrica Têxtil do Bodocongó e o Matadouro (que se localizava na rua Florípedes Coutinho) que na época passaram a utilizar as águas daquele reservatório (JUNIOR e SOUSA, 2014, p. 19)

Almeida (2010, p.26) acrescenta que “para entendermos as origens e a organização da vida social em Bodocongó, precisa-se compreender o papel das fábricas e seus antigos moradores, operários destas”. Percebemos que embora a construção do açude não tenha tido utilidade para o consumo humano, mas de certa forma (posteriormente) serviu para que se instalasse as fábricas naquela localidade, e isso contribuiu para que fossem instalados empresas, banco, hospitais e colégios. Tais implantações tinham o objetivo de atribuir a cidade o status de cidade moderna o que contribuiu não só para o crescimento bairro, mas também para o crescimento da cidade, pois muitas fábricas estavam localizadas no entorno do bairro ou no próprio bairro de Bodocongó.

Essa localidade se desenvolve, mas a princípio com a presença das fabricas e também os Campi Universitários da UFCG e UEPB, conforme observado por Almeida (2010) que indica que esse processo se evidenciou “por meio do trabalho que as famílias estabeleciam uma relação de pertencimento com este lugar. As fábricas de Bodocongó ditavam o ritmo de vida dos seus moradores” (p.26). Com isso, vemos que os serviços que aqueles moradores desempenhavam naquelas fábricas, para eles tinham grande importância, pois era de lá que vinha sua fonte principal de renda e isso contribuía não só para estes, mas, contribuía para o “desenvolvimento” do próprio bairro. A autora ainda acrescenta que: [...] “no decorrer de cinco décadas Bodocongó foi representado, para os seus moradores bem como para os do resto da cidade, como um bairro fabril” ALMEIDA (2010 p.26). Com o passar do tempo, esse bairro deixa de ser considerado um bairro industrial, pois suas fábricas em grande parte faliram, o que ocasionou grande diminuição de postos de trabalho para aqueles moradores, e o bairro volta a ser um local voltado mais para o setor de serviços e residencial (destacando que antes do processo de industrialização, Campina Grande já era um local de serviços e de

mercado, onde se fazia o comércio de gado e de gêneros alimentícios). Podemos constatar essa diferença com os matadouros e os curtumes que se localizavam na rua Florípedes Coutinho, e hoje se encontram, nos mesmos locais comércios e residências. Sobre o perfil atual deste bairro, conclui Almeida (2010, p.27) que:

A falência do motor fabril ocasionou a perda da identidade, focada pelo trabalho dos seus moradores com o território da Cidade de Campina Grande. Hoje Bodocongó não é mais um Bairro industrial, a sua identidade está relacionada à função residencial e de serviços.

Portanto, essa citação reforça a percepção que de alguma forma os comércios localizados na rua Florípedes Coutinho foram essenciais para a formação do bairro de Bodocongó, pois foi a partir daquela localidade onde as pessoas se utilizam dos serviços e do comércio e onde há um maior fluxo de pessoas e mercadorias que conseqüentemente acaba provocando uma dinâmica naquele espaço, o que contribui para o seu desenvolvimento e para a horizontalidade² dessa área. Como afirmam Salgueiro e Cachinho (2009, p.10), “[...] o comércio faz cidade ao atrair clientes e mercadorias”.

² DINIZ (2010, p.01) Na análise Geográfica do comércio, entende-se por verticalidades as novas formas comerciais, a exemplo das redes de supermercados e hipermercados, *shopping centers*, espaços comerciais modernos diversos especializados. Quanto a horizontalidades do setor comercial estas compreendem as atividades tradicionais e pequenas, dispersas e concentradas em diferentes partes da cidade, especialmente entre as populações de menor poder de compra, como os pequenos comércios de bairros (mercearias, mercadinhos etc.)

