



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CAMPUS I
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA - DG
CURSO DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA

JANINNE KARLA DE AZEVEDO SOUZA

**A COESÃO ESPACIAL DO COMÉRCIO DE ELETRODOMÉSTICOS NA RUA
JOÃO PESSOA EM CAMPINA GRANDE-PB**

CAMPINA GRANDE – PB

2019

JANINNE KARLA DE AZEVEDO SOUZA

**A COESÃO ESPACIAL DO COMÉRCIO DE ELETRODOMÉSTICOS NA RUA
JOÃO PESSOA EM CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso em forma de Monografia apresentado ao Curso de Geografia da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como requisito à obtenção do título de Licenciada em Geografia.

Área de concentração: Geografia Urbana

Orientador (a): Prof^a. Ms, Maria das Graças Ouriques Ramos

CAMPINA GRANDE – PB

2019

É expressamente proibido 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 do trabalho.

S729c Souza, Janinne Karla de Azevedo.
A coesão espacial do comércio de eletrodomésticos na Rua João Pessoa em Campina Grande - PB [manuscrito] / Janinne Karla de Azevedo Souza. - 2019.
38 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2021.
"Orientação : Profa. Ma. Maria das Graças Ouriques Ramos, Coordenação do Curso de Geografia - CEDUC."
1. Produção do espaço urbano. 2. Coesão espacial. 3. Comércio urbano. I. Título

21. ed. CDD 711.4

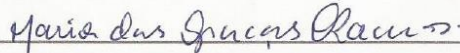
JANINNE KARLA DE AZEVEDO SOUZA

**A COESÃO ESPACIAL DO COMÉRCIO DE ELETRODOMÉSTICOS NA RUA
JOÃO PESSOA EM CAMPINA GRANDE-PB**


Trabalho de Conclusão de Curso em forma de
Artigo apresentado ao Curso de Geografia da
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como
requisito à obtenção do título de Licenciada em
Geografia.

Aprovado em: 14 / 08 / 2019.

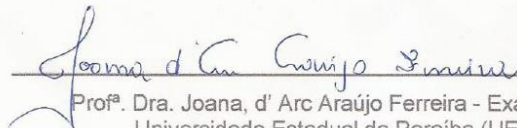
BANCA EXAMINADORA



Prof.^a Ms, Maria das Graças Ouriques Ramos - Orientadora
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.^o Ms. Francisco Evangelista Porto - Examinador
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.^a Dra. Joana, d' Arc Araújo Ferreira - Examinadora
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A Deus, por gratidão ao seu amor, proteção e fidelidade, aos meus familiares e amigos que me apoiaram em todos os momentos da minha vida, sendo os conselheiros, irmãos companheiros nessa jornada.

Dedico.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por ter me dado saúde e força, para superar as dificuldades e ter chegado até aqui.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A minha orientadora Maria das Graças Ouriques Ramos, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

A esta Universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

Desde os primórdios da civilização que a cidade e o comércio estão relacionados. A partir da formação das cidades, o comércio se resalta como atividade importante, decorrente das relações dinâmicas urbana. Neste sentido, ao observar a dinâmica e a centralidade das lojas de eletrodomésticos da Rua Presidente João Pessoa na cidade de Campina Grande, houve a necessidade de fazer uma pesquisa sobre o movimento do comércio e o deslocamento dos clientes que frequentam essa importante Rua. Com o objetivo de analisar as transformações do comércio da cidade de Campina Grande – PB, diante da centralização das lojas de eletrodomésticos da Rua pesquisada. Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva, com abordagem qualitativa que para alcançar os objetivos propostos foi realizado um estudo de caso. Utilizou-se como técnica de coleta de dados um questionário com 9 questões objetivas. Em entrevista realizada com dois gerentes das lojas de eletrodoméstico mais antiga da rua onde procurou-se conhecer sobre o perfil do consumidor, público alvo, sobre as formas de pagamento e as mudanças que ocorreram nesse tipo de comércio. Os resultados mostraram que, a transformação comercial das lojas de eletrodoméstico na Rua Presidente João Pessoa, é consequência da expansão do poder de consumo das classes de baixa renda, no qual é o público alvo dessas lojas, sendo um tipo de mercado que mais cresce e favorável as mudanças, em razão do avanço tecnológico com o e-commerce.

Palavras-chave: Produção do espaço urbano. Coesão espacial. Comércio urbano.

ABSTRACT

From the dawn of civilization city and commerce have been related. From the formation of cities, commerce stands out as an important activity, resulting from the dynamic urban relations. In this regard, observing the dynamics and the centrality of the appliance stores of Rua Presidente João Pessoa in the city of Campina Grande, there was a need to do research on the movement of commerce and the displacement of customers who frequent this important street. In order to analyze the transformations of commerce in the city of Campina Grande - PB, in view of the centralization of the appliance stores of the surveyed street. This is an exploratory, descriptive research with a qualitative approach, to achieve the proposed objectives a case study was conducted. The data collection technique used was a questionnaire with 9 objective questions. In an interview with two managers of the oldest appliance stores in the street where they sought to know about the profile of the consumer, the target audience, the payment methods and the changes that occurred in commerce. The results showed that the commercial transformation of the appliance stores in Rua Presidente João Pessoa, is a consequence of the expansion of the consumption power of the low-income classes, which is the target audience of these stores, being a market that is growing and favorable to changes, due to the technological advance with e-commerce.

Keywords: Production of urban space. Spatial cohesion. Urban commerce.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – A cidade na contemporaneidade.....	12
Figura 2 – As primeiras formações de cidades.....	13
Figura 3 – Processo de urbanização.....	17
Figura 4 – Localização do município e da cidade de Campina Grande na Paraíba.....	19
Figura 5 – Croqui da Rua Presidente João Pessoa, da área central da cidade de Campina Grande – PB.....	24
Figura 6 – Rua Presidente João Pessoa em 1957.....	26
Figura 7 – Alguns estabelecimentos comerciais de eletrodomésticos na Rua Presidente João Pessoa.....	29

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 BREVE HISTÓRICO SOBRE O SURGIMENTO DAS CIDADES E O PROCESSO DE URBANIZAÇÃO	11
2.1 Conceitos de Cidade e Urbano	11
2.2 Surgimento das Cidades	12
2.3 A Produção do Espaço Urbano	14
2.3.1 Os agentes produtores do espaço urbano.....	15
2.4 O Processo de Urbanização.....	16
3 CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE DE CAMPINA GRANDE – PB	19
3.1 Localização Geográfica.....	19
3.2 Análise Geo-histórica da Cidade de Campina Grande	20
3.2.1 Produção do espaço urbano e processo de urbanização de Campina Grande	21
3.3 A Economia Urbano Industrial de Campina Grande	22
3.4 Caracterização da Área de Estudo.....	23
4 METODOLOGIA	25
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	26
5.1 A Dinâmica do Espaço Urbano da Rua Presidente João Pessoa em Campina Grande.....	26
5.2 A Coesão Espacial da Rua Presidente João Pessoa	27
5.2.1 Perfil dos estabelecimentos comerciais.....	29
5.2.2 Perfil dos consumidores	30
5.3 Análise dos Resultados.....	31
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	34
APÊNDICE	37

1 INTRODUÇÃO

A Geografia como uma ciência dinâmica permite fazer análises entre os processos naturais e antrópicos, conforme afirma Silva (2014). Na vertente urbana desta ciência, o comércio é um dos aspectos mais fundamentais para explicar uma circunstância e compreensão do cenário estudado.

No contexto do espaço urbano, historicamente, se mostram relacionadas entre a cidade e o comércio. Desde a formação das cidades, o comércio se destaca como atividade essencial, demonstrando que a ocorrência de relações dinâmicas urbana é conjuntamente, condicionada e condicionante pela mesma (FARIAS, 2015).

