Lincoln da Silva Diniz

Permanências e transformações do pequeno comércio na cidade: as bodegas e a sua dinâmica sócio-espacial em Campina Grande

Esta obra trata de um tema bastante interessante para que se conheça a realidade das cidades brasileiras, em especial das nordestinas. O texto está bem escrito com fluidez. Resulta de uma pesquisa apurada sobre uma realidade pouco revelada: o pequeno comércio das bodegas na cidade de Campina Grande. Mostra consistência teórica. O texto está leve, demonstra maturidade teórica, estabelece conexões com outras realidades, em especial a brasileira, porém isto é feito sem cansar o leitor. O levantamento empírico e seu mapeamento é bastante interessante não somente para aqueles que desejam conhecer melhor a cidade de Campina Grande, mas para o público que se interesse pela discussão sobre o pequeno comércio, como este tipo de atividade se mantém e também se transforma nos dias atuais, quem são seus consumidores, onde se localizam, enfim, retrata muito bem esta realidade. Faz um resgate histórico da cidade, enfocando especialmente a importância da atividade comercial para o seu crescimento. Além disso, o livro revela a vida do bairro José Pinheiro, um bairro bastante conhecido e popular da cidade analisada. A sua leitura permite também que se conheça esta realidade e esta unidade da cidade, que vem sendo de certa forma perdida pela expansão das cidades. Sendo de fundamental importância o estudo das permanências de outros tempos guardados nos interstícios da cidade em transformação, especialmente para as ciências que estudam a cidade – particularmente a Geografia, a Sociologia, a Antropologia e a História - bem como para o público em geral que se interesse pelo tema. Na verdade, o autor analisa as permanências que integram os costumes e as tradições, mas que se fazem presentes na economia, a exemplo das bodegas que integram as atividades comerciais, mas são também elementos culturais.

Profª. Drª. Doralice Sátyro Maia - UFPB

EDUFCG
Editora da Universidade Federal de Campina Grande
ISBN 978-85-89674-90-4

Permanências e transformações do pequeno comércio na cidade: As bodegas e a sua dinâmica sócio-espacial em Campina Grande

Lincoln da Silva Diniz

Permanências e transformações do pequeno comércio na cidade: As bodegas e a sua dinâmica sócio-espacial em Campina Grande

1ª edição

EDUFCG

Editora da Universidade Federal de Campina Grande
Campina Grande - 2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
EDITORA DA UFCG - EDUFCG

EXPEDIENTE

Prof. Thompson Fernandes Mariz
Reitor

Prof. Dr. José Edílson Amorim
Vice-Reitor

Prof. Dr.Antonio Clarindo Barbosa de Souza
Diretor Administrativo da EDUFCG

Editoração Eletrônica
Ronaldo Evaristo Gonçalves

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Benedito Antonio Luciano	CEEI
Prof. Carlos Alberto Vieira de Azevedo	CTRN
Profª.Consuelo Padilha Vilar	CCBS
Prof. Edjane E. Dias da Silva	CCJS (Sousa)
Prof. José Helder Pinheiro	CH
Prof. Onaldo Guedes Rodrigues	CSTR (Patos)

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

D585p
Diniz, Lincoln da Silva.

Permanências e transformações do pequeno comércio na cidade: as bodegas e a sua dinâmica sócio-espacial em Campina Grande / Lincoln da Silva Diniz. - Campina Grande, EDUFCG, 2009.
120 p.

ISBN 978-85-89674-90-4

1.Geografia. 2. Cidade. 3. Economia. I. Título.

CDU-913 (813.3)

EDUFCG
Campina Grande – 2009
Todos os direitos reservados à EDUFCG
edufcg@reitoria.ufcg.edu.br

As grandes superfícies nunca poderão anular completamente o pequeno comércio, pois há muita coisa que será sempre preciso adquirir ao pé da porta e até em horas menos normais (SALGUEIRO, 1996, p.124).

SUMÁRIO

Prefácio.....9
Introdução.....11
1. A cidade e o seu comércio.....20
1.1. O comércio e a sua dimensão espacial.....20
1.2. Feiras livres e bodegas: especificidades do comércio antigo de Campina Grande e a produção do seu espaço.....22
1.3. O comércio algodoeiro e o crescimento urbano de Campina Grande.....31
1.4. Novas formas e espacialidades do comércio campinense.....41
1.4.1. Campina Grande no contexto histórico-geográfico da atualidade.....41
1.4.2. A nova dinâmica sócio-espacial do comércio campinense: permanência de uma estrutura desigual.....45
2. Os bairros da cidade e o seu pequeno comércio.....57
2.1. As bodegas e a formação sócio-espacial dos primeiros bairros campinenses.....57
2.1.1. O bairro de José Pinheiro: lugar de coexistências e diversidades.....74
2.2. Permanências e transformações do pequeno comércio em Campina Grande: as bodegas do bairro de José Pinheiro.....81
2.2.1. As bodegas: comércio popular, clientela popular.....81
2.2.2. As bodegas: unidades familiares comercial.....102
2.2.3. As bodegas: lugares de sociabilidade.....104
2.2.4. As bodegas: um comércio em processo de desaparecimento?.....108
Referências bibliográficas.....115

PREFÁCIO

Este livro, ao qual leitores estão tendo o privilégio de ter acesso, constitui um avanço seminal no entendimento de uma dimensão importante da Geografia (Urbana) do Comércio, mais precisamente da questão relativa às relações de atividades do pequeno comércio com o espaço urbano, mediante uma análise da realidade de lugares urbanos em Campina Grande/PB.

Ao delimitar como objeto de estudo a questão das permanências e transformações do pequeno comércio na cidade de Campina Grande, por meio de uma pesquisa rigorosa e minuciosa do papel das bodegas na dinâmica sócio-espacial das populações locais, a presente obra apresenta relevância, ao mesmo tempo, científica e social.

Do ponto de vista científico, a sua relevância traduz-se na retomada da discussão acerca do papel do comércio, por meio de uma análise geográfica, no processo de produção de lugares urbanos, destacando, primeiramente as relações estabelecidas entre a cidade e o comércio; e, em seguida, o papel do pequeno comércio na construção de bairros (populares) da cidade.

Do ponto de vista social, o trabalho mostra-se relevante na medida em que, identificando os elementos inerentes às relações do pequeno comércio com a produção do espaço urbano local, levanta discussões pertinentes em torno de problemas cruciais à vida de um número significativo de moradores (sobretudo dos prestadores de serviços ligados ao pequeno comércio e consumidores desses serviços) em Campina Grande. O que suscita o despertar do interesse social, na sua totalidade, para a necessidade de implementar intervenções conseqüentes à resolução das questões referentes às relações estudadas pelo autor.