3 A RUA FLORÍPEDES COUTINHO: DINÂMICA DOS SERVIÇOS E PRODUÇÃO DO ESPAÇO DO BAIRRO DE BODOCONGÓ.

Para entender a forma como se produz esses espaços é necessário analisá-las. Afirma Carlos (2002, p.145), que “analisar as formas comerciais, que são formas espaciais históricas, permite-nos a verificação das diferenças presentes no conjunto urbano”. Ou seja, entendermos as formas comerciais nos permite entendermos simultaneamente o espaço urbano. [...] “O estudo das formas do comércio (o que implica o seu desenvolvimento) nos permite compreender e explicitar uma nova articulação espaço- tempo e tal articulação implica uma organização social distinta” CARLOS (2002, p.158). Nesse sentido, torna-se necessário, antes de analisar os dados do comércio da Rua Florípedes Coutinho, enfatizar o questionamento de Corrêa (2000, p.7): O que é o espaço urbano? Que embora tenha diferentes modos de definições, este autor propôs a seguinte definição:

O espaço urbano de uma grande cidade capitalista constitui-se, em um primeiro momento de sua apreensão, no conjunto de diferentes usos de terra justa postos entre si. Tais usos definem áreas, como o centro da cidade, local de concentração de atividades comerciais, de serviços e de gestão, áreas industriais, áreas residenciais distintas em termos de forma e conteúdo social, de lazer e, entre outras, aquelas de reserva para futura expansão. Este complexo conjunto de usos da terra é, em realidade, a organização espacial da cidade ou, simplesmente, o espaço urbano. CORRÊA (2000, p.7)

Por outro lado, na visão de Sousa (2003, p.64) “[...] qualquer cidade apresenta diferentes tipos de espaços, de acordo com a atividade predominante”, [...] já em alguns espaços, encontra-se o comércio e serviços, apresentando-se como verdadeiras *localidades centrais intra-urbanas*³”. Neste sentido, percebemos a atividade predominante na Rua Florípedes Coutinho (localidade), que é formada por estabelecimentos comerciais pequenos, bem como de outras atividades de serviços domésticos.

Apesar de haver muitas modificações ao longo dos anos esse espaço vem se fortalecendo, devido a ampliação do consumo, sendo possível constatar que, fora as modificações ocorridas no local, percebe-se que a dinâmica dos pequenos comerciantes é constante devido a competitividade. Isso contribui para que se disseminem novas formas comerciais, contribuindo para o crescimento local. Mas simultaneamente é perceptível que estes ainda mantenham características de comércios tradicionais de bairros onde os

³ Sousa define intra-urbana como organização interna da cidade.

proprietários e os clientes ainda mantêm relações sociais (proximidade). Sobre isso, Corrêa (2000) explica que:

Por toda a cidade ocorrem pequenos agrupamentos de lojas localizadas em esquinas: [...] como padarias, açougue, quitandas, farmácias armazém, botequim que atende a toda a demanda da população que habita nos quarteirões imediatos ao agrupamento. Os comerciantes são moradores do bairro e conhecidos dos fregueses. (p.51)

Os dados da pesquisa do comércio na Rua Florípedes Coutinho nos mostram que o comércio influencia expressivamente na vida social e econômica dos habitantes locais, como também do próprio bairro de Bodocongó e de outras localidades vizinhas, a partir do momento em que as pessoas vêm à procura de serviços ou fazem migração pendular por trabalharem na referida rua. Tal fato pode ser confirmado através dos dados obtidos *in loco*, como também através do relato de um dos comerciantes mais antigos desta rua⁴. Usamos como exemplo o comerciante que há mais de vinte anos mantém um estabelecimento fixo nesta rua. Como também descrevemos o resultado da análise da pesquisa de campo que nos revelou os seguintes resultados.