Cardoso, Pereira e Pinto (2005) afirmam que, independente das modalidades tempo e espaço, as cidades constituem por se mostrarem suas feições fundamentadas nos processos sociais que guiam as configurações traçadas diante do espaço geográfico, bem como na categoria das populações e nas funções que as organizações exercem, tanto no espaço urbano como nas inúmeras partes fragmentadas de cada espaço.

Ao observar a dinâmica e a centralidade das lojas de eletrodomésticos da Rua Presidente João Pessoa na cidade de Campina Grande, houve a necessidade de fazer uma pesquisa sobre o movimento do comércio e o deslocamento dos clientes que frequentam essa importante Rua. Ou seja, entender como funciona a coesão espacial ocorrida no espaço urbano comercial da rua em estudo.

No que diz respeito ao comércio de eletrodoméstico no local, uma vez que, é de suma importância para a economia e geração de emprego. Tendo em vista esta realidade, é fundamental compreender a dinâmica de contratação das lojas do seguimento, demonstrando o benefício da coesão.

Diante do exposto, o referido trabalho buscou entender se a coesão espacial do comércio de eletrodoméstico na Rua João Pessoa está influenciando o fluxo de clientes no local e justificado pela necessidade de compreender a dinâmica e a centralidade das lojas do seguimento favorecem o comércio e o deslocamento dos clientes que ali frequentam.

Como objetivo geral esta pesquisa se propôs a analisar as transformações do comércio da cidade de Campina Grande – PB, diante da centralização das lojas de eletrodomésticos da Rua João Pessoa. E como objetivos específicos para alcançar o que foi proposto: comparar as transformações do comércio da Rua João Pessoa antes

e depois da coesão do comércio de eletrodomésticos; mostrar a importância da coesão das lojas de eletrodoméstico para a economia da rua em questão, e, por fim, identificar o caminho traçado pelos clientes frequentadores do comércio na referida rua.

2 BREVE HISTÓRICO SOBRE O SURGIMENTO DAS CIDADES E O PROCESSO DE URBANIZAÇÃO

2.1 Conceitos de Cidade e Urbano

Vasconcelos (2015) afirma, sabemos que é difícil definir cidade. O público em geral, até os jornalistas e políticos, trocam ainda o que seria cidade com município. A palavra cidade vem do latim “*civitate*”, conhecimento próximo de “*civitas*”, que originou as palavras cidadãos e civilização. Já, a palavra urbano vem do latim “*urbs*”, que tem significado de cidade. Logo, a palavra grega “*polis*”, cidade e “*politikos*”, da cidade, deram início a palavra política. Por fim, o conhecimento de aglomerado que vem do latim “*glomus, glomero*” tem sentido de bola ou fazer em bola (VASCONCELOS, 2015).

Os conceitos de cidade e urbano necessitam está articulado, requer um entendimento em que sua condição de indissociabilidade seja o suporte para a análise de processos e dinâmicas que fornecem esse espaço, proporcionando compreender a sociedade urbana em suas inúmeras particularidades e relações incompreensível (OLIVEIRA; LOPES; SOUSA, 2016).

Ainda, segundo os autores supracitados, a cidade é o concreto, é um aglomerado de redes, é a materialidade perceptível do urbano ao mesmo tempo que este é o abstrato, porém, o que dar sentido a cidade é a natureza. Todavia, a cidade é um retrato das ações contemporâneas, bem como as marcas que o passado deixou. Posto isto, a cidade se configura como um espaço articulado e fragmentado, seguindo a evolução da sociedade (Figura 1).

Figura 1 – A cidade na contemporaneidade



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_regi%C3%B5es_metropolitanas_por_popula%C3%A7%C3%A3o

Para Furini (2014), o urbano consiste num fenômeno social e espacial de específico temporalidade. No que concerne ao conceito, refere-se a uma dinâmica que pode ser verificada em períodos, regiões e situações distintas, conforme as teorias envolvidas, desta forma, tanto a cidade, como o objeto, como o urbano, como fenômeno, se localiza no campo das reflexões sobre o espaço e a sociedade, logo, que são produtos dessa relação.

Ressalta-se, que a cidade é objeto e o urbano fenômeno, segundo Lencioni (2008). Por conseguinte, a cidade é a concepção humana, de forma materializada desde o conteúdo urbano gerado pelas relações sociais específicas.

2.2 Surgimento das Cidades

Para Santos (2014) as cidades se compõem como a realização humana e vão criando no decorrer dos anos um processo histórico que consiste em assentamentos humanos com diferentes peculiaridades, formas e funções. O fenômeno urbano surgiu no paleolítico com as primeiras manifestações de estabelecer do homem, que criou

juntamente com a evolução dos métodos, no qual é admissível o estabelecimento das primeiras cidades (Figura 2).

Figura 2 – As primeiras formações de cidades



Fonte: <http://historiabruno.blogspot.com/2015/11/surgimento-das-cidades.html>

As primeiras cidades a serem criadas surgiram com a revolução agrícola. Revolução que foi fundamental para a fixação do homem ao lugar, e se configurou pela reprodução dos vegetais comestíveis através de mudas, e, posteriormente, mediante ao plantio e da domesticação de outras plantas com sementes e a criação de animais, possibilitando uma nova forma de processo de sedentarização do homem e a composição da aldeia como espaço da nova ou da primeira ordem social (CASTRO, 2014).

Segundo Alves et.al, (2011), a origem das cidades remonta a 5.500 anos a. C. na região da Mesopotâmia, desde a divisão social nos aldeamentos dos povos que deixaram de ser nômades após a revolução agrícola. Os excedentes agrícolas possibilitaram o desenvolvimento de outras funções, como aquelas vinculadas à segurança, à administração e ao comércio. No decorrer desta história as atividades comerciais tiveram seus períodos áureos e de decadência.

Na Idade Média houve uma perda considerável das atividades comerciais, o qual só teve retorno nos séculos X e XI com as Cruzadas. Nesse momento, “as atividades dos mercadores possibilitaram o surgimento das cidades fora dos burgos, começaram a se integrar na medida em que as feiras comerciais, embriões das futuras

idades comerciais, começam a ganhar importância”, conforme afirma (CARLOS, 2005).

Para Lopes (2005), Sjoberg difere-se em três períodos o surgimento das cidades, sendo correlacionados a três níveis de organização social, com padrão tecnológico, econômico, social e político. No primeiro período descreve como pré - urbano, se situa em fase anterior a alfabetização, em que são constituídos pequenos grupos homogêneos e autossuficientes. Já, no segundo período tem-se que o homem estocava os alimentos resultantes da agricultura, tal como, a criação de animais. No terceiro período, é caracterizado pela organização social, divisão de classes, educação em massas, com o advento da tecnologia em razão do aparecimento e uso de máquinas e do desenvolvimento de novas fontes de energia.

2.3 A Produção do Espaço Urbano

O espaço urbano basicamente agrupa as ações da sociedade que o cria e recria na medida das ações e metas sobre ele. O dinamismo dentro do espaço urbano é resultado dos efeitos das ações e reações realizadas nele e com ele, e se mostra em sua dimensão histórica e social como lócus das ações da sociedade (FREITAS; FERREIRA, 2011).

Corrêa (1995), definir o espaço urbano como um agrupamento de diferentes utilizações da terra sobreposto entre si. Esses usos definem áreas, como: o centro da cidade local de concentração de atividades comerciais, de serviços e de administração; bem como áreas residências e industriais, áreas de lazer, dentre outros. Salienta-se que esse “conjunto de usos da terra é a organização espacial da cidade ou simplesmente o espaço urbano fragmentado” (CORREA, 1995).

