



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS CAMPINA GRANDE
CENTRO DE EDUCAÇÃO
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM GEOGRAFIA**

LIEDNA DA SILVA COSTA

**PROCESSOS ESPACIAIS E UMA NOVA CENTRALIDADE COMERCIAL NO
BAIRRO DE BODOCONGÓ EM CAMPINA GRANDE-PB**

**CAMPINA GRANDE – PB
2014**

LIEDNA DA SILVA COSTA

**PROCESSOS ESPACIAIS E UMA NOVA CENTRALIDADE COMERCIAL NO
BAIRRO DE BODOCONGÓ EM CAMPINA GRANDE-PB**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do título de Graduada.

Orientadora: Prof^ª. Ms. Juliana Nóbrega de Almeida

CAMPINA GRANDE – PB
2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

C837p Costa, Liedna da Silva.

Processos espaciais e uma nova centralidade comercial no bairro de Bodocongó em Campina Grande - PB. [manuscrito] / Liedna da Silva Costa. - 2014.

45 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2014.

"Orientação: Profa. Ma. Juliana Nóbrega de Almeida, Departamento de Geografia".

1. Espaço geográfico. 2. Comércio. 3. Bodocongó. I. Título.

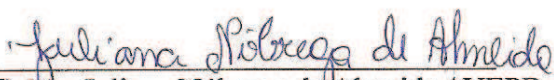
21. ed. CDD 910

LIEDNA DA SILVA COSTA


**PROCESSOS ESPACIAIS E UMA NOVA CENTRALIDADE COMERCIAL NO
BAIRRO DE BODOCONGÓ EM CAMPINA GRANDE-PB**

Monografia apresentada ao Curso de
Licenciatura Plena em Geografia da
Universidade Estadual da Paraíba, em
cumprimento à exigência para obtenção
do título de Graduada.

Aprovada em 17/07/2014.


Prof.^a Ms. Juliana Nóbrega de Almeida / UEPB
Orientadora


Prof.^a Dr.^a Aretuza Candeia de Melo / UEPB
Examinadora


Prof.^a Ms. Marília Maria Quirino Ramos / UEPB
Examinadora

A Deus por está sempre me protegendo e abençoando, e a
minha família pelo enorme apoio e incentivo, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por todas as bênçãos e iluminações durante esta caminhada e por ter me permitido chegar até aqui.

À toda minha família, em especial, minha mãe Lindaci, que contribuiu muito na realização deste trabalho e que sempre se mantém ao meu lado em minhas decisões, agradeço também aos meus irmãos Jardel e Joanes e às minhas cunhadas Viviane e Renally pelo apoio e incentivo sempre que precisei.

Agradeço imensamente à minha orientadora, professora Ms. Juliana Nóbrega de Almeida, por suas precisas indicações e seu inestimável apoio e pela compreensão dispensada na orientação deste trabalho.

À minha amiga Adriana, pela amizade e contribuição dada na realização deste trabalho.

A todos meus professores que durante minha caminhada acadêmica contribuíram direta ou indiretamente, e se propuseram a auxiliar no decorrer deste trabalho, meus sinceros agradecimentos.

A todos meus amigos de classe Helena, Janaina, Thais, Thales, Thiago, Vanderson, e em especial, Almir e Helenize, por todos os momentos de amizade e apoio.

A todos, meu muito obrigada!

PROCESSOS ESPACIAIS E UMA NOVA CENTRALIDADE COMERCIAL NO BAIRRO DE BODOCONGÓ EM CAMPINA GRANDE-PB

R E S U M O

A Geografia estuda o espaço geográfico em sua totalidade, amplitude e complexidade, seja nas escalas macro ou micro. Os bairros são espaços micros que estão sempre em transformação, como é o caso do bairro de Bodocongó localizado na cidade de Campina Grande-PB. Desde sua origem passou por várias modificações, originando-se em 1915 junto com o açude que recebe o mesmo nome do bairro (Açude de Bodocongó). Foi, por muitos anos, considerado como espaço fabril, isso ocorreu devido à instalação de diversas fábricas. Com o passar dos anos foi se modificando e nos dias atuais possui um comércio presente, atendendo a população local, como também de bairros vizinhos. Este fato impulsionou a realização desta pesquisa, tendo como objetivo analisar o processo de origem do bairro de Bodocongó e a formação de uma nova centralidade comercial no mesmo. A pesquisa enquadra-se como um estudo de caso, pois se buscou detalhar a construção espacial e a dinâmica da centralidade comercial. Foi utilizada como metodologia a pesquisa bibliográfica, em meios eletrônicos e impressos, sendo os principais teóricos utilizados: Carlos (2007), Côrrea (2000) e Santos (2004); juntamente com uma pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas, onde foram coletados relatos dos moradores do bairro, tendo em vista que os mesmos são as testemunhas principais que acompanham toda a modificação ocorrida, além da aplicação de questionários junto aos comerciantes e moradores de Bodocongó e dos bairros vizinhos. Os resultados revelaram que os clientes do bairro de Bodocongó são oriundos do bairro, como também de locais vizinhos, como por exemplo, os bairros Malvinas e Pedregal. Os comerciantes são todos moradores de Bodocongó que escolheram fixar seu estabelecimento comercial no bairro por já morar no mesmo. Na pesquisa evidenciou-se os benefícios que a nova centralização comercial em Bodocongó traz para os moradores, que não precisam mais se deslocar diariamente para o centro da cidade para realizarem suas compras, como também para os moradores dos bairros vizinhos que compram no local por já conhecer o comércio.

Palavras-chave: Espaço. Bodocongó. Comércio. Centralização.

SPACE PROCESSES AND CENTRALITY A NEW COMERCIAL IN BODOCONGÓ OF NEIGHBORHOOD IN CAMPINA GRANDE-PB

ABSTRACT

Geography studies the geographical space in its entirety, breadth and complexity, either in macro or micro scales. The neighborhoods are microscopic spaces that are ever-changing, as is the case of Bodocongó neighborhood located in Campina Grande-PB. Since its origin has undergone several transformations, originating in 1915 with the dam which has the same name of the district (Dam of Bodocongó). Was for many years regarded as factory space, this was due to the installation of various factories. Over the years it has been changing and nowadays has a gift trade, serving the local, but also from neighboring districts population. This fact spurred this research, aiming to analyze the process of origin of Bodocongó neighborhood and the formation of a new business in the same centrality. The survey classifies itself as a case study because we sought to detail the spatial construction and the dynamics of trade in Bodocongó centrality. Therefore, it was used as a methodology to bibliographic research in electronic and print media, with the main theoretical used: Carlos (2007), Corrêa (2000) and Santos (2004); along with a field research through interviews, where reports of neighborhood residents were collected, given that they are the main witnesses that accompany all occurred change, besides questionnaires along to the merchants and residents of Bodocongó and neighboring districts. The results show that customers of Bodocongó neighborhood come from the district, but also the neighbors locations, such as the Falklands and Pedregal neighborhood. Traders are all residents of Bodocongó who chose to fix your commercial property in the neighborhood for longer live in it. In the survey revealed are the benefits that the new trading centralization Bodocongó brings residents, who no longer need to travel daily to the city center to carry their purchases, but also for residents of neighborhoods who buy in place for now know the trade.