Tabela 1: quantificação dos comércios existentes na Rua Florípedes Coutinho

TIPOLOGIA	Quant.	%	TIPOLOGIA	Quant.	%
Açougue	3	2,88%	Manicure	7	6,73%
Bar	6	5,76%	Material construção	4	3,84%
Bolos	1	0,96%	Mine-box	8	7,69%
Borracharia	3	2,88%	Moto taxi	2	1,92%
Brechó	1	0,96%	Moveis usados	1	0,96%
Cartório	1	0,96%	Oficina de motos	4	3,84%
Eletrônica	1	0,96%	Oficina de carros	4	3,84%
Escola	1	0,96%	Ótica	1	0,96%
Fábrica	2	1,92%	Padaria	2	1,92%
Farmácia	1	0,96%	Pedreira	1	0,96%
Fiteiro*	2	1,92%	Peixaria	1	0,96%
Gás	1	0,96%	Quitanda (Frutas)	2	1,92%
Comidas típicas * ⁵	1	0,96%	Rações	1	0,96%
Lanchonete	8	7,69%	Refeições	1	0,96%
Lava jato	1	0,96%	Salão de beleza	11	10,57%
Loja de modas	7	6,73%	Serralharia	2	1,92%
Loteria	6	5,76%	Soparia	1	0,96%
Madeireira	1	0,96%	Sorveteria	2	1,92%
Vidraçaria	1	0,96%	Frango assado*	1	0,96%
			TOTAL=	104	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

⁴ Para a obtenção dos dados desta pesquisa, foram aplicados 60 formulários, sendo 20 entre os proprietários de estabelecimentos comerciais e 40 entre consumidores destes comércios e serviços presentes na rua pesquisada.

⁵ Comércios ambulantes *

A tabela anterior mostra a quantificação dos tipos de estabelecimentos comerciais e de serviços fixos e ambulantes da Rua Florípedes Coutinho. Durante a identificação destes, percebeu-se que a grande maioria dos comércios ali existentes é residência dos próprios comerciantes, que aos poucos vão reformando e melhorando seus ambientes de trabalho e suas residências, como também a presença de comerciantes que estão ali apenas para o trabalho, vindo de outras localidades, mas, ao mesmo tempo, existem comércios nas calçadas, em frente aos comércios existentes, gerando um “conflito” no ambiente, de comerciantes que não moram na rua citada, como também não tem um ponto fixo, mas que trabalham ali todos os dias com outra forma de comércio (ambulante). Isso nos leva a crer que esse tipo de comércio, que aos poucos vai surgindo se utiliza do fluxo constante nesta rua, uma vez que se trata de uma das vias mais trafegadas por automóveis e pedestres no bairro Bodocongó.

Tabela 2: Tipos de comércios existentes na rua Florípedes Coutinho

TIPOS DE COMÉRCIOS	QUANTIDADES	%
Fixos	100	96,15
Ambulante	4	3,85
TOTAL:		100

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

De acordo com o relato do morador (comerciante mais antigo), podemos entender que existem moradores de outras áreas que ganham seu sustento naquele espaço, como também podemos perceber que apesar de criarem novos comércios, os antigos comerciantes permanecem. Afirma que:

Trabalho aqui há vinte e três anos, sou de Capim Grande, venho aqui só para trabalhar fico aqui 10:00h à 10:00h. Só vou mais cedo quando é tempo de festa porque o povo não vai deixar de ficar nas festas de graça pra ta aqui gastando. Aí vou umas 20:00h. a minha filha quando tinha o matador aqui os homens vinham beber aqui todo sujo de sangue, o comércio era melhor, já tinha muito comércio nessa rua, mas, era eu e novinho (outro bar próximo) os outros não fazia sucesso não quando eles não tava lá tava aqui.

Tabela 3: tempo de permanência dos comércios na rua pesquisada

QUANT. COMÉRCIOS ENTREVISTADOS	TEMPO PERMANÊNCIA DOS COMÉRCIOS		%
	Menos de 5 anos	Mais de 5 anos	
20	13		65%
		7	35%
TOTAL=			100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Nas tabelas acima, percebemos que após a análise dos dados revelaram que a grande maioria dos estabelecimentos comerciais são recentes (Tabela 3). Embora grande parte dos estabelecimentos já exista muitos destes apenas trocou de dono, como também é possível ver que a quantidade de comércios tem aumentado. Esses comércios antigos, apesar de ter trocado de dono, os moradores se lembram do antigo comércio, da amizade com os antigos proprietários e como também mantêm relações de proximidade com os atuais. Com isso, vemos que embora as mudanças nas configurações físicas dos comércios modernos influenciaram também estabelecimentos desta rua, impulsionando cada vez mais os novos comerciantes a seguirem uma forma atual de comércio, na tentativa de acompanhar a evolução mercadológica que temos, em que o consumo é incentivado, assim mesmo se mantem as raízes (laços de amizade com os clientes) mesmo atualmente. Esse tipo de contato atualmente vir tornando-se cada vez mais impessoais. Embora os dados tenham revelado que a maioria dos comércios são recentes, nota-se que existem comércios que persistem mais de vinte anos com ponto fixo.