A fragmentação relata pela própria sociedade de classes e seus processos: em que alguns grupos como os donos dos meios de produção, os grandes latifundiários urbanos e os promotores imobiliários são mais favorecidos pelos investimentos em infraestrutura e serviços, tal como na rentabilidade de seus investimentos, no entanto, os grupos sociais são afetados até mesmo impedido de ter acesso a essa mesma infraestrutura e serviços. Esse raciocínio estabelece a fragmentação material das cidades, no qual se tem os bairros de luxo e favelas, mansões e cortiços, transporte

público precário e privados majestoso, parques, lixões, saneamento básico e esgoto a céu aberto para outros, conforme (DAMIÃO, 2014).

Nesse contexto, Corrêa (1995) descreve, “eis o que é espaço urbano: fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campo de lutas. É assim a própria sociedade em uma de suas dimensões, aquela mais aparente, materializada nas formas espaciais”.

Para Santos (2014), o espaço urbano é consequência das ações que foram realizadas no passado através de formas espaciais existentes em conjunto com as ações contemporâneas. É condicionante social através do papel que as obras feitas pelo homem, no processo de reprodução das circunstâncias de produção e das relações de produção. Não obstante, retrata peculiaridades simbólicas, incluindo as crenças, valores e mitos que realizados em formas espaciais.

O processo de produção do espaço urbano consiste por meio de lutas de interesses em dois lados: que seria a necessidade para a reprodução do capital e a vida do outro. Nesse sentido, os agentes de processo de produção, os indivíduos que produzem o urbano, constituem uma identidade e uma compreensão sobre a cidade realizada em sua materialidade espacial e nas situações de exigências que cria. Nota-se que, entender pensar o espaço urbano surge como uma questão importante, na medida quando as especialidades das relações sociais é a dimensão característica da Geografia, aquilo que também distingue das outras áreas de conhecimento (BASTOS; COELHO, 2015).

2.3.1 Os agentes produtores do espaço urbano

Custodio (2016), utiliza a percepção de agente aqueles que realizam uma ação, que representam no processo de construção da cidade, criando formas espaciais. No tange a expressão produção do espaço está relacionado a interpretação lefebvriana de leitura do urbano. Entretanto, é plausível tratar dessa produção usando seu fundamento metodológico, sem perder a referência de que o espaço urbano consiste na essência social.

Nesse contexto, os agentes produtores do espaço urbano são “os proprietários dos meios de produção, sobretudo os grandes industriais; os proprietários fundiários;

os promotores imobiliários; o Estado, e, por fim, os grupos sociais excluídos” (CORRÊA, 1995).

Destarte, que necessário compreender as ações de cada um desses agentes para considerar alguns pontos importantes para a compreensão da questão: a ação destes agentes está dentro do marco jurídico que conduz a atuação deles. Isto é, o marco não é neutro, reflete no interesse de um dos agentes. A ação desses agentes tem como propósito a reprodução das relações de produção, acarretando na continuidade do processo e tentativa de reduzir os conflitos sociais (CORRÊA, 1995; SILVA; MACEDO, 2009).

Ainda, segundo esses autores, “considerando o estágio atual do capitalismo, temos que as grandes capitais industriais, financeiro e imobiliário podem estar incluídos diretamente ou indiretamente, no caso de grandes corporações, além das outras atividades, compram, especulam, financiam e administram o espaço urbano”. É fundamental, observar que as estratégias que estes agentes admitem variação no tempo e espaço, e esta variabilidade é consequência das causas externas e internas, relacionado as contradições pertinentes ao tipo de capital de cada agente face ao movimento geral de acumulação capitalista e dos conflitos de classe (CORRÊA, 1995; SILVA; MACEDO, 2009).

2.4 O Processo de Urbanização

O processo de urbanização é um acontecimento que está em progresso em todo mundo e possui diferentes concepções, incluindo com vieses distintos, nos quais: a concentração espacial da população, desde os limites de dimensão e intensidade, bem como, a difusão dos sistemas de valores, atitudes e comportamentos chamado de cultura urbana. Observamos que, em relação a primeira vertente está relacionado com o espaço e o preenchimento deste, já, na outra vertente o sistema cultural é atributo da sociedade contemporânea (CARDOSO; SANTOS; CARNIELLO, 2011).

De acordo com Brito e Pinho (2012), a urbanização resulta no crescimento populacional que reside nas cidades. No Brasil, esse processo é superior aos países desenvolvidos, posto que no censo demográfico de 1970 registrava pela primeira vez, que a população urbana superava a rural. Sob este ponto de vista, refere-se a um fenômeno recente. Contudo, num curto espaço de tempo, na segunda metade do

século passado, a população urbana ultrapassou de 19 milhões para 138 milhões, taxa de crescimento médio anual de 4,1%.

Nota-se que, as políticas de urbanização visam aparelhar a grande cidade fundamentada no acúmulo e de reprodução das relações capitalistas por meio de investimentos públicos, iniciativas de desconcentração concentrada (Figura 3). Em algumas regiões do Brasil, abrange a deslocação de certos ramos industriais para territórios economicamente mais atrasadas, desta forma, a estruturação de um patamar metropolitano na periferia, unindo o mercado nacional mediante investimentos tecnológicos em diferentes setores de infraestrutura. A criação de novas estruturas urbanas, constituídas pela concentração geográfica de recursos, as regiões metropolitanas, através de fortes subsídios, estabelecendo uma nova economia nacional (REHBEIN; FUJIMOTO, 2004).

Figura 3 – Processo de urbanização



Fonte: <https://descomplica.com.br/blog/geografia/como-ocorre-o-processo-de-urbanizacao-quais-seus-principais-conceitos/>

Portanto, o Brasil é um país urbano, isto é, no decorrer das últimas décadas do século XX, os movimentos migratórios da população rural para o urbano, foram evidentes. No ano de 2000, 81,2% da população brasileira residiam na cidade, e na mesma época, em seis metrópoles, viviam aproximadamente 50 milhões de pessoas. Destaca-se que, a ocupação dessas localidades nas cidades é atribuída por

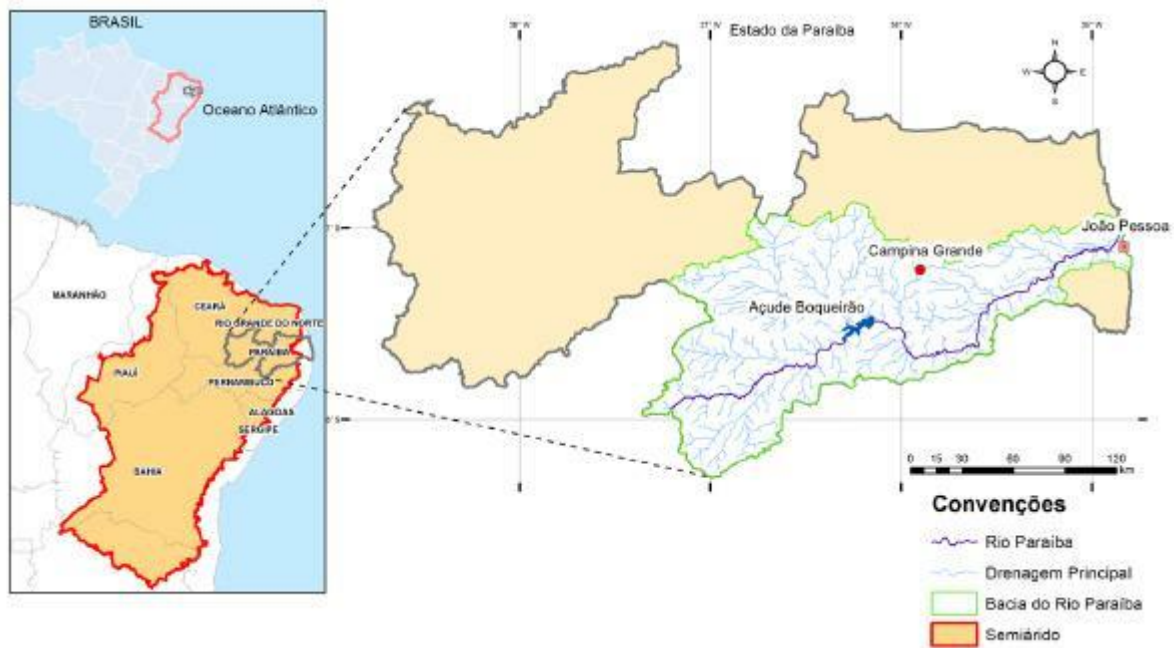
processos complexos, visto que a distribuição populacional acontece no contexto socioespacial. Sendo assim, as camadas sociais vivem em áreas urbanas conforme o seu poder aquisitivo (BATTAUS; OLIVEIRA, 2016).