Keywords: Space. Bodocongó. Trade. Centralization.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01 – Localização da cidade de Campina Grande.....	16
FIGURA 02 – Delimitação dos bairros de Campina Grande-PB.....	18
FIGURA 03 – Divisão do Bairro de Bodocongó, 2013.....	19
FIGURA 04 – Rua João Sérgio de Almeida, em Bodocongó.....	25
FIGURA 05 – Fluxo de pessoas em uma terça feira na Rua João de Almeida.....	26
FIGURA 06– Fluxo de pessoas em um sábado na rua em estudo.....	26
FIGURA 07 – Rua João Sérgio de Almeida.....	27
FIGURA 08– Estabelecimentos na Rua João Sérgio de Almeida.....	27
FIGURA 09– Pontos comerciais existentes na Rua João Sérgio de Almeida.....	28
FIGURA 10– Edifício existente em Bodocongó com estabelecimentos comerciais em seu térreo.....	28
FIGURA 11– Frigorífico que atende os clientes de Bodocongó.....	29
FIGURA 12– Feira de fruta que atende aos clientes do comércio de Bodocongó.....	29
FIGURA 13– Mercado presente em Bodocongó.....	30
FIGURA 14 –Mini mercado existente em Bodocongó.....	30

LISTA DE SIGLAS

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
2.1	A cidade e o urbano: conceito histórico.....	13
2.2	O ontem e hoje de Campina Grande – PB.....	14
3	BAIRRO: um micro espaço urbano.....	16
3.1	A origem e história de Bodocongó.....	18
4	PROCESSOS ESPACIAIS: a centralização comercial no bairro de Bodocongó.....	22
5.0	O circuito inferior da economia urbana presente no comércio do bairro de Bodocongó.....	31
6	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	33
6.1	Análise e discussão das entrevistas.....	32
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
	REFERÊNCIAS.....	38
	APÊNDICES.....	41

1.0 INTRODUÇÃO

Os bairros se caracterizam por uma estrutura em que as relações sociais se materializam, desempenhando um caráter histórico, baseado em suas origens, ocupação e os modos de utilização de seu espaço. Neste contexto, o bairro de Bodocongó que se situa na cidade de Campina Grande-PB, originou-se em 1915 junto com o Açude de Bodocongó. A formação espacial deste está baseada junto às instalações de diversas fábricas nas margens do açude que recebeu o nome de Bodocongó, que significa rios de águas que queimam.

A partir da década de 1940, Bodocongó passou a ser considerado um bairro fabril, pois a partir da chegada das fábricas, começou a ser ocupado por moradores que trabalhavam nelas e residiam no bairro para ficarem mais perto do seu local de trabalho. Desse modo, na medida em que o bairro passou a crescer, o mesmo precisava fornecer aos seus moradores diversos serviços para suprir às necessidades (necessidades de alimentação, medicamentos etc) de sobrevivência dos seus habitantes, marcando assim a relevância da presença do comércio.

Portanto, o comércio vem causando tanto modificações no espaço urbano como também na formação de novas centralidades neste espaço.

Os sujeitos da presente pesquisa são os clientes e comerciantes do bairro de Bodocongó e o objeto de estudo foi à centralização comercial existente na Rua João Sérgio de Almeida, localizada no referente bairro.

Metodologicamente a pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, tendo em vista que se buscou detalhar a construção espacial da centralidade comercial em Bodocongó, entendendo os elementos que lhe garante singularidade, utilizando aspectos qualitativos e quantitativos.

A metodologia utilizada foi baseada a partir da pesquisa bibliográfica sobre o tema abordado, utilizando ainda meios eletrônicos, juntamente com uma pesquisa de campo realizando entrevistas estruturadas, nas quais constam relatos dos moradores do bairro que acompanharam e acompanham toda a história e transformações ocorridas, além da aplicação de questionários estruturados junto aos comerciantes, moradores e clientes.

O método de pesquisa utilizado no presente estudo é o materialismo histórico dialético, que explica a realidade e estabelece que nenhum fenômeno pode ser

compreendido, se estudado isoladamente, sem conexão com os fenômenos que o cercam e influenciam. Para a dialética a natureza está sempre em movimento e mudança constante.

Sendo o materialismo dialético um método que interpreta a realidade e afirma que nenhum fato social pode ser estudado isoladamente, então através dele pode-se entender o processo da centralidade comercial presente no bairro de Bodocongó, a influência que essa nova centralidade está exercendo na vida dos clientes deste comércio, sobretudo conhecendo a pertinência deste processo para os sujeitos da pesquisa.

2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A cidade e o urbano: conceito histórico

As primeiras cidades surgiram na Ásia, mais precisamente próximo ao rio Eufrates, onde a agricultura, já estava em desenvolvimento. Segundo Carlos (2007, p. 61): “foi em torno de 5000 a. C. que surgem, junto ao Eufrates e em outros pontos da Ásia menor, as primeiras povoações as quais se pode dar o nome de cidade. Dentre essas as mais antigas foram provavelmente: Kisch, Ur e Uruk ¹”.

Na antiguidade, podiam-se encontrar diversas cidades comerciais, situadas ao longo dos rios e às margens do Mediterrâneo. Além das cidades anteriormente, merece ser mencionada Roma, fundada em 2.700 a. C. (CARLOS, 2007).

Já na Idade Média as cidades surgiam em decorrência do desejo de se integrar um determinado espaço, e assim, torná-lo independente e por causa também do fortalecimento das feiras comerciais. Quando o ser humano, que antes era nômade toma posse do solo e se torna agricultor, é dado o primeiro passo para o surgimento das cidades, pois o mesmo começa a dominar técnicas de plantações.

No século VII o Mar Mediterrâneo sofre uma invasão sarracena e é conseqüentemente bloqueado, atingindo todo o comércio, fazendo com que todas as cidades entrassem em declínio e desaparecessem. Voltando a surgir no século XI. As primeiras cidades ressurgem na Itália e Holanda, lugares onde o comércio estava em desenvolvimento, por causa da economia monetária. As cidades surgem nos locais de fácil circulação, como cruzamentos de estradas e em rios (CARLOS, 2007).

Nessa perspectiva a cidade precisa ser entendida como um lugar de reprodução da vida social, ou seja, como um lugar de vida. Como afirma Sposito (2006, p, 82): “É importante, outrossim, enxergar a cidade como uma totalidade, independentemente do seu tamanho ou de sua localização. Entendê-la como o lugar da reprodução e reprodução da vida social, enfim, como o lugar da vida [...]”.

Analisando o surgimento das primeiras cidades, percebe-se que o comércio já estava presente nestas cidades e exercia uma forte relação com a mesma, desde o início das civilizações. Mesmo com o passar do tempo, hoje ainda existe esta relação entre a cidade e o comércio e sempre vai ser assim.

¹ Kisch, Ur e Uruk são antigas cidades da antiga civilização da Suméria, pertencente à região da Mesopotâmia, onde atualmente está situado o país Iraque.

O comércio é a razão de ser da cidade, é ele que explica a organização da cidade e justifica o movimento de pessoas que nessa acontece (SALGUEIRO e CACHINHO, 2009).

A cidade e o comércio mantinham uma forte relação, pois na Antiguidade existiam várias cidades comerciais e na Idade Média um dos motivos que impulsionou o surgimento das cidades foi o fortalecimento das feiras comerciais.

As pessoas não podem viver sem o comércio, já que o mesmo é um meio de suprir as necessidades do ser humano e a cidade precisa do mesmo, é ele que explica todos os acontecimentos ocorridos na mesma, impulsiona, fortalece e dá sentido a cidade, torna subjetivo e complexo o urbano.

Na complexidade da produção e reprodução urbana a cidade, apresenta uma multiplicidade de espaços e um deles é o bairro, sendo este uma das partes integrantes da cidade. A cidade é parte constituinte do espaço urbano, os dois (cidade e urbano) são inseparáveis. Segundo Santos (1994, p. 34): “O urbano é frequentemente o abstrato, o geral, o externo. A cidade é o particular, o concreto, o interno.”.

Tanto a cidade como o urbano se situam no contexto das reflexões sobre o espaço e a sociedade, pois são produtos dessa relação. O urbano pode ser considerado com um condicionante da sociedade, como afirma Côrrea (2000, p. 9): “eis o que é o espaço urbano: fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social um conjunto de símbolos e campo de lutas.”.

O urbano é então condicionado pela sociedade, sendo um reflexo da mesma. É assim com a cidade de Campina Grande, pois como cidade é constituinte do urbano e por isso também é condicionada pela sociedade, podemos observar este fato através de sua história.

2.2 O Ontem e Hoje de Campina Grande

Campina Grande é uma das localidades mais antigas do interior do estado da Paraíba. A sua origem data do ano de 1697, com um aldeamento de índios Ariús, da tribo Cariri, no Planalto da Borborema, trazido dos Sertões do Vale de Piranhas pelo capitão-mor Teodósio de Oliveira Lêdo. Sendo elevado à condição de Vila, Vila Nova da Rainha, em 1790, e, depois de cidade em 11 de outubro de 1864, passando-se a chamar, Campina Grande. O nome da cidade foi colocado, segundo a tradição local, em virtude da existência de bons pastos proporcionados pelas campinas que se estendiam nos baixos do nível inferior do Planalto da Borborema (DINIZ, 2012, p. 53).

No final do Século XVII a família dos Oliveira Lêdo desejava uma ligação com o litoral e para isso, eles necessitavam de um lugar para repouso, então escolheram Campina Grande devido a sua localização entre Litoral e Sertão, a referente cidade passou a ser um local de descanso para os tropeiros. Até um comércio foi criado nesta cidade com as vendas de gados e alimentos que se iniciou por causa da presença dos tropeiros.