Trata-se, portanto, de um trabalho realizado no campo de uma Geografia Conseqüente (Urbana) do Comércio, ou seja, de uma perspectiva teórico-metodológica de abordagem das relações do comércio com o espaço urbano que lhe serve, ao mesmo tempo, de meio e condição ao próprio acontecer das atividades em causa. Isso na medida em que considera a complexidade sócio-espacial e busca contribuir à discussão do tema, identificando alguns dos principais problemas decorrentes das especificidades histórico-geográficas da realidade de cidade de região subdesenvolvida, analisando-os e explicando-os para que os seus principais atores sociais consigam apresentar soluções coerentes com as necessidades reais da cidade de Campina Grande.

A este respeito, não se pode deixar de ressaltar que, de acordo com o filósofo brasileiro Rubem Alves, a ciência só tem sentido se for construída para o desenvolvimento do Homem. Visando à concretização desta meta, a teoria, os conceitos e os métodos utilizados na pesquisa têm de estarem vinculados ao conhecimento da realidade Humana o qual, por sua vez, terá que ser direcionado para resolver os problemas do Homem, levando-o ao seu desenvolvimento efetivo. A natureza social-filosófica deste livro parece seguir esta meta.

Desse modo, com muita seriedade, dedicação e compromisso para com a construção de um conhecimento capaz de estimular debates à construção de práticas sócio-espaciais propiciadoras da mudança significativa na realidade sócio-espacial dos campinenses, o Professor e Pesquisador Lincoln da Silva Diniz brinda-nos, neste momento, com um maravilhoso trabalho científico e socialmente pertinente, fácil de ser lido, atraente e encorajador de debates profundos sobre contextos sócio-espaciais de lugares habitados por populações significativas que contribuem para o processo de produção do espaço em Campina Grande.

Recife, 15 de Agosto de 2008

Cláudio Jorge Moura de Castilho
Professor dos programas de graduação e pós-graduação em Geografia
Universidade Federal de Pernambuco – Campus Recife

INTRODUÇÃO

O presente livro é resultado de um estudo realizado no período de 2001 a 2004 no Curso de Mestrado em Geografia da Universidade Federal de Pernambuco[1], mas que teve o seu início ainda no Curso de Geografia da Universidade Estadual da Paraíba, em Campina Grande, sob a orientação da Prof. Ms. Maria Braga de Sá.

A proposta de realizar este estudo surgiu a partir de observações acerca da permanência do pequeno comércio, tipo bodega, venda e/ou mercearia[2], nos bairros da cidade de Campina Grande, especialmente no bairro de José Pinheiro, lugar da nossa pesquisa. A permanência deste objeto no circuito comercial atual, frente às novas formas comerciais, despertou-nos a curiosidade em compreender a sua função sócio-espacial entre a população do referido bairro, bem como, a sua presença atuante na construção do espaço urbano do mesmo.

O bairro de José Pinheiro constitui um dos bairros mais antigos, populares e importantes da cidade de Campina Grande, em razão de possuir um considerável dinamismo comercial onde o novo (as novas formas comerciais) ocupa espaços ao lado do velho

---

[1] DINIZ, Lincoln da Silva. *As bodegas da cidade de Campina Grande: objetos de permanência e transformação do pequeno comércio no bairro de José Pinheiro.* 2004, 195f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco – CFCH/UFPE, Recife. Orientador: Prof. Dr. Cláudio Jorge Moura de Castilho.

[2] A bodega, definida aqui como uma pequena unidade familiar comercial, constitui um tipo de comércio muito popular e antigo na região. Nos dicionários brasileiros, a bodega recebe várias denominações, tais como: pequeno armazém de secos e molhados, taberna, casa suja, venda, botequim de interior, comércio de pouco valor. Ainda, nos próprios dicionários, a bodega é entendida distintamente da mercearia (loja onde se vende a retalho gêneros alimentícios). Mesmo apresentando conceituações tão diferentes e diversas nos dicionários, denominações pejorativas, preconceituosas e até distorcidas da realidade empírica, popularmente conhecem-se e associa-se a bodega à mercearia, sendo estes, para as populações locais, o mesmo comércio.

(as antigas formas comerciais), já existente desde o surgimento do bairro. O bairro também apresenta diferentes populações de nível sócio-econômico, apesar da maior parte dos seus moradores pertencerem a uma classe social de baixa renda. Além disso, no passado, o bairro representava um espaço da cultura popular local, como lugar de festejos.

Formado por novas e antigas formas de mercadejar, o circuito comercial do bairro de José Pinheiro apresenta diversos objetos, formas de tempos diferentes, que coexistem num mesmo espaço. Dentro deste circuito, as bodegas permanecem mantendo as suas típicas características e influenciando na construção do próprio bairro. Sobre a permanência destes tipos de objetos no espaço urbano observou Milton Santos (1997a, p.245) que: "Enquanto novos objetos se instalam [...], em algumas áreas urbanas, na maior parte da aglomeração permanecem objetos herdados representativos de outras épocas".

Objetos que resistem no tempo, no qual as formas espaciais modernas se fazem cada vez mais hegemônicas, as bodegas permanecem no espaço atendendo as necessidades mais básicas dos grupos sociais menos favorecidos que, muitas vezes, não dispondo de meios econômicos e culturais para consumir no comércio moderno, optam ainda por esta forma de comércio.

As bodegas enquanto antigos objetos espaciais do pequeno comércio, ao longo das sucessões dos meios geográficos[3], exerceram um papel significativo no processo de povoamento dos sertões brasileiros, na formação de inúmeros povoados, vilas e

---

[3] De acordo com Milton Santos (1997a), a história do meio (espaço) geográfico pode ser dividida grosseiramente em três etapas: o meio natural, o meio técnico e o meio técnico-científico-informacional. O *meio natural* constitui aquele período em que o homem utilizava-se da natureza sem causar grandes transformações. As técnicas e o trabalho se casavam com as dádivas da natureza. Já o período técnico (*meio técnico*) que vai do fim do século XVIII, sobretudo, ao longo do século XIX, vê a emergência do espaço mecanizado e o aumento exponencial da divisão internacional do trabalho. O terceiro período, o *meio técnico-científico-informacional* começa praticamente após a Segunda Guerra Mundial, e sua afirmação, incluindo os países do Terceiro Mundo, vai realmente dar-se nos anos 70. Esta nova fase atual do meio geográfico caracteriza-se principalmente pelo grande e extraordinário avanço tecnológico, informacional e científico. Este período distingue-se dos anteriores pela profunda interação da ciência e da técnica.

cidades, neste vasto espaço habitado e modificado pelo homem.