3 CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE DE CAMPINA GRANDE – PB

3.1 Localização Geográfica

A cidade de Campina Grande está situada na Microrregião de Campina Grande e na Mesorregião do Agreste Paraibano, Estado da Paraíba. Sua área abrange 621 km², tipificando 1.0996% do Estado, 0.0399% da região e 0.0073% de todo território brasileiro. A sede da cidade tem altitude de 551 metros, distando 112,9726 km da capital, com acesso feito a partir de João Pessoa pela rodovia, BR 230. Como podemos ver na Figura 4, a localização do município e da cidade de Campina Grande no Estado da Paraíba, de acordo com o Serviço Geológico do Brasil (2005).

Figura 4 – Localização do município e da cidade de Campina Grande na Paraíba



Fonte: AESA / INSA (2014)

Segunda cidade mais populosa do Estado, segundo o último censo demográfico em 2010, tinha aproximadamente 385.213 habitantes, alcançando um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) igual a 0,720, o que situa o município na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,7 e 0,799), (IBGE, 2019).

Campina Grande retrata que 84,1% dos domicílios tem esgotamento sanitário; 82,5% dos domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 19,4% dos domicílios urbanos em vias públicas com urbanização apropriada: com bueiro,

calçadas e pavimentação e meio-fio. Quando equiparado com outros municípios do Estado da Paraíba, está na posição 4 de 223 cidades; 170 de 223 e 23 de 223, nessa ordem. Todavia, quando comparado as cidades do Brasil, sua posição é 757 de 5.570 cidades; 2.216 de 5.570 e 1.903 de 5.570, na devida ordem (IBGE, 2019).

3.2 Análise Geo-histórica da Cidade de Campina Grande

Para Oliveira (2007) o município se encontra em uma região privilegiada do Estado, entre a rota do Litoral e Sertão, entre o Brejo e Cariri. Campina Grande é uma cidade com mais de 300 anos de história, desde que o Capitão Mor dos Sertões, Teodósio de Oliveira Ledo e alguns companheiros vindos do Sertão, trouxeram com eles, índios escravizados da Tribo Ariús, que apearam para ficar, no sítio denominado de “A Campina Grande”, formando seu primeiro núcleo de colonizadores no perímetro geográfica no qual se estabelecia a cidade.

Encontra-se localizada entre o alto sertão e a zona litorânea, com terras propícia a cultura de mandioca, milho e outros cereais necessários para a vida dos colonos, o aldeamento converteu em povoado próspero e em 1769 era freguesia, diante da invocação de Nossa Senhora da Conceição. No ano de 1790, tornou-se em Vila perante a designação de Vila Nova da Rainha. A população local participou de alguns movimentos revolucionários nos anos de 1817, 1824 e 1848 (IBGE, 2019).

No ano de 1874, ocorreu a Insurreição do Quebra-quilos, causada pela decretação de impostos e adoção do novo sistema de pesos e medidas. Tal movimento se prolongou por várias cidades e províncias da região Nordeste. Entretanto, em 1888, Campina Grande tinha aproximadamente quatro mil habitantes e era considerada a mais populosa cidade do interior da Paraíba (IBGE, 2019).

Por conseguinte, em 11 de outubro de 1864, foi elevada como cidade, o estado se delimitava a poucos municípios, no qual se destacava pequenos comércios, particularmente, os abrigados pela feira central, ou o comércio velho denominado como celeiros e quiosques, no decorrer dos anos foram sumindo. No que concerne ao primeiro comércio em Campina Grande, a Feira Central foi pioneira nesse sentido, onde pequenos comerciantes mantinham relações comerciais entre si (SOUSA, 2012).

Segundo Silveira (2013), Campina Grande conhecida popularmente como Rainha da Borborema, o município que é a capital do trabalho, tida por alguns a capital

do Nordeste brasileiro e que já foi denominada como a Liverpool Brasileira. Inúmeros atributos para um município só, observa-se que Campina Grande surge nos discursos oficiais, nas letras de músicas, nos versos, na história, no imaginário popular como uma cidade que não é somente grande pelo nome, mas também pelo destino de ser grandiosa de ser “Rainha”, cidade cheia de simbolismo e qualificações.

3.2.1 Produção do espaço urbano e processo de urbanização de Campina Grande

Cada cidade é descrita por um aglomerado de processos históricos, sociais, políticos e econômicos que, conjuntamente se assemelham, e se diferem. Logo, o estudo de uma determinada cidade demonstra alguns aspectos que se repetem nas outras, em razão das mais distintas semelhanças, com relação a forma de ocupação, povoamento, distribuição de classes sociais no espaço urbano e nos planos urbanísticos que acompanhavam as diretrizes parecidas, a contar do chamado urbanismo sanitário do século XIX, aos de zoneamento e planos diretores atual. São esses fatores do espaço urbano que possibilita determinar as comparações entre as cidades (COSTA, 2013).

Ao discorre sobre a urbanização de Campina Grande é necessário se remeter a um diálogo sobre o comércio interiorano que era desenvolvido no passado. Basicamente formado por atividades agrárias a cidade de Campina Grande é resultado do desenvolvimento de atividades comuns na região Nordeste, em meados do século XVIII. A principal cultura existente era o algodão, considerado o “ouro branco”, em razão do clima favorável se desenvolveu bem nessa região, passando a ser a primeira atividade comercial lucrativa (NASCIMENTO, 2011).

Marinho (2018) afirma que, “a cidade de Campina Grande, desenvolveu com o benefício do algodão, sendo um ponto de abastecimento de bens e serviços da região Nordeste”. No ano de 1907, com a chegada da estrada de ferro, a expansão da cidade foi disparada por causa da facilitação e conseguinte aumento do escoamento de sua produção para os portos da Paraíba e de Pernambuco, remetida aos mercados nacionais e internacionais.

De acordo com Oliveira (2007), os municípios que compõem uma localidade central, como os grandes centros Rio de Janeiro e São Paulo, a centros de Zona como

Campina Grande e João Pessoa, procuravam se condizer com os novos padrões de urbanismos, pautando no modelo de estética e sanitarismo das cidades europeias e norte-americanas. Nesse sentido, é que Campina Grande se inclui no processo de planejamento e urbanização. Desta forma, a cidade recebe a visita do arquiteto e urbanista Nestor Figueiredo, no qual já tinha desenvolvido projetos em cidades de Pernambuco e Paraíba.

Ainda segundo Oliveira (2007), a reforma urbana na cidade teve início em 1935, por meio do Decreto nº 51, outorgado pelo então prefeito Antônio Pereira Diniz. O decreto procurava meios para a execução de um projeto de saneamento e embelezamento da cidade, assim, algumas ruas do centro da cidade foram atingidas, como a Rua Grande, que nos dias atuais é conhecida como a Rua Maciel Pinheiro.