Tabela 4: Idade dos comerciantes pesquisados

IDADE DOS COMERCIANTES	QUANT.	PORCENTAGEM
18 à 30 anos	5	25%
26 à 30 anos	2	10%
31 à 35 anos	3	15%
36 à 40 anos	0	0%
41 à 45 anos	2	10%
46 à 50 anos	3	15%
51 à 55 anos	3	15%
56 à 60 anos	2	10%
TOTAL:	20	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Em seguida analisando a idade dos comerciantes, foi possível perceber que na proporção em que a idade dos comerciantes avança, automaticamente os velhos comerciantes vão dando lugar para novos comerciantes que são bem jovens cerca de 18 a 30 anos, totalizando 25% dos comerciantes atuais. Esse dado foi confirmado na análise e na comparação das duas tabelas, tabelas 3 e 4, onde os velhos comércios vão diminuindo e proporcionalmente os novos vão surgindo com comerciantes mais jovens.

Tabela 5: Local de residência dos comerciantes

COMERCIANTE RESIDE NO BAIRRO		
	SIM	NÃO
Quantidades	16	4
Porcentagem	80%	20%

Fonte: Dados da pesquisa de campo Jun./2015

Como podemos ver na tabela abaixo, quando analisado se os comerciantes residiam no bairro vimos que a grande maioria reside. Sendo que esta confirmação que foi discutida na Tabela 1 e 2 que grande parte dos comerciantes ali existentes moram no mesmo local em que trabalham. Mas que ao mesmo tempo existem os que moram no bairro como também aqueles que vem de outras localidades apenas para trabalhar. Sendo 65% desses comerciantes do sexo feminino.

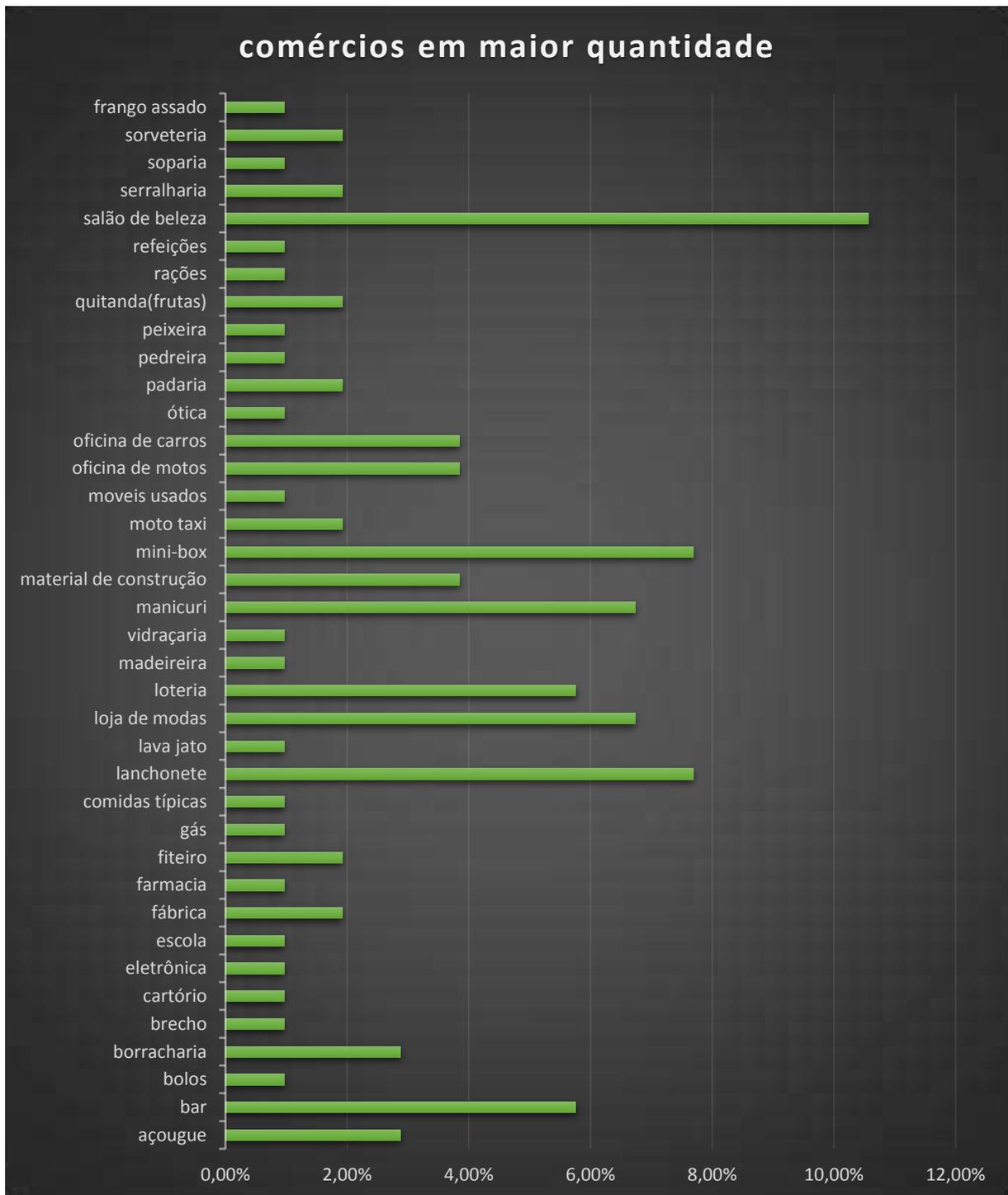
Tabela 6: Sexo dos comerciantes entrevistados