O comércio de algodão esteve presente na origem do município, onde no início do século XX, ele se impulsionou, logo depois da instalação da ferrovia na cidade em 1907. Campina Grande se tornou o maior produtor de algodão do Brasil se mantendo assim até os anos de 1930, pois posteriormente ao ano de 1930 o comércio de algodão Campinense entrou em declínio e uma das principais causas foi que o comércio algodoeiro campinense foi superado pelo de São Paulo que encontrou no algodão uma alternativa para se livrar da crise do café que ocorria no Brasil nos anos de 1930. Já na década de 1940, a produção do Sisal começou a se espalhar pela Paraíba, e começou a ser comercializado na cidade, tornando-se mais uma atividade comercial que se intensificou em Campina Grande, porém em décadas posteriores (1940 e 1950), o preço do Sisal aumentou e então, assim como o algodão entrou em declínio (OLIVEIRA, 2007).

Atualmente, Campina Grande está bastante transformada, ela se situa no estado da Paraíba, na Mesorregião Geográfica do Agreste, na zona centro Oriental da Paraíba, no Planalto da Borborema. Possui uma área de 594,182 Km² e uma população de 385 13 habitantes em 2010, sendo 182. 205 homens e 203.008 mulheres. Atualmente a cidade conta com três distritos: Galante, São José da Mata e Catolé de Boa Vista e com 52 bairros, dentre eles merece destaque Bodocongó. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010).

Na Figura 01 a seguir, observa-se a localização do município de Campina Grande, no estado da Paraíba, estado que em nível de país faz ligação entre o estado de Rio Grande do Norte e Pernambuco.

FIGURA 01: Localização da cidade de Campina Grande-PB.



Fonte: Adaptado de RODRIGUEZ (2002).

3.0 BAIROS: UM MICRO ESPAÇO URBANO

De acordo com Souza apud Mendonça e Gonçalves (2010, p.4) “a origem etimológica da palavra bairro provém do vocábulo árabe *barr* ou *bar*, cujo significado corresponde a terra, campo ou campo imediato a uma população”.

O bairro se constitui num local de vivência, em muitos casos possuindo relações afetivas entre seus moradores, constituindo em relações sociais de familiaridade, vizinhança e amizade. Possuindo uma identidade própria, resultante de uma convivência social. Esta ideia foi observada na pesquisa por meio de entrevista realizada junto a uma moradora do bairro de Bodocongó que destacou a seguinte afirmativa:

“Gosto de morar no bairro porque passei toda minha infância aqui, desde o meu nascimento, toda minha vida eu vivi aqui, e tenho boas recordações de momentos que vivi no bairro.” (Moradora do bairro de Bodocongó, estudante, 21 anos).

Na fala acima, se observa que a moradora construiu uma história de vida a partir da sua vivência no bairro. São momentos importantes de sua vida que foram sendo construídos e vividos no bairro, recordações que ficam marcadas na memória. Mesmo que os anos se passem o bairro sempre vai ser um referencial de vida para seu morador, lhe trazendo recordações de momentos importantes vividos neste pequeno espaço.

Para Carlos (2001, p. 244): “O bairro como referencial para a vida — é muito forte nas entrevistas e aponta para o fato de que os habitantes construíram, ao longo do tempo, uma identidade com essa parcela do espaço, que vai produzindo elementos constituidores da memória.”.

Outra moradora do bairro de Bodocongó destacou que:

“Recordo que antigamente, as festa de São João no bairro era animada pelas quadrilhas, vinha gente de bairros vizinhos só para prestigiar a quadrilha do nosso bairro, era muito bom e bonito.” (Moradora do bairro de Bodocongó, costureira, 47 anos).

O bairro revela-se na forma do espaço, ganhando significado na vida cotidiana. Elementos presentes no bairro como os laços de vizinhança, contatos cotidianos entre os moradores, as lembranças da infância vivida na casa, na rua, se desenvolvem e ficam marcadas na memória dos seus habitantes, que criam uma relação de identificação com o seu bairro.

Na construção do espaço urbano, o bairro pode ser observado como sendo uma espécie de micro espaço dentro da própria cidade. O bairro se configura enquanto *locus* em que diversas experiências da vida social acontecem, tais como a moradia, o comércio, o trabalho, o lazer e outras relações estabelecidas nesse espaço (MENDONÇA E GONÇALVES, 2010, p.2).

O bairro então é considerado como um pequeno espaço dentro da cidade, onde acontecem diversas atividades necessárias para a sobrevivência de seus moradores, o comércio é um exemplo de atividade existente no bairro, pois o mesmo oferece diversos elementos como alimentos, calçados, vestuário, dentre outros que são necessários para a

manutenção da vida dos moradores do bairro e, é essa a função que o comércio do bairro de Bodocongó exerce para seus moradores.

3.1 A origem e história de Bodocongó

O bairro de Bodocongó se localiza na zona oeste da cidade de Campina Grande, como se pode observar na Figura 2, com destaque para Bodocongó.

Figura 02: Delimitação dos bairros de Campina Grande – PB.



Fonte: Disponível em < <http://infoaplicgeoufcg.blogspot.com.br/> > Acesso em 14 junho de 2012.
(Adaptado).

Conforme o censo demográfico do ano de 2010 do IBGE, o bairro de Bodocongó possui 13. 788 mil habitantes distribuídos nas diferentes áreas, na Figura 3 pode-se ver sua divisão de suas ruas.

Figura 03: Divisão do Bairro de Bodocongó, 2013.



Fonte: Prefeitura Municipal de Campina Grande, 2013.

Na década de 40 do século XX, o comércio de algodão cresce em Campina, com isso muitas pessoas se deslocaram para a cidade, com o objetivo de buscar trabalhos nas

indústrias algodoeiras, deste modo muitos bairros populares campinenses começaram a ser habitados por estes trabalhadores, como exemplo Bodocongó.

Bodocongó originou-se em 1915 junto com o açude de Bodocongó.

O açude de Bodocongó situa-se na cidade de Campina Grande, foi construído na confluência do rio Bodocongó com o rio Caracóis, objetivando aumentar a disponibilidade de água para abastecimento deste município, como medida de combater a escassez de água na região, uma vez que o Açude Novo e o Açude Velho não conseguiam mais suprir as necessidades hídricas da população. Sua construção teve início em 1915 e término no dia 15 de janeiro de 1917, sendo entregue à população em 11 de fevereiro do mesmo ano. No entanto os elevados níveis de salinidade de suas águas impossibilitaram sua utilização para abastecimento doméstico, contudo tornou-se fator decisivo para o surgimento de um novo bairro [...]. Nos anos 50, havia até um clube aquático, onde se praticava recreação de contato primário e secundário, o qual foi extinto na década seguinte (CARVALHO et AL, 2009, p. 295).

Bodocongó, o bairro recebeu este nome devido ao açude. Segundo Almeida *apud* Almeida (2010, p.31):

De acordo com o dicionário coreográfico do Estado da Paraíba a palavra Bodocongó vem de *boi-to-cogoi* que significa folha comestível, o que não condiz com a fitologia do lugar, pois, os índios que habitavam essa região não se alimentavam de folhas. Existe também outra hipótese da etimologia deste nome, sendo ela de origem cariri *bó-rio-doce* e *congo-* que queimam e significa —rio de águas que queimam.

A segunda hipótese para a origem do nome Bodocongó (Bodocongó, significa águas que queimam) esta hipótese é a mais considerada. Segundo Medeiros (2010, s/p): “O nome Bodocongó é por alguns estudiosos de origem cariri, águas que queimam posteriormente os habitantes da cidade saberiam a razão de assim ser chamado o riacho que abasteceria a barragem futuramente [...]”.

Ainda na década de 40 fixam-se em Bodocongó diversas fábricas, como a fábrica Têxtil, Ipelsa, Rovsa, Premol, o Matadouro Público, e os Curtumes: Manoel Mota, Antonio Villarim, Santa Adélia, São Pedro e o de Rodmilson.

As fábricas da porção oeste de Campina Grande, mais precisamente de Bodocongó, foram muito importantes para a história e para a vida dos moradores desta localidade. Bodocongó possuía, no período do auge fabril, a Refinaria de Óleo Vegetal e Saboaria (Rovsa), a Fábrica Têxtil [...], a Ipelsa, o Matadouro Público, a Fábrica de Pré-Moldados (Premol) e cinco curtumes (ALMEIDA, 2009, p. 35).