O comércio e a reprodução do capital proporcionaram a organização espacial da cidade, no qual assegurava a primazia do seu desenvolvimento, resultando na transformação na qual observou a ampliação do seu espaço físico e modernização da paisagem, passando a ser verificado a construção de edificações, como: colégios, armazéns, dentre outros (SÁ, 1986; NASCIMENTO, 2011).

3.3 A Economia Urbano Industrial de Campina Grande

No final da década de 1950, Campina Grande dispõe de uma base industrial relativamente essencial e possuía de uma política municipal de estímulo à indústria, sendo a única cidade do interior brasileiro a possuir a sede Federação das Industriais. Diante dessas vantagens que levou a crer que a cidade seria beneficia com a SUDENE. A cidade então passou a montar uma infraestrutura para receber as indústrias. Esse incentivo, em conjunto com a oferta de mão-de-obra barata, seria importante para a consolidação da pretensa função industrial que Campina Grande estava a integrar (FARIAS; COSTA, 2017).

Segundo Oliveira (2007), até a década de 1960, Campina Grande não possuía um setor industrial que rompesse agressivamente no cenário econômico, isso dado que as indústrias delimitavam seu benefício do algodão, produção de couro e peles, alimentos e têxtil. No entanto, com esse modelo começa a se esgotar em meados dos anos 60, resultado da crise econômica no setor. Com a década de 1970, acentuou-se o processo de industrialização por meio da intervenção do Estado brasileiro. Esse

período foi considerado como um milagre, em virtude que o processo econômico era agrário, para gradativamente, o agroindustrial e industrial.

Inúmeras acepções foram usadas para descrever a cidade de Campina Grande no decorrer dos períodos de crescimento econômico e de expansão urbana. Neste contexto, Campina Grande, pode ser vista como a primeira a impressionar quem chega e reconhece sua movimentação urbana e sua relevância regional. Mesmo com a deterioração da economia local nos últimos anos, sua atividade comercial ainda mostra fundamental na cidade, que em suas dimensões e em seus aspectos, é resultado de um conjunto de produtos, de população e de atividades em ponto de passagem e contato com outras regiões. Porém, seu fator urbano, o desenvolvimento de forma desorganizada, mostrando uma série de contrastes, confundindo as áreas industriais, com as áreas comerciais e residenciais (CARDOSO, 2002).

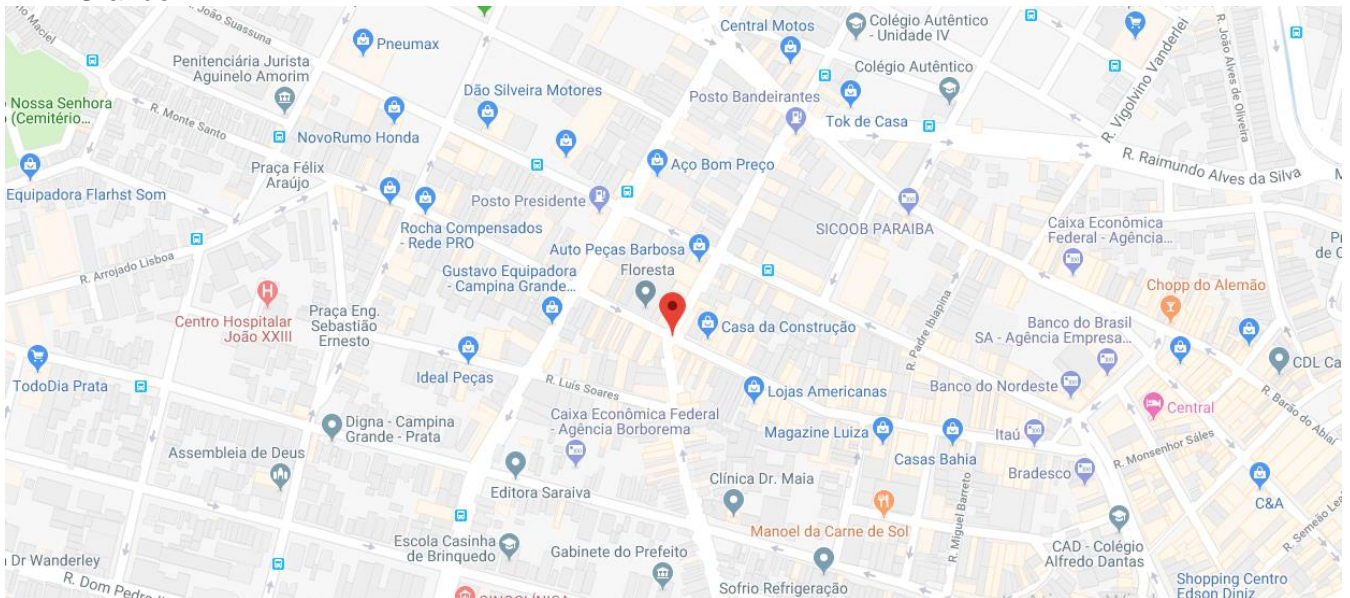
Portanto, a atividade industrial de Campina Grande identifica na decisão racional e soberana do investido o seu componente mais dinâmico. Caracteriza que os aspectos do mercado e suas articulações do município estabelece como elemento incontestável na capacidade de atração de investimentos para a cidade. Destaca-se que a administração municipal fomenta e instiga com incentivos pertinentes (OLIVEIRA, 2007).

3.4 Caracterização da Área de Estudo

Localizado no bairro do Centro da cidade de Campina Grande – PB, a Rua Presidente João Pessoa, a antiga Rua da Areia. O nome foi em homenagem ao Governador da Paraíba, João Pessoa, assassinado em 1930.

A Rua Presidente João Pessoa, é, majoritariamente comercial (Figura 5), com aproximadamente 71,35% de estabelecimentos comerciais, constitui 10,64% de residências do tipo casa, sobrados ou equivalente, enquanto que, 89,36% são apartamentos ou conjuntos residenciais.

Figura 5 – Croqui da Rua Presidente João Pessoa, da área central da cidade de Campina Grande – PB



Fonte: Google Maps (2019).

Encontra-se, ainda: agências bancárias, lojas de móveis, eletrodomésticos, supermercados, casas de materiais de construção, lojas de tecidos, material elétrico, estação de rádio, casa lotérica, autopeças e comércio de veículos. Destaca-se espaço gastronômico, com algumas lanchonetes: Fino Sabor, Tapiocaria e outros.

4 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva, com abordagem qualitativa, em que amostra foi constituída pelos comerciantes das lojas de eletrodoméstico da Rua Presidente João Pessoa da cidade de Campina Grande – PB.

Segundo Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa exploratória tem como objetivo desenvolver, esclarecer e alterar os conceitos e ideias, tendo como propósito a formulação de hipóteses e a fixação dos objetivos ou descobrir um novo tipo de enfoque para o tema. A pesquisa descritiva tem como finalidades descrever as características de determinada população ou fenômeno, bem como a relação entre as variáveis (GIL, 2008).

A abordagem proposta no presente trabalho pode ser, ainda, um estudo de caráter qualitativo, que de acordo com Rodrigues (2006), caracteriza-se por uma abordagem analítica e comparativa dos fatos, dados ou teorias sobre o problema, onde o pesquisador busca descrevê-los e interpretá-los, sem a necessidade de mensurações ou de procedimentos estatísticos.

Utilizou-se como técnica de coleta de dados um questionário com 9 questões objetivas, sobre o produto, perfil do consumidor, a origem do público alvo e formas de pagamento, elaborado pelo pesquisador.