COMÉRCIANTES ENTREVISTADOS			%
Sexo	Feminino	Masculino	
	13		65%
		7	35%
Quantidades		20	
TOTAL=			100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Sendo a maioria dos comerciantes do sexo feminino, ao comparar os dados, representado no Gráfico 1, que apresenta um aumento significativo de pontos comerciais de serviços voltados para o setor de beleza, concluímos que esse aumento se deu justamente pelo fato dessas comerciantes (moradoras) por residirem concomitantemente em seu ponto comercial se aproveitam da comodidade para trabalharem e morarem na mesma localidade (ponto). Ali elas trabalham, criam seus filhos e conhecem os outros comerciantes como também os fregueses que moram nas redondezas.

Gráfico 1: Setor de serviços de beleza em maior proporção



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Tabela 7: Escolaridade dos comerciantes

ESCOLARIDADE DOS COMÉRCIANTES	QUANTIDADE	%
Não alfabetizado	2	10%
Ensino fundamental incompleto	8	40%
Ensino fundamental completo	1	5%
Ensino médio incompleto	3	15%
Ensino médio completo	5	25%
Ensino superior incompleto	1	5%
Ensino superior completo	0	0%
Outros	0	0%
TOTAL:	20	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Alisamos o quesito escolaridade na tabela 7, verificamos que a grande maioria dos comerciantes tem ensino fundamental incompleto, sendo esse dado preocupante tendo em vista que a grande maioria dos comerciantes tem idade entre 18 a 30 anos. Sendo possível perceber que na proporção em que a idade dos comerciantes avança automaticamente os velhos comerciantes vão dando lugar aos novos comerciantes que são bem mais jovens. Esse dado foi confirmado na comparação das duas tabelas, tabelas 3 e 4, onde os velhos comércios vão diminuindo e proporcionalmente os novos vão surgindo com comerciantes mais jovens.

Tabela 8: opinião dos comerciantes

EM SUA OPINIÃO QUAIS OS MAIORES PROBLEMAS QUE O SEU ESTABELECIMENTO ENFRENTA ATUALMENTE?			
OPINIÕES	QUANTIDADES	%	MATADOURO
Segurança	10	50%	
Falta de assistência financeira	1	5%	
Movimento fraco	4	20%	
Atribuíram queda no movimento à falência do matadouro* ⁶			2 de 4 = a 10%
Não tem problema	5	25%	
TOTAL:	20	100%	