Bodocongó era um bairro bastante industrial, pois possuía um conjunto de fábricas que exercia um papel importante para o bairro e para os moradores, visto que muitos desses moradores dependiam do seu trabalho na fábrica para sobreviver. Nota-se também que desde a década de 1990, já existia no bairro um comércio que atendia às necessidades da população local. Como nos afirma Almeida (2010, p. 35, **grifo nosso**):

Bodocongó, até 1990, caracterizava-se pelo dinamismo industrial e pelo crescimento habitacional. O bairro já dispunha, além das fábricas, de várias escolas públicas, universidades e de um comércio que atendia às necessidades imediatas de sua população.

Porém os curtumes que existiam em Bodocongó entraram em falência, Segundo Almeida (2009, p.43): “Os curtumes também entram em falência devido ao uso do plástico para fabricação de calçados e de outros objetos que antes eram feitos de couro, pois o valor do produto final era mais barato.”.

O matadouro que existia no bairro de Bodocongó também entrou em Falência no ano de 1993, relata-se que o matadouro não oferecia boas condições higiênicas para seus trabalhadores, ele precisava ser melhorado nesta questão, porém como não houve melhoras, o mesmo teve que ser fechado em 1993. A fábrica Premol também não resistiu e entrou em falência em 2009, depois de ter sido fechada (em 1994) e reaberta mais uma vez, a Premol decretou falência e foi fechada definitivamente em 2009.

Atualmente as fábricas que estão em funcionamento no bairro são: A Cooperativa de Produção de Papel da Paraíba (Coopapel), Donna (Loja de Calçados e Bolsas), A Indústria e Comércio de Calçados Montenegro e a Refinaria de Óleos Vegetais (Rovsa). A Coopapel funciona no lugar da antiga Ipelsa, a Donna fabrica e vende calçados e bolsas e, a Refinaria de Óleos Vegetais está a muitos anos instalada em Bodocongó e trabalha com a refinação de óleos vegetais.

Com a desativação das fábricas que existia no bairro, Bodocongó que antes era considerado um bairro fabril, passa a receber outros ramos de atividades em sua área, como por exemplo, o ramo imobiliário que está se desenvolvendo, tendo em vista o crescente número de residenciais, casas e apartamentos que vêm sendo construídos no bairro. Outra atividade que vêm se tornando presente no mesmo é o comércio. Haja vista o considerável número de pontos comerciais que vêm se instalando em Bodocongó, no qual em determinada área estes pontos chegam a se concentrar apenas em um determinado local, fazendo surgir um processo espacial compreendido como centralização.

4.0 PROCESSOS ESPACIAIS: A centralização comercial no bairro de Bodocongó

Os processos espaciais se constituem em centralização, descentralização, coesão, segregação e inércia, eles se estabelecem no espaço urbano e agem como intermediários de modificações deste espaço. O presente estudo se deterá na análise da descentralização e de um modo especial à centralização, dois processos que mantêm relação um com o outro.

A demanda por comércio e serviços levam as fábricas a criarem empresas mais próximas ao mercado consumidor, o processo de descentralização ocorreu pelo fato do desenvolvimento dos transportes e pela própria dinâmica do sistema capitalista. Segundo Corrêa (2000, p. 45):

Historicamente o processo de descentralização é mais recente que o de centralização. Aparece em razão de vários fatores. De um lado, como uma medida das empresas visando eliminar as deseconomias geradas pela excessiva centralização na área central. De outro, resulta de uma menor rigidez locacional no âmbito da cidade, em razão do aparecimento de fatores de atração em áreas não-centrais.

O processo de centralização é antigo sua origem está relacionada ao processo histórico de consolidação de áreas urbanas, o referente processo se intensifica com a revolução industrial, quando ocorre a ampliação das relações entre as cidades e o mundo exterior. Nesta ampliação as ferrovias tiveram destaque, tornando-se a partir da metade do século XIX o mais importante meio de transporte, os terminais ferroviários se localizavam o mais próximo um do outro dentro das cidades, tornando-se mais próximos ainda, do terminal marítimo.

Próximas a estes terminais, vão se localizar aquelas atividades [...] voltadas para o mundo exterior à cidade, o comércio atacadista, depósitos, escritórios e as indústrias: a localização junto aos terminais de transportes era essencial, significando a diminuição dos custos (CORRÊA, 2000, p. 39).

Percebe-se então a busca por uma área de maior acessibilidade dentro da cidade, atraindo assim, lojas de departamentos e de outros ramos do comércio varejista e várias atividades implantadas em escritório, fazendo com que o mercado de trabalho crescesse cada vez mais e os transportes passaram a servir estes setores da área central. Em consonância Schwenk e Cruz (2004, p. 292) diz que:

[...] a centralização é o efeito da tendência dos indivíduos em confluírem a determinadas localizações, para satisfazerem interesses específicos como trabalho, diversão, atividades econômicas, educação, dentre outras coisas [...]. Logo a centralização pode acontecer de duas formas: ou por incremento do número e da variedade de interesses *in lócus*, ou pelo aumento do número de pessoas que encontram a satisfação de um particular interesse no mesmo lugar.

Em busca de um maior conforto e de satisfazerem suas necessidades pessoais as pessoas optam por escolherem locais que se situem mais perto de sua residência. Segundo Corrêa (2000)

O alto valor da terra, dos impostos, o alto preço do transporte, o uso constante da terra, as dificuldade de aquisição de espaço para expansão e a ausência de controle de espaço são fatores que contribuem para que as atividades de comércio e serviços fiquem localizadas em outras áreas da cidade, afastada da área central.

À medida que a cidade se expande vai se aumentando a distância que precisa ser percorrida para se chegar ao centro da cidade, causando então uma dificuldade de acesso e a demanda por serviços se torna difícil, não atendendo às necessidades da população. Isto ocasiona uma descentralização dos estabelecimentos comerciais que se deslocam da área central da cidade para se fixar em um novo centro, não ficando a existência dessas atividades restrita apenas ao centro principal, fato este que vem ocorrendo no bairro de Bodocongó, pois:

O processo de descentralização mantém relação com a distância entre a área central e as áreas residenciais isto porque a demanda por comércio e serviços leva as firmas a criarem filiais mais próximas ao mercado consumidor. Este processo foi viabilizado devido ao desenvolvimento dos transportes e pela própria dinâmica do sistema capitalista. É comum o surgimento de novas atividades já descentralizadas, o que evita prejuízos de áreas centrais (LOPES E SILVA, 2010, p. 3).

A distância existente entre o centro e os bairros residenciais faz com que ocorra a necessidade de criação de um comércio local, dando origem a instalação de vários estabelecimentos comerciais contendo diversos produtos para oferecer a população local, evitando em alguns momentos o deslocamento para o comércio central da cidade. Não que o comércio central da cidade perca sua importância. Ele ainda é procurado, pois ainda contém um número maior de produtos, porém, ele passa a dividir os seus clientes com os novos centros comerciais que surgem na cidade.

A principal questão no que diz respeito ao centro comercial de uma cidade é a acessibilidade, local que concentra as principais atividades comerciais da cidade, atendendo ao mercado consumidor.

Diante do crescimento das cidades o comércio precisou se transformar, criando novas formas de sobrevivência. O comércio dessa maneira passa a se expandir para diferentes áreas de Campina Grande, impulsionado por fatores como: acessibilidade e infraestrutura, entre outros, encontrados, sobretudo, nas áreas localizadas ao redor ou

não do centro urbano, que apresente um número expressivo de habitantes ou de mobilidade. De acordo com Silva e Cleps (2010, p. 2):

O comércio tradicionalmente tende a se concentrar nas áreas centrais da cidade, onde se encontram o maior fluxo de pessoas e veículos, de equipamentos urbanos e de serviços. Porém, com o crescimento das cidades aparece uma série de problemas como a falta de segurança, dificuldades em relação à acessibilidade e o aumento do preço dos terrenos, especialmente nas áreas centrais. Por estes motivos, bem como pela saturação do espaço físico nas áreas centrais, inicia-se um processo de descentralização de atividades comerciais e de serviços, seguida pela realocação de tais atividades, surgindo no espaço urbano às chamadas novas centralidades, ou seja, a criação de novas áreas centrais na cidade.