O espaço geográfico, produto da ação humana sobre o meio natural, realizou-se desde os primórdios da humanidade, quando o homem, organizados em sociedade, começou a se apropriar dos elementos (objetos) da natureza, transformando-os de acordo com as suas necessidades. Esse processo de culturalização da natureza deu-se a partir da evolução das técnicas utilizadas pelos homens sobre o seu meio, o qual, ao longo dos séculos, tornou-se mais humanizado e povoado por novos objetos e ações, que passaram a moldá-lo, tornando-o mais artificializado e complexo.

Nesse sentido, argumenta Santos (1997a, p.51) que, "... o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações." Sistemas de objetos e sistemas de ações, nesta definição, se interagem e se complementam conjuntamente, pois enquanto os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações, estas, por sua vez, levam à criação de novos objetos ou se realizam sobre os objetos preexistentes. São esses sistemas, portanto, que criam e recriam as condições ambientais e sociais, dando inconstantes formas ao espaço habitado e conquistado pelo homem.

Os sistemas de objetos (formas fixas, construções, obras diversas) permitem que as ações (fluxos, circulações, movimentos) modifiquem o meio natural, redefinindo e dinamizando, deste modo, o espaço. A complexidade destes sistemas sobre o meio gera lugares distintos e desiguais entre si quanto ao desenvolvimento técnico alcançado por cada sociedade, a realidade sócio-econômica destas populações e as vantagens (potencialidades) naturais que cada lugar apresenta.

No começo dos primeiros tempos da história da humanidade, antes da massiva ação antrópica, a configuração espacial era dada apenas por um conjunto complexo de elementos naturais. Nesta fase, a natureza, que constitui a ordem vital, realizava e determinava deste modo, as transformações espaciais. Após esse período, com a evolução das técnicas, os homens, a ordem racional, detentores de uma racionalidade triunfante, domestica essa natureza e passam a ser senhor do seu meio, modificando-o de acordo com os seus desejos e preenchendo-o com os seus artefatos, suas marcas (SANTOS, 1998, p.16).

As obras realizadas pelos homens no decorrer da história

deixaram incontáveis marcas impressas no seu espaço, que em muitos casos constituem verdadeiras próteses, acréscimos humanos à própria natureza, substitutos artificiais de elementos naturais, extensões artificializadas sobre a natureza, como por exemplo: pontes, portos, plantações, canais, cidades, edificações humanas, construções diversas. A natureza foi, assim, ao longo dos tempos, registrando, incorporando a ação modeladora do homem e dele adquirindo diferentes feições, que correspondem às marcas deixadas por várias sociedades a cada momento histórico.

Os objetos, elementos definidores do espaço, constituem todas as formas que existem na superfície da Terra, sejam elas naturais, como os vales, rios, rochas e montanhas, ou artificiais, fruto do trabalho humano, como as cidades, as estradas, artefatos diversos etc. Os objetos são, portanto, toda a herança da história natural e social, todo resultado, sobretudo, da ação humana que se objetivou e se materializou amplamente no espaço, tornando-o um meio cada vez mais socializado, progressivamente tecnificado, cheios de artifícios de idades e funções diversas.

Esse sucessivo e crescente processo de culturalização da natureza vem dar-se de modo efetivo principalmente a partir da evolução das técnicas desenvolvidas pelos homens em diferentes tempos, por diversas sociedades. Estas ações humanas, realizadas em diversas regiões propiciaram o surgimento de variadas formas (objetos) nos lugares.

A presença de objetos de origens e funções diferentes sempre povoou o espaço do homem. Após cada geração, o homem se apropriou, utilizou e atuou de diversas formas sobre o espaço, deixando as suas marcas, suas criações impressas espacialmente, tornado os lugares mais artificializados, humanizados e dinâmicos.

A permanência de objetos edificados pelos homens no espaço em outras épocas deixou impressos nos lugares restos de antigas divisões do trabalho, paisagens, formas passadas e isoladas, a quem Milton Santos denominou de rugosidades. Estas formas rugosas correspondem, portanto, aos objetos antigos, construções passadas, antigas relações de vizinhança, herdadas de outros tempos e que coexistem atualmente no mesmo espaço com outras formas de origens recentes e modernas - objetos novos e modernos -, a exemplo do que ocorre no setor comercial, onde as novas formas

de comércio (grandes lojas, redes de supermercados etc.) ocupam espaço ao lado de outras antigas formas de mercadejar como as bodegas, que constitui um comércio tradicional e familiar nos bairros populares das cidades da região.

A bodega, comércio típico da Região Nordeste do Brasil, constitui um objeto do pequeno comércio muito antigo na história de várias cidades, povoados, comunidades rurais, sítios da região nordestina, este remonta desde a origem de muitos povoados, que iam surgindo e se formando ao longo das extensas estradas abertas no vasto interior conquistado pelo colonizador. As bodegas surgiram, então, neste meio, onde predominavam práticas comerciais primitivas (escambo), comuns no início da ocupação dos sertões brasileiros.

Comércio típico e popular nas feiras livres da região, as bodegas no princípio localizavam-se primordialmente nestes lugares ocupados por estas atividades que, durante longos tempos foram responsáveis pela economia e o surgimento de muitas cidades interioranas. As feiras, espaço das trocas, do livre comércio, das praças de escambos, reuniam diversos negócios e concentravam grande parte da produção regional, realizando assim o abastecimento das populações que viviam nos povoados, vilas e campos.

As histórias de muitas cidades da região nordestina registraram a presença destas importantes feiras, que constituíam os principais centros do comércio regional. As bodegas, objetos representativos destes espaços, acompanharam também o crescimento de várias cidades desde as suas origens.

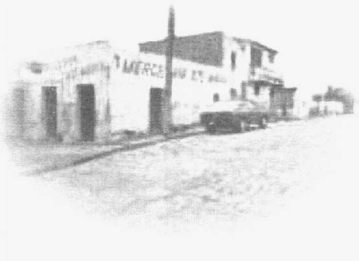
Campina Grande no Estado da Paraíba corresponde a um destes representativos povoados, que cresceram em função desta atividade. A cidade no passado possuía uma importante e movimentada feira comercial onde eram negociados os principais produtos da região, vindos das cercanias e de longínquas terras, tais como: cereais, animais, carnes, couros e peles, algodão, rapadura, queijos, artefatos etc. Esta movimentada feira impulsionou o crescimento da importância do lugar, que logo se transformou num grande e importante empório comercial do interior da região nordestina.

A origem da feira de Campina Grande, segundo Costa (2003, p.96), teve a sua primeira localização condicionada pela existência da feira de cereais - de farinha de mandioca - no sítio das Barrocas,

arruado que se formou a partir de um aldeamento de índios Ariús, na margem esquerda do riacho das Piabas[4].