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Quando foi questionado quais maiores problemas que o estabelecimento destes enfrentam na atualidade, 50% dos comerciantes atribuíam a falta de segurança, sendo isso um problema por se tratar da metade dos entrevistados, onde grande parte já ter sido

⁶ Estabelecimentos onde se fazem abate de animais destinados ao consumo público.

assaltada até mais de uma vez. Sendo interessante ressaltar que embora não tenha sido perguntado, mas metade dos 20% dos entrevistados apontaram o problema ao movimento fraco (tabela 8), estes atribuíram à queda no movimento devido à desativação do antigo matadouro, mas por outro lado, estes acrescentaram que, após a recente construção do residencial Vila Nova da Rainha II⁷, no mesmo local onde antes funcionava o matadouro, poderá incrementar um aumento no consumo dos comércios localizados nas proximidades deste, especialmente, os estabelecimentos comerciais da Rua Florípedes Coutinho.

Tabela 9: idade dos clientes entrevistados

IDADE DOS CLIENTES	QUANTIDADES	PORCENTAGEM
18 à 30 anos	4	10%
26 à 30 anos	4	10%
31 à 35 anos	12	30%
36 à 40 anos	2	5%
41 à 45 anos	0	0%
46 à 50 anos	10	25%
51 à 55 anos	6	15%
56 à 60 anos	2	5%
TOTAL:	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Tabela 10: Gênero sexual dos clientes entrevistados

CLIENTES ENTREVISTADOS			%
SEXO	FEMININO	MASCULINO	
	24		60%
		16	40%
Quantidades		40	
TOTAL=			100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Em seguida foram analisados os dados dos clientes, sendo dois clientes consultados para cada estabelecimento comercial escolhido nesta pesquisa (Tabela 9 e 10). No total, foram selecionados 20 estabelecimentos comerciais e 40 clientes destes respectivos comércios. Entre os clientes, 60% dos entrevistados foram do sexo feminino, com idade de 31 a 35 anos. Tanto nos setores de serviço como nos demais comércios, atribuímos esse fator por se tratar da grande maioria dos estabelecimentos serem voltados ao setor de

⁷ Condomínio residencial popular construído com recursos do governo federal em parceria com o governo municipal. Tal residencial foi entregue aos moradores de baixa renda em 30 de junho de 2015.

beleza, como também do ramo alimentício em que as mulheres costumam fazer suas compras geralmente diárias e/ou semanais.

Tabela 11: Local onde residem os clientes

CLIENTES RESIDENTES NO BAIRRO DE BODOCONGÓ		
	SIM	NÃO
Quantidades	24	16
Porcentagem	60%	40%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015

Tabela 12: escolaridade dos clientes entrevistados

ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	QUANTIDADE	%
Não alfabetizado	2	5%
Ensino fundamental incompleto	6	15%
Ensino fundamental completo	6	15%
Ensino médio incompleto	8	20%
Ensino médio completo	14	35%
Ensino superior incompleto	2	5%
Ensino superior completo	2	5%
Outros		
TOTAL:	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun/2015

Os dados demonstraram que 60% por cento dos clientes entrevistados residem no mesmo bairro, mas que também os comércios da Rua Florípedes recebem diariamente clientes de outros bairros que passam pelo local e terminam consumindo algum tipo de serviço ou de produto. Quando foi questionado a escolaridade dos clientes entrevistados, foi possível perceber que os dados com relação aos comerciantes foi o oposto, onde os clientes têm maior escolaridade que os comerciantes (Tabela 11 e 12).

Tabela 13: Frequência de compra dos clientes

FREQUÊNCIA QUE CONSTUMA COMPRAR NOS ESTABELECIMENTOS DESSA RUA:	QUANTIDADE	%
Diariamente	22	55%
Semanalmente	17	42%
Quinzenalmente	0	0%
Mensalmente	0	0%
Raramente	1	2,5%