A coleta de dados abrangeu o período de junho de 2019 e os dados foram analisados por meio da estatística descritiva. Por conseguinte, tais dados foram comentados à luz da literatura pertinente.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 A Dinâmica do Espaço Urbano da Rua Presidente João Pessoa em Campina Grande

Entender como funciona a dinâmica do espaço urbano na Rua Presidente João Pessoa necessita compreender sobre os processos históricos que contribuí para a expansão dos corredores comerciais na cidade de Campina Grande, conforme demonstrado na Figura 6 um trecho da Rua datada de 1957.

Caracterizamos que a cidade e o urbano são construções sociais, visto que a cidade e o urbano adaptado por atributos do modo de produção capitalista, posto que os modos de produção compõem a história no tempo, e as formas sociais escrevem-na no espaço. Explana que, dentro da produção capitalista da cidade, deve considerar três elementos essenciais, capital – lucro, terra – renda fundiária, trabalho –salário, essa é a fórmula que se encontram o processo social de produção, segundo (COSTA, 2013).

Figura 6 – Rua Presidente João Pessoa em 1957



Fonte: Retalhos históricos de Campina Grande (2003).

Para Santos e colaboradores (2010), a definição de corredor comercial, “o local onde circulam os indivíduos, percorrendo as avenidas, ruas, esquinas, calçadas, determinando suas sociabilidades e territorialidades, mostrando nos caminhos os lugares de parada”.

A presença dos vetores contemporâneos em Campina Grande, especialmente no setor comercial, se mostra como inovador, particularmente, após a década de 1960. No qual pode ser verificado que seu forte e tradicional comércio atacadista, é

responsável pela economia da cidade, onde entrou em declínio abrindo novas portas para empreendimentos comerciais (DINIZ; CASTILHO, 2009).

Neste sentido, nos deparamos que o espaço da Rua pode nos oferecer relevantes subsídios para a história. Rolnik, demonstra a relação entre espaço e território, a saber:

Contrapondo-se a noção de espaço à noção de território, há uma relação de exterioridade do sujeito em relação ao espaço e uma ligação intrínseca com a subjetividade quando se fala em território. O território é uma noção que incorpora a noção de subjetividade. Não existe um território sem um sujeito, e pode existir um espaço independente do sujeito. O espaço do mapa dos urbanistas é um espaço; o espaço real vivido é o território (ROLNIK, 1992, p. 28).

Tendo como exemplo, a Rua Presidente João Pessoa, no decorrer do dia o local é ocupado por pedestres, lojistas, camelôs, compradores e vendedores, por fim, criam o território da Campina Grande poderosa no comércio. Contudo, no início da noite, quando as lojas fecham as suas portas, surgem um novo território nesse mesmo espaço, desta forma, é composto por um público que tem na vida noturna seu meio de vida. Surge então, um novo território, distinto do mostrado no mapa urbanista e do comercio lojista diurno (PAULO, 2018).

O crescimento do setor informal, é resultado do desemprego, essas atividades na cidade de Campina Grande, principalmente, na Rua Presidente João Pessoa são apresentadas pela migração do setor informal para as calçadas, no qual esses ambulantes estabelecem seus territórios perto dos pontos dos ônibus coletivos, das praças, esquinas e nas proximidades de prédios como escolas, bancos, edifícios e lojas, comercializando todo tipo de produto desde frutas e bijuterias, em alguns horários do dia, especialmente, no horário de maior movimento (DINIZ; CASTILHO, 2009).

5.2 A Coesão Espacial da Rua Presidente João Pessoa

As cidades no decorrer dos anos têm se modificado e transformado por meio da dinâmica dos modos de produção e seus pertinentes processos de urbanização. Considerando as formas e funções espaciais desenvolvidas através de reprodução de capital, verifica-se a mudança que tal processo resulta em áreas que, não existe nenhum tipo de importância econômica modificada em ambientes valorizados. Logo,

crecem em extensão e densidade de produtos e serviços, unindo áreas, fazendo uma coesão espacial visando a expansão do capital (OLIVEIRA et al., 2014).

Para Araújo (2013), uma particularidade das cidades contemporânea é a existência de uma localidade no qual se centraliza o maior número de atividades comerciais e de serviços, tal como é o ponto de transportes intraurbanos, para onde convém o tráfego. O crescimento do comércio, dos serviços e do sistema de transporte expande o potencial de atração deste ambiente, por consequência o processo de centralização.

De acordo com Corrêa (2016) essa aglomeração resulta das forças de atração, como Colby na década de 1930 denominava, ou forças de coesão. Assim, a ocorrência de recursos naturais em algumas regiões quanto a sua localização de um grupo cultural em pequena área pode atrair objetos e um grupo cultural. Todavia, estes lugares estão inseridos na divisão territorial do trabalho ou em um mosaico de regiões culturais ou naturais.

O processo de centralização é desempenhado em sua forma espacial pelas regiões centrais, refere-se a um local onde as atividades econômicas e sociais são mais intensas e complexas, apesar disso não se retrata em um isolamento intra nem inter-espacial. As áreas centrais se mostram como um espaço de intensas ligações que se articula com outros lugares da cidade, com outros centros, numa relação de nós na grande rede mundial de centros urbanos (CARDOSO; PEREIRA; PINTO, 2005).

Corrêa (2000) afirma, “a coesão espacial tem como objetivo atrair de forma maciça os consumidores, além de proporciona um complemento em algumas atividades, como por exemplo, bancos, companhias de seguros e sedes de firmas”. Sendo assim, está correlacionado com as economias de aglomerado que podem ser criadas através do conjunto de atividades espacialmente coesas.

Destarte, que a coesão espacial ocorre em áreas unificadas, com ou sem ligações entre si. Desta forma, a Rua Presidente João Pessoa se configura como essencial para o município de Campina Grande – PB, uma vez que desempenha um papel central de forma espacial do processo de centralização. Neste local, estão concentradas as principais lojas de eletrodomésticos. Essa área, é definida como central da cidade, corresponde com o local que se emergiu as casas comerciais.

Neste contexto, podemos observar que a rua reúne atividades de lojas de eletrodomésticos, como exemplo: Armazém Paraíba, Casas Bahia, Magazine Luiza,

Insinuante, Ricardo Eletro, Atacadão dos Eletros e Decorart, ocorrendo uma coesão de produtos eletrodomésticos (Figura 7).

A Rua Presidente João Pessoa abrange uma coesão espacial dada em eixo, logo, que as casas comerciais de eletrodomésticos se concentram numa mesma rua, sem ter ligação com outra rua paralela. Desta forma, identifica-se 7 estabelecimentos de eletrodomésticos.

Figura 7 – Alguns estabelecimentos comerciais de eletrodomésticos na Rua Presidente João Pessoa



Fonte: Janine Karla de Azevedo Souza, 2019.

5.2.1 Perfil dos estabelecimentos comerciais

O desenvolvimento no processo econômico vem se expandindo na literatura especializada, diante de distintas abordagens. Com foco nos aspectos sistêmicos e

evolutivo de um espaço compondo o core da ideia de Sistemas Nacionais de Inovação. As especificidades locais, no interior das regiões nacionais, conforme essa literatura, constituem as possibilidades de colaboração e administração que proporcionam as situações de competitividade por meio da inovação (CAVALCANTI FILHO; MOUTINHO, 2007).

Para Melnisk (2008) uma empresa, sob a ótica econômica, é um aglomerado de meios ou fatores de produção ou intermediação, ou seja, capital, mão-de-obra, insumos e tecnologia, voltadas para o desenvolvimento ou troca de bens ou serviços visando um fim lucrativo.

A Rua Presidente João Pessoa localizada no Centro da cidade de Campina Grande, na atualidade, é uma das principais ruas que se concentra inúmeros estabelecimentos comerciais, no qual ofertam os diferentes tipos de serviços. Transitam pela referida rua em questão um grande número de indivíduos residentes da cidade ou das cidades circunvizinha. Os grandes atrativos da rua são o comércio e as agências bancárias, em que realizam as transações financeiras nas referidas agências e resulta consumindo os produtos oferecidos pelos comerciantes (MARTINS, 2011).