Portanto, através do estudo do comércio se obtém uma compreensão das transformações ocorridas no espaço urbano, o comércio é compreendido como uma atividade que proporciona a circulação de vários produtos através da troca e venda. Sendo a centralidade comercial um processo que concentra atividades comerciais em determinados territórios, por causa da acessibilidade e infraestrutura que aquele território oferece para que aquela determinada atividade comercial se concentre ali. Segundo Silva e Cleps (2010, p. 1):

Destaca-se o comércio como um dos agentes responsáveis por transformações no espaço urbano, bem como no lugar que, ao longo do tempo, tem contribuído para o desenvolvimento das cidades. Portanto, o estudo do comércio permite compreender tais transformações, uma vez que as atividades comerciais constituem-se como as principais responsáveis pelo surgimento de novas centralidades nos espaços urbanos.

A formação de novas centralidades comerciais decorre da expansão do centro, pois na medida em que o centro se expande ele gera a formação de novas centralidades comerciais. Para Souza e Luz (2012, p.119):

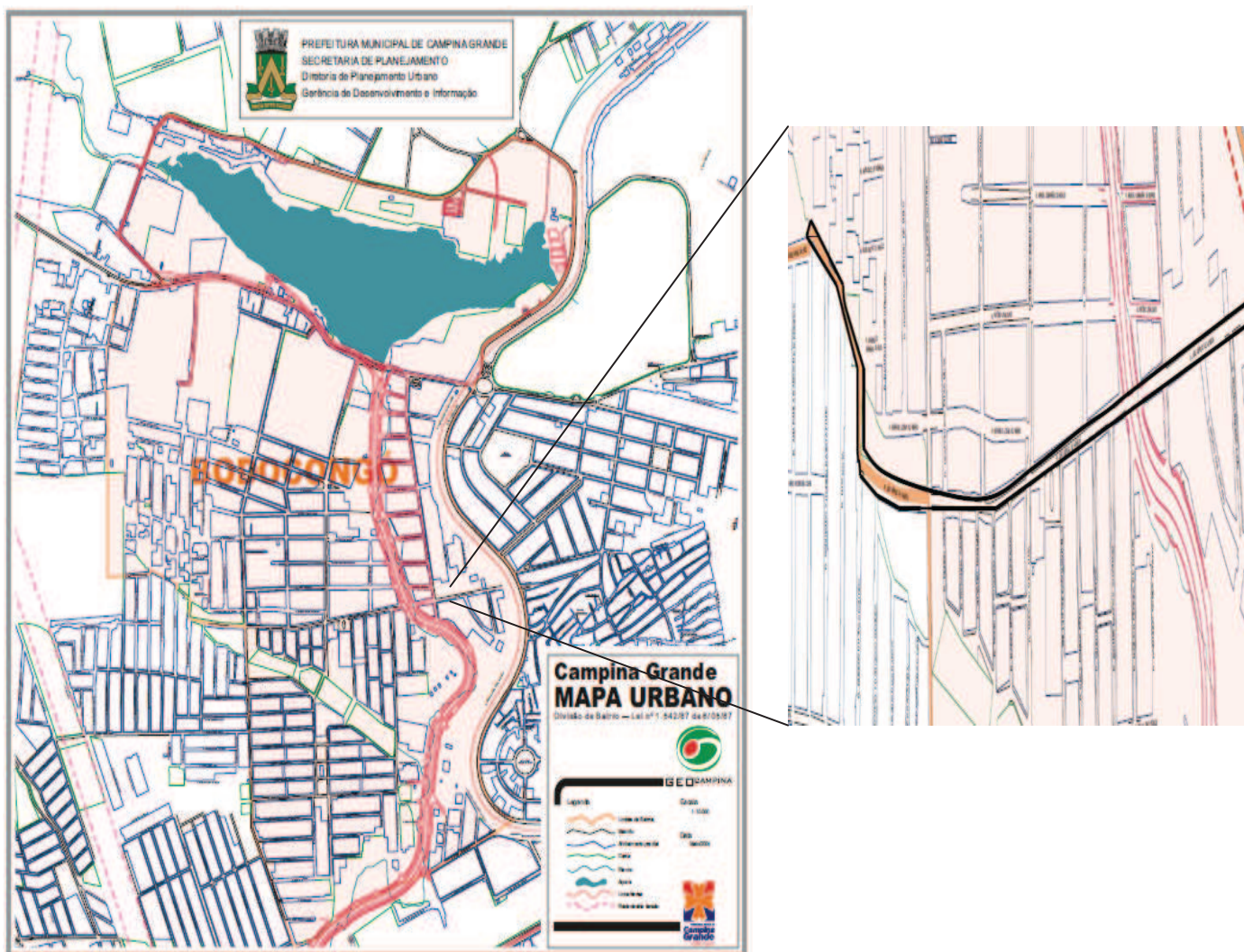
A centralização se materializa na forma espacial denominada de área central que ocorre em todas as cidades, porém, somente nas que apresentam uma dinâmica mais ampla é possível detectar a expansão do mesmo, gerando a descentralização, com a formação de novas centralidades.

A concentração de atividades em um determinado local caracteriza o processo de centralização que está ocorrendo nessa localidade. Deste modo, o processo de centralização espacial está ocorrendo no bairro de Bodocongó, iniciado com a origem do bairro no seu período fabril.

Atualmente Bodocongó se destaca pela presença de diversas atividades, dentre elas o comércio, distribuídos por todo o bairro, porém a grande maioria desses estabelecimentos comerciais está concentrada na Rua: João Sérgio de Almeida, representada na Figura 4. Sendo esta a rua principal, apresentando uma importante

mobilidade urbana, haja vista que nela existe um dos maiores tráfegos de automóveis e transportes coletivos do bairro, fato este que estimula a acessibilidade para este local onde se encontra vários pontos comerciais que atendem tanta a população local e de outros bairros vizinhos. Devido a sua localização, a referente rua acaba servindo de passagem para diversos bairros, como o Bairro do Pedregal e Ramadinha. Por concentrar vários estabelecimentos comerciais, a Rua João Sérgio de Almeida tem uma grande movimentação de pessoas, tanto durante os dias da semana, como também nos finais de semana, porém nos finais de semana o fluxo de pessoas é mais intenso no turno da manhã.

Figura 04: Rua João Sérgio de Almeida, em Bodocongó.



Fonte: Prefeitura Municipal de Campina Grande, 2014.

A seguir as Figuras 05 e 06 mostram a movimentação de pessoas no comércio do bairro no horário da manhã, a Figura 05 apresenta o fluxo de pessoas em um dia de terça

feira na Rua João Sérgio de Almeida, já a Figura 06 apresenta o fluxo de pessoas em um dia de sábado. Esta movimentação de pessoas na referente rua ocorre devido à procura que as mesmas fazem ao comércio de Bodocongó para realizarem suas compras em função da grande diversidade também a grande diversidade de produtos que o comércio de Bodocongó oferece aos seus clientes.

O ponto comercial representado nas figuras abaixo é a feira de frutas que atende aos clientes, ela funciona todos os dias da semana e nos finais de semana, nos dias da semana e sábados ela funciona no horário da manhã e da tarde, no domingo ela funciona apenas no horário da manhã.

Figura 05: Fluxo de pessoas em uma terça-feira na Rua João Sérgio de Almeida.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Junho, 2014.

Figura 06: Fluxo de pessoas em um sábado na rua em estudo.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Junho, 2014.

A seguir, as Figuras 07 e 08, apresentam pontos comerciais existentes na Rua João Sérgio de Almeida no bairro de Bodocongó. Todas essas transformações ocorridas no espaço urbano, bem como a criação de novas centralidades, a partir do desenvolvimento do comércio, também podem ser observadas em Bodocongó.

Figura 07: Rua João Sérgio de Almeida.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, outubro/2012.

A Figura 08 mostra uma loja de confecções, uma mercearia e uma farmácia, todos estes localizados na Rua João Sérgio de Almeida.

Figura 08: Estabelecimentos comerciais na Rua João Sérgio de Almeida.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo Junho./2014.

Através da Figura 09 a seguir, podem-se compreender quais são os tipos de pontos comerciais existentes na Rua João Sérgio de Almeida.

Figura 09: Pontos comerciais existentes na Rua João Sérgio de Almeida.