TOTAL:		100%
--------	--	------

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun/2015

Os dados das tabelas acima revelaram que a maioria dos clientes entrevistados fazem compras diariamente por morarem nas redondezas. Com isso, consideram esses comércios como uma facilidade para eles, pois não precisam se deslocar para comércios distantes podendo comprar em pequenas quantidades. A maioria costuma comprar alimentos ou artigos de beleza, sendo identificado que o que mais atrai esses consumidores a consumirem estes tipos de produtos é justamente essa comodidade e variedade de produtos. Por estar próximo, eles sempre utilizam esses serviços e só se deslocam para um local mais distante quando ali naquele local não encontram o que precisa. Alegando que, além de cômodo, eles economizam tempo e dinheiro por não precisarem se deslocar de ônibus até o centro. Adquirindo ali mesmo muito do que precisam diariamente. (Tabelas:13, 14, 15)

Tabela 14: os produtos que os clientes mais costumam comprar

PRODUTOS QUE COSTUMA COMPRAR	QUANT. CLIENTES	%
Refeições	6	15%
Artigos de Beleza	6	15%
Vestuário	2	5%
Alimentos	18	45%
Medicamentos	2	5%
Materiais de Construção	2	5%
Outros	4	10%
TOTAL:	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo jun/2015

Tabela 15: maior atrativo para consumir

O QUE-LHE ATRAI PARA CONSUMIR SERVIÇOS E PRODUTOS DESSA RUA	QUANT. CLIENTES	%
Preço mais baixo	4	10%
Comodidade	24	60%
Variedade	12	30%
Outros		
TOTAL:		100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun/2015

Tabela 16: Qual a importância destes estabelecimentos comerciais

QUAL A IMPORTÂNCIA DESTES ESTABELECEMENTOS COMERCIAIS E DE SERVIÇOS	QUANT. CLIENTES	%
Local próximo de casa comodidade	19	47,5 %
Importante para o desenvolvimento da rua local	7	17,5%
Variedade de serviços e produtos	14	35%
TOTAL:	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun/2015

Sendo esse fator confirmado logo em seguida na tabela 16, quando foi proposto uma questão aberta, os dados coincidiram com as perguntas anteriores (tabela 14), pois eles sempre acrescentavam os dados anteriores com o que eles achavam importante. Foi questionado qual a importância dos estabelecimentos comerciais e de serviços. As respostas eram da seguinte forma: “Eu acho importante para a rua por que é cômodo é perto de casa” ou, “é importante para a rua porque é misturado tem muitos serviços aí é bom”.

Foi observado que embora sejam poucos os locais onde se encontram residências, como é o caso do trecho onde se encontra o cemitério Nossa Senhora Aparecida, conhecido como cemitério de Bodocongó, onde se observa uma menor quantidade de estabelecimentos comerciais. Percebe-se que há outras concentrações destas atividades econômicas em outras partes da mesma rua, após a localização deste espaço público (cemitério), prolongando-se até a Rua Sebastião Martins de Oliveira, sendo possível observar que os comércios continuam no mesmo sentido, como se a rua Florípedes Coutinho continuasse sobre esta outra via. Com isso vemos que o comércio daquela área tem grande potencial e que se expande entre as áreas residenciais.

Foto 1: Antiga mercearia transformada em oficina de automóveis



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Os estabelecimentos pesquisados nesta rua enfrentam muitos problemas, dentre estes, um dos mais mencionados foi sobre o aumento de ocorrências criminosas contra os proprietários de pequenos comércios e suas respectivas clientelas. Na Panificadora Belo Monte (Foto 2), um dos comércios mais movimentados, aberto até 21:00 horas, foi constatado ocorrências desta natureza. Diante disto, muitos comerciantes têm optado em encerrar suas atividades em horários mais cedo. Tal comportamento demonstra receio devido à falta de segurança pública.

Foto 2: Panificadora Belo Monte comércio com maior circulação de pessoas



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

A pesquisa nos revelou uma dinâmica intensa nos comércios locais, sendo constatado vários tipos de modificações nos comércios, como seu tipo de atividade permanecendo o proprietário ou não. Para demonstrar como isso acontece, usamos como exemplo o comércio Bar do Facula (Foto 3) exemplo de como os comércios vem se modificando ao longo do tempo. São comércios que persistem ao longo do tempo, e que com o passar dos anos mudam até seu tipo de atividade, mas, que continuam no mercado de alguma forma.