Na pesquisa in loco, observamos que a referida rua possui 14 lojas de eletrodomésticos, ressalta-se que, 2 lojas estão no mercado há mais de 15 anos. Sendo assim, já possuem uma clientela fiel, no entanto, não deixaram de se adaptar com as mudanças que houve no comércio no decorrer dos anos, para atrair mais clientes.

Portanto, ao ofertar um serviço dentro de uma loja, tem-se como desafio alinhar as expectativas dos clientes no que concerne ao trabalho desenvolvido pela empresa, visando que o benefício seja mútuo: a satisfação do comprador em relação ao atendimento prestado e a aquisição de produtos por parte destes (PERAZZA et al., 2015).

5.2.2 Perfil dos consumidores

Oliveira (2017) afirma que o brasileiro é o maior consumidor de eletrodomésticos e eletrônicos, não à toa que esse mercado são, nesta ordem, 1º e 3º lugares no ranking de faturamento do e-commerce nacional. A Navegg, uma empresa de tecnologia que possui acesso as informações pessoais de mais de 400

milhões de consumidores no mundo, realizou um infográfico com o perfil dos consumidores de eletrônicos e eletrodomésticos no Brasil.

A Navegg observou que o perfil sociodemográfico da maioria dos brasileiros que estão interessados em eletrônicos e eletrodomésticos é do sexo feminino (73%), casada (78%), na faixa etária entre 35 a 39 anos (42%), em relação a classe social 62% são de classe alta e 52% tem nível superior. Os três produtos mais procurados são artigos de lavanderia, televisão e fogões, preferência das marcas são Brastemp, Panasonic e Tramontina (SILVA, 2017).

Carvalho et.al, (2016) afirmam, até o ano de 2030, haverá uma mudança no perfil dos consumidores e seu consumo. Em virtude do crescimento do poder de consumo das classes de baixa renda, posto que são responsáveis pela admissão de novos consumidores no mercado, tal como, o envelhecimento populacional ocasionará a valorização da qualidade de vida. Nos dias de hoje, nota-se que os consumidores estão cada vez mais exigentes pelos seus direitos, sendo assim, os serviços oferecidos devem corresponder às expectativas, no que tange ao conforto e rapidez.

De acordo com Marques (2017), com um mercado de alto nível de competições e de consumidores mais exigentes, traçar o perfil do consumidor é um fator relevante para que possa adotar melhores estratégias de negociação, satisfazendo o cliente. Conforme Enio Francisco Casa (2006) em razão da falta de tempo e a procura por conveniência tem tipificado o perfil dos consumidores, resultando nos hábitos de compra. Reconhece que com a insatisfação com as filas, as empresas andam investindo em tecnologia de equipamentos, *lay out* e informação para agradar a estas expectativas.

5.3 Análise dos Resultados

Em entrevista realizada com dois gerentes das lojas de eletrodoméstico mais antiga da rua procurou-se conhecer sobre o perfil do consumidor, público alvo, sobre as formas de pagamento e as mudanças que ocorreram no comércio, no qual foi aplicado um questionário, cujas perguntas e respostas serão analisadas a seguir.

A Loja 1 – designa ao Armazém Paraíba e a Loja 2 Ricardo Eletro. A loja 1 está localizado nesse local desde de 1995 e a Loja 2 desde de 2004. Dentre as questões

inventariadas, procurou-se saber qual o tipo de estabelecimento. A resposta de ambos foram - lojas de móveis e eletrodomésticos.

Objetivando compreender qual o público que transita pela rua em questão, foi perguntado qual era o perfil do consumidor e qual a origem do público alvo. Com base nas respostas constatou-se que o perfil dos clientes de ambas as lojas são as classes altas, média e baixa. Porém, a Loja 1 tem como público alvo a classe C, no qual denominamos a população de baixa renda, já, a Loja 2 tem seu foco nas classes médias e altas.

Com o propósito de saber a opinião sobre a área que está localizada o estabelecimento, observou-se que está numa ótima localização, isso foi possível ser observado por se tratar de uma Rua que está localizada no Centro da cidade, onde o acesso é maior não só pelos moradores da área, bem como das cidades adjacentes.

Os gerentes quando indagados sobre o número de funcionários do estabelecimento, foi evidenciado que a Loja 1 tem um total de 52 funcionários, enquanto que a Loja 2 possui 13 funcionários. No que concerne se existe outras filiais em regiões da cidade, responderam que sim.

Na busca do entendimento sobre as formas de pagamento utilizada pela empresa, a Loja 1 tem como forma de pagamento cartão de crédito/débito, pagamento à vista e cheque. A Loja 2 utiliza-se de pagamento com cartão de crédito/débito e o pagamento à vista.

Com relação se houve mudança no comércio, afirmaram que sim. Por abertura de novas lojas, assim, perdendo clientes, havendo aumento nas promoções e conseqüentemente aumentando a concorrência.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho trouxe elementos para transformar os propostos diante da centralização das lojas de eletrodomésticos da Rua Presidente João Pessoa na cidade de Campina Grande/PB, e comparou as transformações desse tipo de comércio da referida Rua, antes e depois da coesão. Dessa forma, foi possível verificar que antes da coesão era um ambiente pouco valorizado, se transformando depois das dinâmicas comerciais. Atualmente, se configura como uma área central da cidade onde se concentra as principais casas comerciais de eletrodomésticos.

Observou-se que, a transformação das lojas na rua em comento é essencial para a economia, uma vez que gera empregos direto e indiretamente. Ficou evidente que os consumidores são da própria cidade de Campina Grande e cidades circunvizinhas por ser um ambiente que oferta produtos e bens de serviços, bem como, agências bancárias, que resultam no consumo dos produtos ofertados pelos estabelecimentos. Para satisfazer os clientes diante da demanda de lojas concorrentes, o diferencial dos lojistas da categoria foram promover promoções e as melhores formas de pagamento.

Os resultados mostraram que a transformação comercial das lojas de eletrodoméstico na Rua Presidente João Pessoa, é consequência da expansão do poder de consumo das classes de baixa renda, no qual é o público alvo dessas lojas, sendo um mercado que mais cresce e favorável as mudanças, em razão do avanço tecnológico com o e-commerce.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Lidiane Aparecida; RIBEIRO FILHO, Vitor. Os mercados públicos e a cidade: as transformações do Mercado Municipal de Uberlândia (MG). **Caminhos de Geografia**, v. 12, n. 39, 2011.
- ARAÚJO, Felipe Fernandes de. Urban space production and spatial processes in Natal: focusing on the Ponta Negra housing estate. **Cadernos Metr pole**, v. 15, n. 30, p. 627-644, 2013.
- BATTAUS, Danila M.; OLIVEIRA, Emerson Ademir B. de. The right to the city: exclusive urbanization and the brazilian urban policy. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 97, p. 81-106, 2016.
- BRITO, Fausto.; PINHO, Breno Aloísio T. Duarte de. **A dinâmica do processo de urbaniza o no Brasil, 1940-2010**. Belo Horizonte: UFMG/CEDEPLAR, 2012.
- CARDOSO, Ivan; PEREIRA, Luzim rio Lima; PINTO, Marialva Machado S. Identifica o dos processos espaciais na organiza o do espaço urbano de cruz das almas: município do recôncavo baiano. In: **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina** – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.
- CARDOSO, Carlos Augusto de Amorim. A cidade cogumelo: Campina Grande das feiras às festas. **Mercator**, v. 1, n. 2, 2002.
- CARDOSO, J. E.; SANTOS, M. J.; CARNIELLO, M. F. O processo de urbaniza o brasileiro. In: **XV Encontro Latino Americano de Inicia o Científica e XI Encontro Latino Americano de Pós-Gradua o** – Universidade do Vale do Paraíba, 2011.
- CASTRO, Cloves Alexandre. O processo de urbaniza o da sociedade e o surgimento das primeiras universidades. **Geografia Ensino & Pesquisa**, v. 18, n. 1, p. 39-54, 2014.
- CORREA, R. L. (org.) **Geografia conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Processos, formas e intera oes espaciais. **Revista Brasileira de Geografia**, v. 61, n. 1, p. 127-134, 2016.
- COSTA, Leonardo Barboza da. **Estrutura o da cidade de Campina Grande: as estratégias e intencionalidade do mercado imobiliário**. 2013. 185f. Disserta o (Mestrado) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.
- CUSTÓDIO, Vanderli. Agentes produtores do espaço urbano e dos sistemas de espaços livres: uma metodologia. In: **XI COLÓQUIO QUAPA SEL** – quadro do paisagismo no Brasil, Salvador/BA – UFBA 2016.
- DAMIÃO, Abra o Pustrelo. Espaço urbano, produ o do espaço e segrega o socioespacial: o espaço urbano capitalista e o caso de Marília/SP. **Revista do Laboratório de Estudos da violência da UNESP**, v. 14, p. 56-70, 2014.