As bodegas da cidade de Campina Grande tiveram um papel significativo na produção do seu território. A presença destes estabelecimentos no comércio citadino, sobretudo na feira e em diversas ruas e localidades, contribuíram também no crescimento da cidade, pois estas marcaram a formação de muitas de suas localidades desde as suas origens. Os seus primeiros bairros registram a presença desses objetos, os quais, anteriormente, quase constituíam, nestas localidades, as únicas unidades comerciais existentes responsáveis pelo abastecimento direto, com mantimentos básicos indispensáveis às suas populações, tais como: gêneros alimentícios, medicamentos, produtos de limpeza e higiene, bebidas, materiais de construção, utensílios diversos, entre outros produtos.

O bairro de José Pinheiro, na cidade de Campina Grande, constitui também uma dessas várias localidades, que tiveram as suas origens marcadas pela existência deste tipo de comércio. A importância da bodega na vida deste bairro remonta desde as origens do lugar, onde sempre desempenhou uma função social e econômica importante entre os seus moradores, contribuindo, deste modo, na construção do seu espaço.



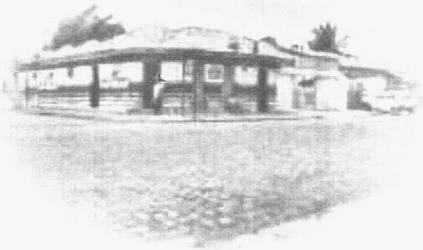


Figura 1 e 2: Bodegas localizadas no bairro de José Pinheiro
Foto: Lincoln da S. Diniz, nov./2000.

[4] Para saber mais sobre a origem e a importância da feira de Campina Grande e sua permanência ao longo das sucessões dos meios geográficos, ver: COSTA, Antonio Albuquerque. *Sucessões e Coexistências do Espaço Campinense na sua Inserção ao Meio Técnico-Científico-Informacional: a feira de Campina Grande na interface desse processo*. 2003. 230f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife.

As bodegas, definidas aqui como pequenos estabelecimentos comerciais populares, são enquadradas como uma das várias atividades que compõem o denominado circuito inferior da economia urbana dos países subdesenvolvidos proposto por Milton Santos[5]. Nesta teoria, contextualizamos este típico comércio a partir, sobretudo, de observações empíricas feitas previamente sobre o mesmo, levando-se em consideração as suas peculiaridades, que o caracterizam como uma atividade intrínseca a este amplo setor popular da economia urbana. Procurou-se aqui também trabalhar com outros conceitos e temas geográficos, como: espaço urbano, rede urbana, lugar entre outros, como também das obras de alguns autores que abordam o papel do comércio, das pequenas atividades comerciais na produção do espaço urbano, notadamente, nas áreas periféricas deste.

A organização do texto deste livro está distribuída em duas partes: Na primeira parte, intitulada: A cidade e o seu comércio, buscou-se destacar a importância e a dimensão espacial da atividade comercial a partir do processo de formação do espaço urbano da cidade de Campina Grande, cujo papel foi determinante no seu crescimento urbano no cenário regional nordestino.

O comércio, enquanto atividade econômica de fundamental importância para a economia de Campina Grande determinou tanto o seu rápido crescimento urbano, registrado especialmente entre as décadas de 1940 a 60, como também, ao longo da sua existência, sobrelevou a sua influência nas transações comerciais articuladas

---

[5] De acordo com Santos (1979), dois circuitos formam de modo simplificado, a economia urbana dos países subdesenvolvidos. Trata-se primeiramente de um circuito superior que é o resultado direto da modernização tecnológica, e que é constituído por modernos, novos e / ou grandes empreendimentos: bancos, novas formas comerciais (redes de supermercados, grandes lojas, novos espaços comerciais), indústria de exportações, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. Há também e, ao mesmo tempo, um circuito inferior, formado por atividades ligadas ao setor popular da economia (pequeno comércio, bodegas, ambulantes, pequenos empreendimentos), os quais se situam parcialmente distantes dos avanços tecnológicos, da modernização e do grande capital. Este circuito está voltado, sobretudo, aos indivíduos que não se beneficiam ou se beneficiam parcialmente destes progressos e técnicas modernas e das atividades a eles ligadas. Tal circuito inferior é formado essencialmente por serviços não-modernos fornecidos a varejo e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão.

num amplo espaço do interior da região nordestina, principalmente com o surto da produção algodoeira nos sertões semi-áridos. A concentração da produção e comercialização deste produto em Campina Grande impulsionou expressivamente o seu crescimento urbano transformando-a num dos principais centros urbanos regionais.

O grande crescimento urbano alcançado por esta cidade, nesta fase áurea, atrairá junto consigo outras diversas atividades econômicas, como a indústria, embora de pequena expressão, restringindo-se a firmas de beneficiamento de matérias-primas regionais (algodão, sisal e couros). A criação da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste - SUDENE, por outro lado, gerará transformações significativas neste setor, com a implantação de novas empresas de ramos específicos, que geralmente não permanecerão por muito tempo, trazendo, assim, crise econômica para a cidade, sobretudo, aos habitantes dos bairros populares, que se lançam, em busca da sua sobrevivência, em outras atividades proporcionadas pelo setor popular da economia, especialmente o pequeno comércio.

Ainda nesta primeira parte, tentou-se registrar a presença atuante das bodegas no comércio citadino campinense desde quando esta cidade correspondia a um pequeno aglomerado urbano, formado por poucas e pequenas construções, que se aglutinavam em torno do movimentado mercado articulado pela sua afamada feira, até a atualidade, frente às inovações registradas no seu comércio, concebidas em amplos e modernos objetos que se destacam na paisagem urbana e comercial desta referida cidade, a exemplo dos sofisticados shoppings, hipermercados e supermercados, situados estrategicamente em importantes pontos da mesma.

Na segunda parte, Os bairros da cidade e o seu pequeno comércio, destacamos a formação sócio-espacial dos bairros campinenses, bem como, os processos que condicionaram o seu surgimento e quando passam a se tornar mais evidentes no espaço urbano. O pequeno comércio, neste contexto, é vislumbrado neste processo com um papel mediador na construção destas nascentes localidades. As bodegas, enquanto pequeno comércio ocupa um lugar central na origem e na formação de tais lugares, desempenhando uma função abastecedora vital entre as populações que aí viviam em difíceis condições, sobretudo, de locomover-se ao

centro urbano e comercial da cidade.

Neste capítulo, focalizamos especialmente o bairro de José Pinheiro, que representa uma das localidades mais antigas e populares da cidade de Campina Grande. Descrevemos inicialmente as suas origens e alguns fatos e aspectos que contribuíram na sua formação e o tornou um lugar genuinamente popular.