PONTOS COMERCIAIS	QUANTIDADE
Alimentação	2
Aviamentos	1
Confecções	4
Farmácia	2
Frigorífico	1
Lojas de produtos variados (produtos de decoração, de papelaria, de presentes).	5
Loja de produtos veterinários	2
Mercado público (com boxes que vendem diversos produtos: frutas, legumes, verduras e ervas).	1
Mercado	3
Material de Construção	1
Salão de beleza	3
Loja de Sapatos	1

Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Março/2014.

A Figura 09 mostra que os estabelecimentos presentes em Bodocongó são de diversos ramos desde o ramo de alimentação ao de vestuário etc.

Na Figura 10 observa-se um residencial existente na Rua João Sérgio de Almeida, onde no seu térreo existe uma série de estabelecimentos comerciais que atendem aos moradores do bairro de Bodocongó.

Figura 10: Edifício existente em Bodocongó com estabelecimentos comerciais em seu térreo.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Junho/2014.

A Figura 11 mostra a presença do frigorífico, que atendem a população do bairro e de bairros vizinhos.

Figura 11: Frigorífico que atende os clientes de Bodocongó



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Junho/2014.

A Figura 12 apresenta a feirinha de fruta do bairro, onde vários comerciantes comercializam suas frutas, verduras e legumes.

A mesma fica situada em frente ao mercado público que atende aos clientes do comércio de Bodocongó.

Figura 12: Feira de fruta que atende aos clientes do comércio de Bodocongó.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Outubro/2012.

As Figuras 13 e 14 apresentam dois mercados existentes no bairro de Bodocongó.

Figura 13: Mercado presente em Bodocongó.



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Junho/2014.

Figura 14: Mini mercado existente em Bodocongó



Fonte: Liedna da Silva Costa. Pesquisa de campo, Junho/2014.

Através das figuras percebe-se, nota-se que os estabelecimentos comerciais presentes na Rua João Sérgio de Almeida são estabelecimentos populares e simples, neste ponto o comércio do bairro em estudo se identifica com o circuito inferior da

economia urbana, pois no referente circuito se fundamenta o comércio de bairros, que em sua maioria são de pequena dimensão, como é o caso do comércio de Bodocongó.

5.0 O CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA PRESENTE NO COMÉRCIO DO BAIRRO DE BODOCONGÓ.

Ao comentar sobre o “Espaço Urbano Dividido” Santos (2004) afirma que o referido espaço pode ser analisado por meio do estudo dos dois circuitos da economia urbana, tratados como circuito superior e circuito inferior. O circuito Superior resulta de uma economia e uma tecnologia bastante moderna, e somente uma parte da população se beneficia delas. Já o circuito Inferior advém da exclusão gerada por esta tecnologia moderna, é um circuito que atende a classe pobre da população.

Simplificando, pode-se apresentar o circuito superior como constituído pelos bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. O circuito inferior é constituído essencialmente por formas de fabricação não - “capital intesivo”, pelos serviços não-modernos fornecidos “a varejo” e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão (SANTOS, 2004, p.40).

Em Bodocongó, observa-se que a atividade comercial identifica-se com o circuito inferior da economia, pois o comércio presente neste espaço é simples, de tamanho reduzido, composto por um comércio varejista. No refrente comércio do bairro encontram-se vendedores ambulantes, pequenas lojas de confecções, calçados, farmácias, pequenos mercados, armarinhos e outras atividades comerciais. O que chama atenção também no comércio de Bodocongó é a variedade de produtos que são oferecidos aos clientes, esta variedade de produtos é uma das características do circuito inferior da economia.

Outra característica presente ao circuito inferior e que é encontrada no comércio de Bodocongó é a origem dos clientes que advém do próprio bairro e de bairros vizinhos. Este fato lembra uma característica do circuito inferior, pois segundo Santos (2004, p. 214 – 215):

De um lado os habitantes pobres compram no local; o preço dos transportes não lhes permite ter acesso ao comércio moderno, frequentemente situado no centro das cidades ou nos seus arredores. A densidade e a distribuição das lojas estão calçadas nas possibilidades de deslocamento a pé da clientela.

É comum nos pequenos comércios de bairro o vendedor da loja ser o próprio proprietário do estabelecimento comercial ou algum ente da família, gerando então um emprego familiar que é bastante frequente nos pequenos comércios do circuito inferior. Na maioria das vezes o lucro das vendas é pequeno, por isso, o proprietário do

estabelecimento acaba não tendo condições financeiras para contratar um funcionário, pois teria que pagar todos os direitos que a lei determina para uma contratação de um empregado, então para diminuir os gastos o próprio proprietário se torna um vendedor.

O crédito é a principal forma de pagamento utilizada nos pequenos comércios, a pechincha também é bastante utilizada pelos clientes com o intuito de baixar o preço da mercadoria. Santos (2004, p. 250) afirma que: “A pechincha, quer dizer a discussão que se estabelece entre o comprador e o vendedor sobre o preço de uma mercadoria é um dos aspectos mais característicos da formação dos preços no circuito inferior.” A pechincha é muito presente nos comércios populares de bairros, sempre tem essa discussão entre vendedor e cliente para chegarem a um acordo que seja bom para as duas partes em relação ao preço do produto.

As pequenas atividades que existem no bairro e que estão ligadas ao circuito inferior, são muito importantes para a população que vive naquele determinado bairro. Segundo Diniz (2002, p.47):

Situadas e atuando em espaços restritos, como nos bairros, as atividades do circuito inferior têm assim, o seu alcance limitado à população local, que constitui a clientela predominante nas vendas. A forte presença de atividades de pequena dimensão, ligadas ao circuito inferior da economia urbana dos bairros, revela a importância desta atividade para a população e a economia local. Essas atividades desempenham uma importante função na dinamização do comércio dos bairros.

As atividades do circuito inferior por atenderem uma determinada população local (como por exemplo, a população do Bairro de Bodocongó), acabam se tornando uma atividade importante para estas pessoas, as quais sempre que precisam recorrem a esta atividade, se tornando assim seus principais clientes, exercendo essa atividade de importância relevante na vida destes moradores.

6.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados levantados nesse estudo foram adquiridos através das informações buscadas através de entrevistas realizadas com os clientes e comerciantes do comércio do bairro de Bodocongó. A realização desta entrevista teve como objetivo de adquirir dados sobre a origem dos clientes e comerciantes do bairro de Bodocongó, bem como compreender a dinâmica desta centralização comercial existente no bairro e os benefícios que a mesma traz para os clientes e comerciantes de Bodocongó.

6.1 Análise e Discussão das Entrevistas

No intuito de compreender a origem dos clientes do comércio de Bodocongó, bem como o motivo que os levam a comprar neste bairro perguntou-se na entrevista em que bairro o cliente reside e há quantos anos ele mora no bairro e, observou-se que a maioria dos clientes reside no bairro de Bodocongó, sendo moradores antigos, haja vista que os mesmos residem há mais de 20 anos no bairro, como nos mostra os relatos a seguir.

“Resido no bairro de Bodocongó há 35 anos.” (ENTREVISTADO A).

“Resido há 23 anos no bairro de Bodocongó.” (ENTREVISTADO B).

Nota-se também que os clientes do comércio de Bodocongó são também moradores de outros bairros da cidade de Campina Grande, como por exemplo, bairro do Velame, Conjunto Mariz, Conjunto Severino Cabral, Malvinas e Ramadinha, sendo estes quatro últimos bairros vizinhos a Bodocongó, nota-se este fato através dos relatos abaixo, no qual todos eles também afirmaram que fazem compra em Bodocongó:

“Resido no bairro das Malvinas há mais de 27 anos e faço compras no bairro de Bodocongó.” (ENTREVISTADO C).

“Moro no Conjunto Mariz há mais de 8 anos” (ENTREVISTADO D).

Ao serem perguntados por que fazem compras no comércio do bairro de Bodocongó os entrevistados relatam que gostam do preço dos produtos, pois são baixos e acessíveis, e pelo comércio se localizar próximo às suas residências, este é o ponto mais relatado nas entrevistas realizadas, e também por já conhecer o local, bem como os comerciantes que ali comercializam seus produtos. Como mostram os seguintes relatos:

“Faço compras nos estabelecimentos comerciais do bairro de Bodocongó devido à proximidade da minha residência.” (ENTREVISTADO E).