Foto 3: Bar do Facula comércio modificou atividade, mesmo proprietário



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Há trechos da Rua Florípedes Coutinho que anteriormente era ocupado por estabelecimentos comerciais tradicionais, mas que atualmente assume outras funções comerciais, como podemos observar na foto abaixo (Foto 4). Onde se vê estabelecimentos de gênero alimentício (mercadinhos), antes eram casas de comércio de material de construção.

Foto 4: Comércios modificados, mesmos proprietários.



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Na rua pesquisada, presencia-se também a existência de comércios ambulantes. Esse tipo de comércio representa um setor importante para as populações locais. Além de suprir muitas das necessidades dos moradores como produtos alimentícios, utensílios domésticos, ferramentas, entre outros produtos que geram ocupação trabalhista para muitos cidadãos. Estes trabalhadores se organizam, de forma “improvisada”, também em calçadas de trechos mais movimentados por pedestres, conforme nas fotos obtidas *in loco* (Fotos 5 e 6).

Foto 5: comércio ambulante



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

Foto 6: Comércio ambulante



Fonte: Dados da pesquisa de campo. Jun./2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das modificações existentes no espaço urbano e comercial serem constantes, foi constatado que novos comércios estão sendo criados. Percebemos que os comércios existentes na Rua Florípedes Coutinho são essenciais para a comunidade que vive naquela localidade, bem como para clientes de outras áreas que se utilizam daqueles produtos e serviços. Constatamos que esse tipo de comércio influencia diretamente no desenvolvimento urbano local.

Com isso confirmamos sua grande importância, uma vez que além de gerar um desenvolvimento, estas atividades econômicas pesquisadas contribuem para que a comunidade obtenha mais acessibilidade, economizando ainda tempo e dinheiro. Cabe destacar ainda que as pessoas se utilizam desses produtos e serviços e deixam parte do

dinheiro no comércio local, contribuindo no crescimento da atividade terciária local (do bairro).

Foi possível perceber que os pequenos comércios sempre existiram, e que os locais são transformados a partir dos pequenos comércios, independentemente da nova configuração do comércio atual onde incentiva o consumo e onde os produtos são modernizados. Ainda assim, existem locais onde o consumo é feito a partir de relações sociais, onde esses vínculos reforçam as raízes de um passado tão presente nas vidas dos moradores do lugar, bairro de Bodocongó.

A relação destas atividades na organização espacial do bairro revela-se, portanto, a partir da dinâmica do consumo das populações, sobretudo, de menores rendas, que produzem e dão vida ao referido espaço habitado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Juliana Nóbrega de. *Da Escola Negada ao Trabalho Necessário: Um olhar Sobre a Educação de Jovens e Adultos no Bairro de Bodocongó em Campina Grande-PB*. Dissertação (Mestrado em Geografia), UFPB, João pessoa –PB, 2010.

Campina Grande hoje e amanhã. [Livro eletrônico] GUEDES, Rangel Junior Antônio. SOUSA, Cidoval Moraes de. 21.ed.CDD. 1500KB-154P.: il.color.Modo de acesso: Wold wid web <eduepb.uepb.edu.br> ISBN: 978-85-7879-170-4- Campina Grande: eduepb, 2013.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Novos caminhos da Geografia-São Paulo*. Editora contexto, 2002 (Caminhos da Geografia).

CORRÊA, Roberto Lobato. *O Espaço Urbano*. São Paulo: Ática, série princípios, 4ª edição, 2000.

DINIZ, L. da S. *Espaços e formas comerciais modernas em periferias urbanas: uma análise a partir das ações de empresas multinacionais/PB*. AGB, ENGUE. Porto Alegre. 2010

DINIZ, L. da S. *pequeno comércio em contexto de violência na cidade de Campina Grande-PB*. Lincoln da Silva Diniz- Recife: O autor, 2012. 163f.:il.;30cm

SALGUEIRO, Tereza Barata; CACHINHO, Herculano. *As Relações Cidade-Comércio Dinâmicas de Evolução e Modelos Interpretativos*. In: CARREIRAS, Charles; PACHECO,

Susana Mara Miranda (ORG). Cidade e Comércio: A rua na perspectiva internacional. Armazém das letras, Rio de Janeiro, 2009, p.09-39.

SOUZA, Marcelo Lopes de. ABC do desenvolvimento urbano- Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.