O pequeno comércio teve uma participação efetiva na vida deste bairro. As bodegas, que constitui um dos tipos de comércio mais antigo desta localidade, sempre motivaram a vida dos seus habitantes, os quais ainda hoje recordam com entusiasmo e satisfação.

A atividade comercial representada pelas suas mais diversas formas, e os diferentes serviços prestados por diversos negócios estabelecidos na sua área, faz do bairro de José Pinheiro um dinâmico e exclusivo subcentro comercial campinense. A variedade de atividades, de tempos e dimensões diferentes, desenvolvidas neste bairro, sobretudo, pelos seus moradores, revelam a importância social e econômica deste lugar no contexto urbano.

A coexistência de atividades econômicas de tempos e de dimensões diferentes é uma característica deste bairro, embora a maioria dos empreendimentos existentes na sua área seja ainda de pequeno porte.

Quanto à atuação das bodegas na vida social e econômica dos moradores do bairro de José Pinheiro, buscamos ainda descrever e, ao mesmo tempo, analisar algumas características comuns deste tipo de comércio, como a sua maneira de comercializar e se relacionar com os fregueses.

Comércio de caráter extremamente popular, as bodegas ainda são um estabelecimento de fundamental importância para os habitantes dos bairros habitados por populações de baixa renda. O relacionamento amistoso com os fregueses, reforçado com o trabalho familiar, e a sua proximidade com as suas residências são aspectos fundamentais destacados.

As bodegas, enquanto lugar de sociabilidade e de conflitos é também observado nesta última parte, onde constatamos, ainda, como este pequeno comércio vem reagindo às novas e intensas tendências modernizadoras da atualidade, presente no setor comercial urbano.

1. A cidade e o seu comércio

1.1. O comércio e a sua dimensão espacial

O comércio, atividade econômica de origem milenar, sempre desempenhou um papel importante na formação e no desenvolvimento das primeiras sociedades urbanas. Além de abrigar as funções do poder religioso e político, a cidade, desde as suas origens, "desempenhou um papel igual na vida econômica", como nos lembra Mumford (1991, p.84). Segundo ainda este autor, é especialmente na cidade que o mercado encontra um lugar permanente, pois aí ele dispõe de "uma população suficientemente grande para oferecer um bom meio de vida a mercadores", que, por sua vez, obtêm "ligações distantes e produtos caros, e suficiente produtividade local para permitir que os excedentes das oficinas urbanas sejam oferecidos à venda em geral" (MUMFORD, 1991, p.84-85). Tais condições reunidas na cidade somadas aos avanços técnicos dos sistemas de comunicação e transportes impulsionarão o crescimento das transações comerciais numa escala ainda maior do que em qualquer outra ocasião anterior, pois o mercado deixa de ser apenas uma prática local.

A cidade, deste modo, desempenhou e, ao mesmo tempo, possibilitou o desenvolvimento da atividade comercial, principalmente a partir do capitalismo, após o fim do período feudal, quando começam a ganhar importância as feiras comerciais, embriões das futuras cidades comerciais. A partir daí, as cidades ressurgem e se desenvolvem em torno desta atividade, que passa a estabelecer um terreno firme para a formação e expansão do modo de produção capitalista.

O comércio, desta forma, a partir do capitalismo, enquanto atividade econômica urbana impulsionou o crescimento das cidades, estendendo o processo de urbanização a nível mundial e transformando as cidades em lugares de extrema importância política e econômica. As cidades (burgos) tornam-se, portanto, o palco das novas doutrinas mercantilistas, o lugar da classe burguesa, o centro ideológico, político e econômico do mundo. Nesse sentido, enfatiza Spósito (1997, p.30) que: "A cidade nunca fora um espaço tão expressivo e extenso a nível mundial, como a partir do capitalismo".

Sendo responsável durante séculos pela formação de inúmeros núcleos urbanos que nasceram e cresceram ao longo das rotas comerciais, dos grandes caminhos abertos pelo tráfego de mercadorias, que transitavam e penetravam o vasto interior das regiões em direção aos núcleos urbanos e as suas praças de escambo onde eram realizadas as trocas, o comércio condicionou grandes transformações espaciais e determinou a conquista de novas terras.

No Brasil, os primeiros sinais de existência de centros urbanos datam do período colonial, época do domínio português. As primeiras cidades brasileiras localizavam-se primordial e estrategicamente próximo ao litoral, lugar de embarcações. Estes centros funcionavam como pontos de defesa do litoral e vias de penetração ao interior, aos Sertões[6], que em breve seria conquistado e colonizado. Segundo Corrêa (2001, p.98), este seria o primeiro padrão espacial da rede urbana[7] brasileira, o padrão dendrítico[8]. A partir deste sistema surgem as cidades interioranas (conhecidas como "bocas do Sertão" e/ou "pontas de trilhos") subordinadas às cidades litorâneas[9].

Esclarece ainda o mesmo autor que a criação de núcleos urbanos junto a uma atividade econômica foi muito comum na origem das primeiras cidades da rede urbana brasileira, como é o caso de diversas cidades que nasceram próximas a uma sede de engenho de cana-de-açúcar, ou ainda de um seringal, de uma mina de garimpo, de uma capela em fazenda, a uma pousada de tropas de burros, ou ainda no entroncamento de rotas de comércio. (CORRÊA, 2001, p.96).

---

[6] Para os portugueses, na época da colonização, todas as terras interioranas localizadas além de vinte léguas da costa litorânea, eram chamadas de Sertão ou Sertões.

[7] A rede urbana constitui-se no conjunto de centros urbanos funcionalmente articulados entre si (CORRÊA, 2001, p.93).

[8] O padrão de redes *dendríticas* de localidades centrais caracteriza-se pela sua origem colonial nos países subdesenvolvidos. O ponto de partida desta rede é a criação de uma cidade estrategicamente localizada próxima ao mar, sendo esta o ponto inicial de penetração do território (CORRÊA, 2001, p.43).

[9] De acordo com Reis Filho (1968, P.78), a formação da rede urbana brasileira é iniciada em 1532, a partir do estabelecimento do regime das capitanias hereditárias e da fundação da vila de São Vicente.

1.2. Feiras livres e bodegas: especificidades do comércio antigo de Campina Grande e a produção do seu espaço

A abertura de longos caminhos cortando o vasto interior das regiões brasileiras deu origem na sua margem a vários núcleos de povoamento. Campina Grande corresponde a um destes inúmeros povoados que nasceram e consolidaram a conquista dos Sertões[10]. Caracterizada como ponto de cruzamento de importantes estradas vindas de distantes e distintas regiões, a cidade tornou-se, portanto, ponto de passagem dos comerciantes de gado e de cereais, dos tropeiros, que por ali passavam com suas tropas de burros, muares, boiadas, vindos dos Sertões dos Estados do Ceará, Pernambuco, Rio Grande do Norte e até do Piauí, com destino aos centros urbanos litorâneos, como o Recife. A cidade, portanto, funcionava como uma importante via de acesso ao Sertão, como nos relata Manuel Correia de Andrade na sua clássica obra *A Terra e o homem no Nordeste* (1986, p.123): "Campina Grande, centro de comércio do gado, era como porta de penetração para o Sertão paraibano, para o Cariri..."