“Porque fica próximo a minha casa, tem aquilo que eu geralmente procuro e o preço também é acessível”. (ENTREVISTADO F)

Foi questionado junto aos entrevistados, se os mesmo realizam compras em outros bairros e quais são os tipos de produtos que os mesmos costumam comprar nos estabelecimentos comerciais de Bodocongó, foram observados que os produtos mais comprados no bairro são produtos alimentícios, produtos para uso doméstico, aviamentos, produtos de papelaria e artigo para presentes, os que são menos procurados pelos clientes são produtos para uso pessoal como roupas e calçados e materiais para construção. Como nota-se a seguir através dos relatos dos entrevistados:

“Em Bodocongó eu compro mais produtos alimentícios e para uso doméstico.” (ENTREVISTADO G).

“Em Bodocongó eu compro mais produtos alimentícios, para uso doméstico e artigos para presentes.” (ENTREVISTADO H).

Além de Bodocongó, os entrevistados também fazem compras em outros bairros, sendo que o centro da cidade é um local que também é procurado pelos entrevistados para realizarem suas compras. Isso ocorre porque o centro continua sendo o local que tem a maioria dos produtos em grande quantidade e variedade.

“Eu também faço compras no Cinza, Velame e Centro.” (ENTREVISTADO I).

“Além de Bodocongó eu também faço compras no centro e no ponto cem reis.” (ENTREVISTADO J).

A maior demanda pelo comércio de Bodocongó informada pelos entrevistados é registrada pelos fatores: proximidade do comércio em relação a sua residência, a diversificação dos produtos e o preço baixo dos mesmos:

“O que eu mais gosto no comércio do bairro é que possui vários estabelecimentos que oferecem variedades de produtos e que muita das vezes não precisamos nos deslocar até o centro da cidade, pois no bairro mesmo encontramos o produto desejado.” (ENTREVISTADO D).

“Porque os preços são acessíveis, pois em outros lugares custaria mais caro devido a distância, já que os estabelecimentos do bairro ficam próximos da minha casa.” (ENTREVISTADO A).

Foram também realizadas entrevistas com os comerciantes do bairro de Bodocongó como o intuito de compreender o motivo que levou os mesmos a fixarem seus estabelecimentos comerciais no bairro. Os comerciantes que ali estão comercializando já fazem isso há muitos anos e relatam nas entrevistas o motivo que o fizeram escolher Bodocongó para vender seus produtos, como afirma o comerciante A:

“Há 14 anos eu tenho meu estabelecimento comercial em Bodocongó. Escolhi comercializar no bairro por já morar aqui no bairro.” (COMERCIANTE A, COMERCIALIZA RAÇÕES).

Já o comerciante B que comercializa frutas e verduras, respondeu:

“Comercializo em Bodocongó há três anos, escolhi o bairro para fixar meu estabelecimento comercial porque eu já moro no bairro e gosto da clientela.”

O comerciante C comercializa alimentos e afirma que:

“Tenho meu estabelecimento comercial em Bodocongó já faz mais de 10 anos. Escolhi fixar meu estabelecimento aqui por morar no bairro, aproveitei minha casa para fazer um local para ganhar dinheiro.”

Observou-se que os comerciantes residem no bairro de Bodocongó, por isso escolheram fixar seu estabelecimento comercial no mesmo, outro fato interessante também é que já fazem muitos anos que eles comercializam no bairro. Em relação à clientela os comerciantes afirmam que são apenas de Bodocongó e de bairros vizinhos a eles. Os bairros vizinhos que possuem mais moradores que compram em Bodocongó são segundo os comerciantes:

“Malvinas, Conjunto Severino Cabral, Ramadinha, Conjunto Mariz, Pedregal e Santa Rosa”. (COMERCIANTE D, COMERCIALIZA AVIAMENTOS).

“Malvinas, Conjunto Severino Cabral, Ramadinha, Conjunto Mariz e Pedregal.” (COMERCIANTE E, COMERCIALIZA BOLOS).

Foi questionado também aos comerciantes como é a forma de venda dos seus produtos, relatou-se que à vista sempre é a principal forma de venda, cartão de crédito nunca é utilizado e fiado apenas alguns comerciantes utilizam e apenas a clientes conhecidos.

Considera-se desse modo, que a nova centralização do comércio no bairro de Bodocongó oferece aos moradores uma maior acessibilidade ficando o comércio mais próximo de suas residências, não precisando se deslocar cotidianamente para o centro para fazerem suas compras, visto que, o bairro de Bodocongó oferece diversos produtos de diversas especialidades para o cliente escolher o melhor produto de acordo com seu interesse e com sua necessidade.

Para os moradores de bairros vizinhos esta concentração de atividades vem trazer uma maior comodidade, pois eles não precisam se deslocar para vários pontos do bairro em busca dos produtos que precisam, pois já têm conhecimento que o comércio do bairro está centralizado em um local fixo, oferecendo diversos produtos e uma maior acessibilidade para seus clientes. Os comerciantes têm mais comodidade, pois podem usufruir do conhecimento que tem tanto do bairro como dos clientes, para aumentar seus lucros através do seu comércio, haja vista que os mesmos além de comerciantes são também moradores do bairro.

7.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo mostrou que Bodocongó surgiu em uma época fabril, por isso foi, durante anos, considerado assim, já que em sua área tinha muitas fábricas instaladas, com o passar dos anos, essas fábricas faliram e por isso Bodocongó deixou de ser considerada uma área de produção industrial, ou seja, fabril. O aspecto fabril do bairro foi dando lugar a outros tipos de atividades que começaram a se instalar em seu espaço, uma dessas atividades foi o comércio que com o passar do tempo foi se intensificando e hoje exerce bastante influência na vida dos moradores do referente bairro, que cotidianamente frequentam o comércio do referido bairro para realizarem suas compras. Esta procura ocorre por causa da proximidade que esse comércio mantém de seus clientes. A busca por uma maior acessibilidade e proximidade do consumidor fez com que o comércio se expandisse para outras áreas da cidade, como os bairros populares, ficando assim mais próximo dos clientes, que ao mesmo tempo são moradores do bairro, sendo assim essas atividades comerciais começam a se concentrar em um determinado local, como é o caso do comércio do bairro de Bodocongó.

A partir dos dados obtidos, através dos questionários aplicados, constata-se que o comércio de Bodocongó contribui bastante para a vida dos seus clientes (Que são em sua maioria moradores de Bodocongó e de bairros vizinhos a ele), pois a localização deste comércio no bairro, bem como o fato de todos os estabelecimentos comerciais se concentrarem em um determinado ponto de Bodocongó, traz bastante praticidade para seus clientes. O comércio sempre esteve restrito ao centro da cidade, deste modo a pessoa que desejava comprar determinado produto tinha que se deslocar até o centro para realizar suas compras, deste modo a expansão das atividades comerciais para outras áreas da cidade gerou uma boa acessibilidade e mobilidade para os clientes que agora tem o comércio mais próximo de sua casa e, pode comprar o produto diretamente do comerciante, que na maioria das vezes já é conhecido, se obtiver como exemplo Bodocongó, os dados das entrevistas mostra que os comerciantes são também moradores do bairro e por isso escolheram fixar seu comércio no bairro.

O conhecimento que o cliente tem do vendedor, do bairro e conseqüentemente do comércio local, haja vista que o mesmo quando não é morador da região é morador de um bairro vizinho e que pela proximidade frequenta bastante o bairro próximo ao seu, que neste caso é o bairro de Bodocongó. Também se torna bastante prático para os

comerciantes, pois seu local de residência se torna também seu local de trabalho e a clientela já é conhecida pelos mesmos. Diante de tal evidência pode-se concluir que a centralização comercial trouxe mais praticidade e comodidade tanto para os clientes do comércio de Bodocongó, como também para os comerciantes que escolheram Bodocongó para estabelecer seu comércio, que é também seu local de trabalho, de onde advém a renda para sua sobrevivência.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. N. **Da escola negada ao trabalho necessário: Um olhar sobre a educação de jovens e adultos no bairro de bodocongó em Campina Grande- PB.** 2010. 122 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010. Disponível em: http://www.geociencias.ufpb.br/posgrad/dissertacoes/juliana_nobrega.pdf> Acesso em 15 de junho de 2012.

CARLOS, A. F. A. **A cidade.** 8ª edição. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2007. (Repensando a Geografia)

_____. Possibilidades e limites de uso. In: _____. **Espaço-Tempo na metrópole: a fragmentação da vida cotidiana.** São Paulo: Contexto, 2001. p. 205-315.