DINIZ, Lincoln; CASTILHO, Cláudio Jorge Moura. Faces atuais do espaço comercial em Campina Grande/PB: algumas considerações sobre a coexistência de formas modernas e tradicionais do comércio na “nova” dinâmica sócio-espacial. **Revista de Geografia**. Recife: UFPE – DCG/NAPA, v. 26, no 2, mai/ago. 2009.

FARIAS, Fablênia Tatiany de. **Comercio e cidade**: processos e formas espaciais em Pau dos Ferros/RN. 2015. 99f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.

FARIAS, Paulo Sérgio Cunha; DA COSTA, Antônio Albuquerque. As rugosidades do comércio algodoeiro no espaço urbano atual de Campina Grande-PB. **Revista GeoSertões**, v. 2, n. 4, p. 07-31, 2017.

FREITAS, Tânia Maria de.; FERREIRA, Cleison Leite. A produção do espaço urbano: formação de território e governança urbana, o caso da quadra 50 da cidade Gama – DF. In: **Anais do I circuito de debates acadêmicos**, IPEA, 2011.

FURINI, Luciano Antonio. Os agentes urbanos: conceito e características principais. **Geografia e Pesquisa**, v. 8, n. 1, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARINHO, Simone Danielle Aciole Moraes. **Planejamento urbano sensível aos recursos hídricos**: análise a partir do metabolismo urbano e da produção do espaço em Campina Grande – PB. 2018. 93f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Tecnologia e recursos naturais, 2018.

NASCIMENTO, Jose Assírio de Araújo. **Uma breve análise do processo de urbanização do distrito de São José da Mata, Campina Grande-PB**. 2011. 23f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2011.

OLIVEIRA, D. A.; CANDIDO, A. T.; SANTOS, J. I.; COSTA, A. A. A formação de fixos especializados em um espaço de fluxo: a coesão gastronômica na avenida Manoel Tavares em Campina Grande- PB. In: **Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos**, 10 a 16 de agosto 2014, Vitória/ES.

OLIVEIRA, Júlio César Mélo de. **Campina Grande**: a cidade se consolida no século XX. 2007. 41f. Monografia (Graduação em Geografia) Centro de Ciências Exatas e da Natureza. Departamento de Geociências. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2007.

OLIVEIRA, P. S. F.; LOPES, D. C.; SOUSA, L. M. **A cidade e o urbano no ensino de geografia**: considerações a partir da abordagem conceitual nos Parâmetros Curriculares Nacionais – PCNs. In: **XVIII Encontro Nacional de Geógrafos**, 24 a 30 de junho de 2016, São Luís/MA.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ermani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia Científica**. São Paulo: Avercamp, 2006.

SANTOS, E. C.; FREITAS, D. R.; SILVA, R. L.; SOUZA, A. A. M. A Dinâmica do Espaço Urbano: um estudo sobre os corredores comerciais do Bairro Jardim Satélite, cidade de São José dos Campos – SP. In: **XIV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e X Encontro Latino Americano de Pós-Graduação** - Universidade do Vale do Paraíba, 21-22 oct 2010.

SANTOS, Alexandre Eduardo. Do surgimento da cidade ao processo deconurbação: elementos teóricos para análise. In: **Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos**, 10 a 16 de agosto 2014, Vitória/ES.

SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL. **Projeto cadastro de fontes de abastecimento por água subterrânea**. Diagnóstico do município de Campina Grande, estado da Paraíba/ Organizado [por] João de Castro Mascarenhas, Breno Augusto Beltrão, Luiz Carlos de Souza Junior, Franklin de Moraes, Vanildo Almeida Mendes, Jorge Luiz Fortunato de Miranda. Recife: CPRM/PRODEEM, 2005.

SILVA, Regina Celly Nogueira; DE SOUTO MACÊDO, Celênia. **A produção do espaço urbano**. Programa Universidade a Distância UNIDIS, 2009.

SILVEIRA, Regina Paula Silva. História de Campina Grande entre as letras e a política: a influência do lugar social e da instituição de saber na escrita de Elpídio de Almeida. In: **XXVII Simpósio Nacional de História**, 22 a 26 de julho de 2013, Natal/RN.

SOUZA, Hecton Francis Alves de. **A concentração no centro urbano de Campina Grande – PB**: análise da multifuncionalidade no horário do rush. 2012. 42f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2012.

VASCONCELOS, Pedro de Almeida. As metamorfoses do conceito de cidade. **Mercator (Fortaleza)**, v. 14, n. SPE, p. 17-23, 2015.

CEP 58400-002. Rua Presidente João Pessoa – até 470/471. Centro – Campina Grande – PB. Disponível em:<http://www.consultarcep.com.br/pb/campina-grande/centro/rua-presidente-joaopessoa-ate-470-471/58400002> Acesso em: junho de 2019.

Como ocorre o processo de urbanização? Quais os seus principais conceitos? Disponível em:<<https://descomplica.com.br/blog/geografia/como-ocorre-o-processo-de-urbanizacao-quais-seus-principais-conceitos/>> Acesso em: junho de 2019.

Lista de regiões metropolitanas por população. Disponível em:https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_regi%C3%B5es_metropolitanas_por_popula%C3%A7%C3%A3o Acesso em: junho de 2019.

Retalhos históricos de Campina Grande (2003). Disponível em: <http://cgretalhos.blogspot.com/2010/12/memoria-fotografica-rua-joao-pessoa.html#.XWXGr-hKjIV> Acesso em: junho de 2019.

Surgimento das cidades. Disponível em:<http://historiabrano.blogspot.com/2015/11/surgimento-das-cidades.html> Acesso em: junho de 2019.

APÊNDICE**MODELO DE QUESTIONÁRIO APRESENTADO AOS GERENTES DAS LOJAS PESQUISADAS****Variável:** socioespacial e urbano**Fonte:** SOUZA, J. K de A (2019)**Data:** ____/____/____**Local da entrevista:**

Tipo de estabelecimento:

1. Desde de quando este estabelecimento está localizado nessa rua?

2. Tipo de produto comercializado?

3. Qual o perfil do consumidor?

4. Qual a origem do público alvo?

5. Qual a sua opinião sobre a área que está localizado seu estabelecimento?

6. Número de funcionários: _____**7. Há outras filiais em outras regiões da cidade?**

8. Qual a forma de pagamento utilizada pela empresa?

() cartão de credito/debito () pagamentos à vista () boleto () cheque

9. Houve mudanças no comércio?

() perda de clientes () aumento de promoções () grande concorrência