A presença das fazendas de gado no vasto Sertão nordestino propiciara a formação de diversos núcleos urbanos nesta zona. Campina Grande teve também a sua origem e localização condicionada pela existência destas propriedades. A expansão desta atividade criatória nos Sertões e o cultivo da lavoura de subsistência nos úmidos Brejos paraibanos garantiram a demanda de animais de tração para o trabalho nos canaviais da região da mata litorânea e o fornecimento de carne e gêneros agrícolas, como cereais, frutas e legumes para a alimentação das populações que viviam nesta faixa de terras, servindo, portanto, de suporte à atividade econômica canavieira.

---

[10] 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, trazidos dos Sertões do Vale de Piranhas pelo capitão-mor Teodósio de Oliveira Lêdo. Sendo elevada 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 baixios do nível inferior do Planalto da Borborema.

Circundada por fazendas de gado e lavouras de subsistência, a evolução de Campina Grande deu-se na condição de fornecedora de gado de corte e de tração para o litoral canavieiro e de gêneros agrícolas das lavouras de subsistência aos núcleos urbanos da região litorânea e das regiões circunvizinhas. A conjugação destas diferentes atividades realizadas em áreas de dimensões bem distintas (fazenda-lavoura) determinou deste modo, o desenvolvimento da sua feira de gado e de cereais, que a transformou numa importante praça de escambo da região (SILVA, 2000, p.18-19).

A origem de Campina Grande está intimamente imbricada com o desenvolvimento da feira de gado e de cereais, como era conhecida pelos comerciantes da região. O surgimento deste comércio no povoado explica-se também pela presença das casas de farinha de mandioca no povoado e nas suas cercanias. A concentração da produção de farinha e de outros cereais como o feijão e o milho, vindos dos Brejos e de outras regiões, em Campina Grande, propiciou a expansão da atividade criatória nos Cariris e Sertão e determinou, sobretudo, o crescimento da feira de gado[11] do Marinho[12], que se localizava próximo a Campina, fortalecendo assim, o seu comércio.

Epaminondas Câmara (1998), no seu livro *Datas Campinenses*, nos apresenta um breve e valioso relato sobre as origens de Campina Grande, identificando a importância que tiveram as casas de farinha de mandioca na construção da referida cidade, bem como no desenvolvimento do seu comércio:

> ... surgiram casebres de taipa e telha, formando a primeira rua e novas moradias do mesmo tipo foram construídas em torno da capela [...]. Apareceram nas adjacências (Brejo e Agreste) as primeiras casas de farinha, cujo produto já estava

[11] Observa Costa (2003, p.19-22) que antes de Campina Grande ganhar destaque regional como feira de gado, foi a feira de farinha de mandioca que atribuiu importância ao lugarejo, transformando-o em *localidade central*, pois a produção deste produto nas suas cercanias garantia o abastecimento de boiadeiros e tropeiros que passavam pelo povoado, vindos de terras longínquas.

[12] O sítio Marinho, localidade situada a aproximadamente uma légua a leste do centro urbano de Campina Grande, possuía no passado uma importante feira de gado, como nos lembra Câmara (1998, p.29): "A feira de gado do Marinho [...], era muito movimentada, sendo talvez a maior da Província".

> abastecendo a feira da rua das Barrocas. Em razão da procura deste e de outros cereais, o povoado foi se tornando um pouso quase obrigatório dos boiadeiros e tropeiros do interior (CÂMARA, 1998, p.23).

Campina Grande reuniu condições propícias para o desenvolvimento da atividade comercial. Situada sobre o compartimento da Borborema[13], encravada no Agreste paraibano entre as regiões pastoris do Sertão e do Cariri e as regiões agrícolas do Brejo e do Litoral[14], a cidade se beneficiou tanto de tal localização geográfica que logo se tornou um grande centro comercial e importante via de ligação entre o interior e os centros urbanos litorâneos da região.

O Agreste paraibano, como área de transição entre zonas ecologicamente e economicamente distintas, logrou vantagens quanto à valorização da terra, pois a sua localização geográfica possibilitou facilmente o contato com as regiões vizinhas, propiciando, desta forma, o trânsito de mercadorias sobre a sua área, transformando-a, por conseguinte, numa zona de intensa atividade comercial.

A função mercantil desempenhada pelo Agreste nordestino determinou intensamente o surgimento e o crescimento de muitas cidades nesta região, a exemplo de importantes centros urbanos como: Campina Grande, na Paraíba, Caruaru, em Pernambuco, Feira de Santana, na Bahia, entre outras diversas cidades, que nasceram e se desenvolveram principalmente em função desta

---

[13] O Planalto da Borborema abrange quatro Estados da Região Nordeste do Brasil: Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Alagoas. O município de Campina Grande, com uma área de 641,37 km², acha-se situado na porção oriental da Borborema, estendendo-se pelos níveis em geral de 500-550 metros de altitude.

[14] O *Sertão* compreende as grandes extensões do interior nordestino. É a área mais extensa, ocupando aproximadamente 55% da região nordestina, esta região caracteriza-se também pela vegetação semi-árida e pelo clima seco e quente. A região do Agreste corresponde à zona de transição que se situa entre o Litoral e o Sertão, apresentando trechos tão úmidos como a Mata (os *brejos*) e outros tão secos como o Sertão. Quanto ao *Litoral (Zona da Mata)*, este constitui a franja litorânea que se estende com algumas interrupções do Rio Grande do Norte até a Bahia e que apresenta predominantemente o clima quente e úmido. Esta região concentra a maior parte da população nordestina. Além destas distintas zonas, a Região Nordeste apresenta ainda outra área, que envolve o Estado do Maranhão e parte do Piauí; trata-se do *Meio-Norte*, que é uma área de transição entre o clima seco do Sertão e o clima úmido da Amazônia.

atividade econômica (Figura 3).