CARVALHO, A. P. et al. Estudo da degradação ambiental do açude de bodocongó em Campina Grande- PB. In: _____ **Engenharia Ambiental.** v. 6, n. 2, p. 293-305, mai/ago. Espírito Santo do Pinhal, 2009. Disponível em: <http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:lc0rj8WuVAcJ:scholar.google.com/&hl=pt-BR&as_sdt=0,5>. Acesso em 15 junho de 2012.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano.** 4ª edição, 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Ática, 2000.

_____. **Trajetórias geográficas.** 3ª edição. São Paulo: Bertrand Brasil, 2005.

DINIZ, L. S. Pequeno Comércio e Crescimento Urbano: as bodegas e a formação dos bairros populares campinenses. In: **Ariús: Revista de Ciência Humanas e Artes.** v. 13, n. 2, jul./dez. Campina Grande, 2007. p. 218-223. Disponível em: <www.ch.ufcg.edu.br/arius/01_revistas/v13n2/13_arius_13_2_pequeno_comercio_e_crescimento_urbano.pdf>+Pequeno+Comércio+e+Crescimento+Urbano&hl=pt-BR&>. Acesso em 30 de maio de 2012.

_____. **O pequeno comércio em contexto de violência na cidade de Campina Grande - PB.** 2012. 163 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012. Disponível em: <http://www.ufpe.br/posgeografia/images/documentos/d_2012_lincoln_da_silva_diniz.pdf>. Acesso em 14 de maio de 2014.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

HALLEY, B. M. Identidade de Bairro: a resistência do lugar numa trama de enredos – Uma análise sobre Água Fria (Recife - PE). In _____ ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS, 1., 2010. Porto Alegre. **Anais.** Porto Alegre, 2010. p. 1-10.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contagem da População 2010.** Disponível em: <[related:http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000490.xls](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000490.xls)>. Acesso em 15 de agosto de 2012.

LOPES, L. S. O.; SILVA, R. F. Processos espaciais urbanos em Teresina (PI): Descentralização comercial no bairro Piçarra. In _____ ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS, 1., 2010, Porto Alegre. **Anais**. Porto Alegre, 2010. p.1-10.

RODRIGUEZ, J. L. **Atlas Escolar da Paraíba**. 3º ed. João Pessoa: Grafset, 2002.

SANTOS, M. **Técnica Espaço Tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. 2º edição. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Tradução de Myrna T. Rego Viana. 2º edição. São Paulo: Edusp, 2004.

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

SOUZA, B. A.; LUZ, J. S. A centralização e descentralização na cidade de Anapólis (GO): novas centralidades e eixos comerciais. _____ In: **Revista Eletrônica de Economia da Universidade Estadual de Goiás**.v. 8, n. 1, jan/dez. Anapólis, 2012. p.1-15. Disponível em: <<http://www.prp.ueg.br/revista/index.php/economia/article/view/357/364>> Acesso em 20 de julho de 2014.

SCHWENK, M. L.; CRUZ, C. B. M. Os processos espaciais como mediadores na transformação do espaço geográfico. In _____: **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**. v. 26, n. 2, Maringá, 2004, p. 287-299. Disponível em: <[related:http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciHumanSocSci/article/download/1397/908](http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciHumanSocSci/article/download/1397/908)>. Acesso em 15 de agosto de 2012.

SILVA, R. R.; CLEPS, G. D. G. Geografia do Comércio e o processo de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de Shopping Centers. In _____ ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS, 1., 2010, Porto Alegre. **Anais**. Porto Alegre, 2010. p.1-10.

SPOSITO, E. S.; SPOSITO, M. E. B.; SOBARZO, O. (Org.). **Cidades médias: produção do espaço urbano e regional**. São Paulo: Expressão Popular, 2006.

MEDEIROS, E. **Bodocongó: águas que queimam (1917-1967)**. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com.br/2010/04/bodocongo-aguas-que-queimam-por-eveline.html>> Acesso em 30 de maio de 2012.

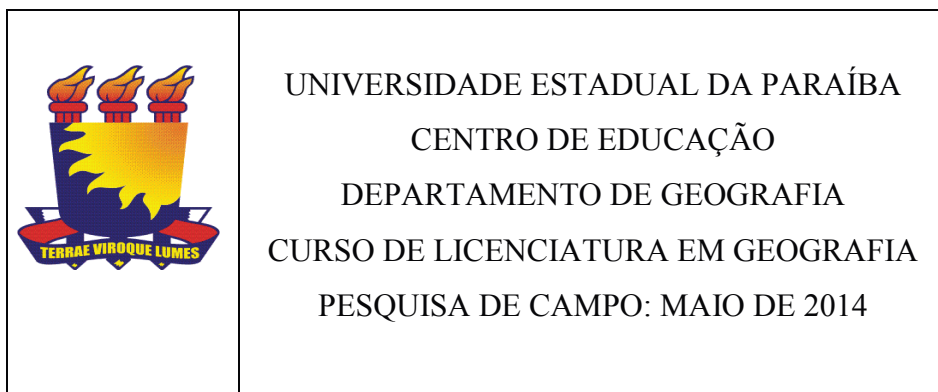
MENDONÇA, J. B. ; GONÇALVES, R. C. Em busca de uma compreensão do espaço urbano: origens e ocupação da cidade de João Pessoa e do bairro de Jaguaribe (século XVI ao século XIX). In: **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**. v. 2, n. 3, Jul. João Pessoa, 2010. p. 1-10. Disponível em: <www.rbhcs.com/index_arquivos/Artigo.Em%20busca%20de%20uma%20compreens%C3%A3o%20do%20espa%C3%A7o%20urbano.pdf>. Acesso em 15 de junho de 2012.

NOGUEIRA, R. C. **As Singularidades do bairro na realização da cidade.** In: _____. Geografares. v.1, n. 1, jun. Vitória, 2000. p. 109-115. Disponível em: <periodicos.ufes.br/geografares/article/download/1168/880>. Acesso em 30 de maio de 2012.

OLIVEIRA, J. C. M. **Campina Grande: a cidade se consolida no século XX.** 2007. 41 f. Monografia (Graduação em Geografia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2007. Disponível em: <http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/gema/images/stories/monografias/2007/mon_o_julio>. Acesso em 16 de março de 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista realizada com os clientes do comércio do bairro de Bodocongó, na cidade de Campina Grande PB.



Público da entrevista: Moradores do bairro de Bodocongó e de bairros vizinhos, na cidade de Campina Grande-PB.

1.0 Qual sua renda mensal familiar (Salário mínimo: R\$ 724,00)?

- () menos de um salário mínimo
- () um salário mínimo
- () dois salários mínimos
- () acima de três salários mínimos

2. Em que bairro você reside? Há quantos anos você reside nesse bairro?

3. Você realiza compras no comércio do bairro de Bodocongó?

4. Você também realiza compras em outros lugares/bairro? Quais?


5. Por que você faz compras nos estabelecimentos comerciais do bairro de Bodocongó?

6. Quais tipos de produtos você costuma comprar nos estabelecimentos comerciais do bairro de Bodocongó?

- a) Produtos alimentícios.
- b) Produtos para uso doméstico, como produtos de limpeza e etc.
- c) Produtos para presentes.
- d) Produtos para uso pessoal, como roupas e calçados.
- e) Outros tipos de produtos. Quais? _____

7. O que você mais gosta no comércio de Bodocongó?

APÊNDICE B – Entrevista realizada com os comerciantes do bairro de Bodocongó, na cidade de Campina Grande- PB.

	<p>UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA CENTRO DE EDUCAÇÃO DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA CURSO DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA PESQUISA DE CAMPO: MAIO DE 2014</p>
---	---

Público da entrevista: Comerciantes do bairro de Bodocongó, na cidade de Campina Grande-PB.

1. Há quanto tempo você possui este estabelecimento comercial? Que tipo de produtos você vende?

2. Qual foi o motivo que levou você a escolher o bairro de Bodocongó para fixar seu estabelecimento comercial?

3. Seus clientes são apenas:

- () Moradores do bairro de Bodocongó
() Moradores de bairros vizinhos a Bodocongó.

4. Quais bairros vizinhos a Bodocongó possuem mais moradores que frequentam e compram no comércio de Bodocongó?

- () Malvinas () Conjunto Severino Cabral () Ramadinha
() Conjunto Mariz () Pedregal () Outros

5. No seu estabelecimento comercial você vende:

À vista: () sempre () nunca () algumas vezes

Fiado: () sempre () nunca () algumas vezes

Cartão de crédito: () sempre () nunca () alguma vezes