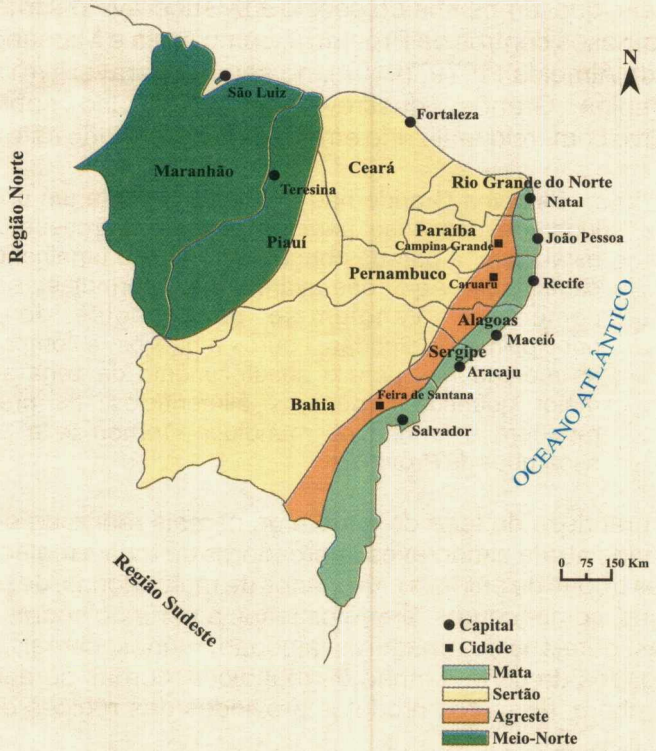


Figura 3: Regiões geográficas nordestinas
Desenho: Lincoln da S. Diniz / Lucival da S. Diniz. Campina Grande, março de 2004.
Fonte: ANDRADE, M. C. de. A terra e o homem no Nordeste. 6ªed. Recife: UFPE, 1998.

O comércio, portanto, foi a principal atividade econômica de Campina Grande desde as suas origens. Sendo este, responsável pela abertura de longos caminhos que se estenderam pelas extensas terras sertanejas, e se encontravam em Campina, que constituía o ponto de reunião das duas grandes artérias sertanejas, as estradas do Seridó e de Espinharas. O comércio, realizado na região, influenciou também, ao mesmo tempo, o crescimento de Campina Grande, que concentrava grande parte da produção vinda do interior, como o algodão, couros e peles, carnes, cereais, agave e minérios com destino aos centros urbanos regionais.

Esse intenso movimento comercial registrado em torno de Campina propiciou a instalação de uma importante feira de gado e de cereais, que já nos fins do século XIX superava o comércio de outros famosos centros da Província, como Areia e Mamanguape[15]. Elpídio de Almeida (1979, p.107), no seu memorável livro História de Campina Grande, descreve-nos um pouco sobre este expressivo comércio realizado em Campina. Segundo este autor:

> ... Campina Grande não era simplesmente um pouso, um lugar de descanso para os animais e tropeiros. Mas a estalagem, a parada obrigatória, o ponto terminal da longa caminhada. Aqui operavam-se as permutas, as trocas comerciais. Vendiam-se os produtos do sertão, principalmente algodão, couros e queijos, e compravam-se as mercadorias para o abastecimento da zona seca, em maior quantidade gêneros alimentícios, de preferência rapadura e farinha de mandioca. Tornou-se a praça de escambos da Província.

A grandeza da feira de gado e de cereais realizada em Campina Grande atraía almocreves, mercadores de toda a região, vindos com suas tropas de animais carregados de mercadorias, de produtos sertanejos, como: couros, artefatos feitos a partir do couro, queijos, charques, garajaus de rapaduras, algodão, rendas, cereais (feijão e milho), gados de corte, farinha de mandioca, cordas de agave etc. Além também, de outros produtos provindos das regiões do Brejo,

---

[15] Afirma Câmara (1999, p.59) que: "Em 1850 Areia e Mamanguape estavam na vanguarda do comércio do interior da província". Estas duas vilas formavam na época os principais centros comerciais da Província. A farinha comercializada em Campina sofria fortemente com a concorrência da feira do Brejo de Areia. Segundo ainda Câmara (1999, p.60), Campina Grande só conseguiu superar o comércio destes centros, sobretudo, o de Areia, devido primeiramente a sua posição geográfica, pois os caminhos que levavam a Areia eram íngremes, estreitíssimos e sinuosos, enquanto que os de Campina eram melhores, mais conhecidos e muito utilizados pelo intenso movimento comercial do interior. Aponta ainda o mesmo autor que os aspectos destas localidades, quanto as suas feições arquitetônicas, também influenciaram o crescimento comercial de Campina Grande, que apresentava construções modestas, sem luxo, com poucas ostentações, comuns aos tropeiros e habitantes das regiões secas. Enquanto que o luxo e a elegância dos sobrados da classe aristocrática de Areia e Mamanguape contrastavam com a vida simples dos tropeiros. "... faltava aos areirenses e aos mamanguapenses – espírito mercantil, ética dos grandes lucros, agitação..." (CÂMARA, 1999, p.60).

tais como: cereais, frutas, verduras e leguminosas, rapaduras, fumo, café, aguardentes, gados etc. Da região litorânea vinham diversos artefatos, trazidos por mascates, que utilizavam também como transporte os lombos dos burros para carregar em baús, vários artigos, como: ferramentas, utensílios de uso doméstico, porcelanas, bacalhau, miudezas, tecidos, entre outros artigos. A concentração destes produtos na praça comercial de Campina dinamizava e intensificava o seu comércio, que já era considerado pelos comer-ciantes e transeuntes da época como um dos maiores e principais centros comerciais do interior da região nordestina.

O movimentado comércio de gado realizado na feira da cidade enchia as suas ruas, currais, cercados e estradas. O grande fluxo de animais carregando mercadorias, víveres, nas transações comerciais, caracterizava a movimentada feira de Campina Grande num enorme celeiro. A grande quantidade de animais circulando "livremente" por todos os cantos do povoado indicava também a dimensão de negócios praticados na sua feira, onde trafegavam desde "gado de açougue" com destino, principalmente, aos centros consumidores litorâneos, a pequenas criações de aves, de animais domésticos, realizadas soltas nos terreiros, ruas do lugarejo. A presença e o intenso movimento destes animais na cidade são relatados por Epaminondas Câmara (1999, p.91):

> Se era pequeno o movimento de transeuntes, era grande o de animais. Aqui e ali, tropas de burros encangalhados, bestas com cargas de farinha, rapadura ou frutas, jumentos carregando água ou material de construção, bois puxando lentamente carros de algodão em rama, muares com cargas de lenha, burras de sela bem arreadas, cavalos baixeiros ou meeiros esquipando em parelhas, rua abaixo, rua acima, cobrindo tudo de pó; derruba de gado na rua do Seridó, cabras que davam leite às crianças, ovelhas dormindo no oitão da Matriz, porcos fuçando as sarjetas e se dando ao esporte de enlamear as calçadas e os batentes, perus e galinhas ciscando o local da feira à cata de grãos de milho.

A cidade apresentava, então, características tipicamente rurais. O campo fazia-se presente no comércio e na vida do povoado, que até 1864 não passava ainda de um pequeno

aglomerado de mais ou menos trezentas casas, distribuídas em quatro ruas, três largos e oito becos (CÂMARA, 1999, p.88). Apesar disso, a cidade já constituía num importante centro polarizador da região, contando com uma expressiva feira comercial, e concentrando grande parte da produção algodoeira do interior que para aí convergia.

O famoso comércio da feira de Campina Grande teve a sua trajetória delineada por várias localizações no povoado. No princípio era realizado tradicionalmente na Rua das Barrocas, núcleo inicial da cidade. Depois, transfere-se para o largo da Igreja de Nossa Senhora da Conceição[16]. Nas imediações deste local foram erguidas algumas construções importantes para a época, como a alpendrada da feira, cobertura feita de telhas de barro para abrigar o comércio de alguns negociantes, uma cadeia edificada em 1814, além de outras modestas construções, como residências, pequenas casas comerciais, bodegas. Ainda nas proximidades do largo da matriz, foi edificado em 1826 por Baltazar Gomes Pereira Luna, um mercado de cereais[17] (Figura 4), que funcionou por longo tempo como um importante ponto de referência da feira da cidade.

Figura 4: Edifício do comércio velho de Baltazar
Fonte: PIMENTEL, Cristino. Pedaços da história de Campina Grande, 1958

[16] A construção da Igreja de Nossa Senhora da Conceição foi realizada a partir da carta Régia de 13 de janeiro de 1701, ordenando a sua construção e o pagamento de côngrua ao Capelão no valor de vinte e cinco mil réis (CÂMARA, 1999, p.26).
[17] Segundo Pimentel (1958, p.23), o mercado de Baltazar foi considerado na época uma construção suntuosa. Nele funcionava a loja de fazendas do Cel.

Algumas bodegas ocupavam uma parte das instalações deste velho edifício como nos lembra Câmara (1999, p.47): "O edifício de Baltazar, que mais tarde se chamou comércio velho, dispunha de compartimentos para famílias e quartos para armarinhos, lojas e bodegas, além dum estreito pátio coberto de telhas...".

O "comércio velho", como passou a ser apelidado este afamado mercado a partir de 1864, começa a perder importância após o deslocamento da feira para as proximidades do prédio do novo mercado construído pelo comerciante Alexandrino Cavalcanti de Albuquerque, na Rua do Seridó - atual Rua Maciel Pinheiro - (Figura 5), a nova artéria comercial da cidade[18]. Mas o comércio da cidade se expande também sobre outros espaços, em direção ao largo de outra igreja, a igreja de Nossa Senhora do Rosário. Nesta nova praça comercial se bifurcavam importantes estradas vindas do Brejo e do Sertão. A produção vinda destas respectivas regiões, sobretudo o algodão, concentrava-se aí e era neste mesmo local negociado entre os mercadores deste produto, os quais foram erguendo sucessivamente armazéns e residências no local.

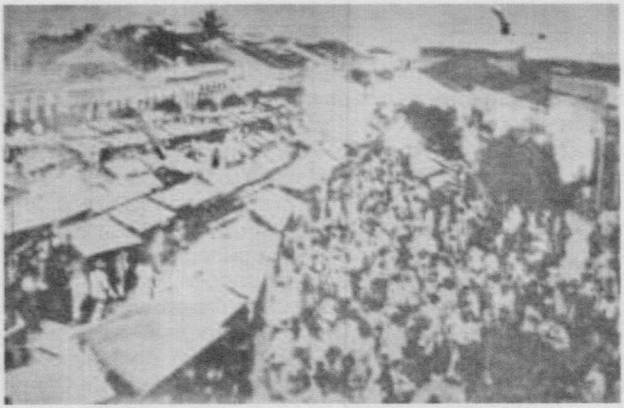


Figura 5: Feira na Rua Maciel Pinheiro em 1930
Fonte: PIMENTEL, Cristino. Pedaços da história de Campina Grande, 1958

Alexandrino Cavalcanti e alguns quiosques, que foram desaparecendo aos poucos. Após a sua desativação, o prédio é, décadas mais tarde, transformado num abrigo de famílias de pequenos comerciantes e ciganos até 1924, quando é demolido para dar lugar ao Grupo Escolar Sólon de Lucena, que constitui atualmente um dos raros edifícios históricos existentes na cidade.

[18]A mudança de local da feira de Campina gerou grandes atritos entre os políticos influentes da cidade, pois o seu poder estava também atrelado à localização

No que se refere à influência da atividade comercial, realizada em alguns trechos importantes das cidades, na formação da rede urbana brasileira, Reis Filho (1968) revela que, sobretudo, nos centros maiores, representado desde as cidades portuárias às cidades comerciais interioranas, desenvolvem-se ruas comerciais, pontos de reunião comercial, de uso constante, semelhante às praças que, por sua vez, "acolhiam, desde o início, muitas das principais atividades dos núcleos urbanos; realizavam-se nelas reuniões religiosas, cívicas e recreativas e atividades de comércio, como feiras e mercados" (REIS FILHO, 1968, p.132-133).

Em Campina Grande, o desenvolvimento do seu comércio ocorrerá com grande intensidade, especialmente, no espaço da sua tradicional feira e nas ruas, becos e estradas que afluíam e faziam parte das suas imediações. Este espaço compreendia o centro econômico principal de toda a localidade.

A sua tradicional feira[19] movimentava inúmeros negócios estabelecidos no seu entorno[20], eram casas de farinha de mandioca, tendas de barracas, currais de gados, pequenas casas de comércio de secos e molhados - as tradicionais bodegas[21] -, armazéns

---

deste comércio que representava o principal espaço comercial da cidade. Sobre esta questão, da disputa do poder da política partidária local, ver: GURJÃO, Eliete de Queiroz. Para onde o poder vai, a feira vai atrás: estratégias de poder da elite campinense, da Monarquia à República Nova. In: _____. *Imagens Multifacetadas da história de Campina Grande*, João Pessoa: A União, 2000,

[19] As feiras nordestinas são caracterizadas por Corrêa (2001, p.50) pelos seus intensos mercados periódicos, que são definidos por ele como "aqueles núcleos de povoamento, pequenos, via de regra, que periodicamente se transformaram em localidades centrais: uma ou duas vezes por semana, de cinco e cinco dias, durante o período de safra, ou de acordo com outra periodicidade". Afirma ainda que, "fora dos períodos de intenso movimento comercial esses núcleos voltam a ser pacatos núcleos rurais, com a maior parte da população engajada em atividades primárias". Segundo Costa (2003, p.99): "A feira de Campina Grande que desde o seu surgimento realizava-se aos domingos mudou para o sábado no ano de 1839, a pedido do bispo de Olinda, Dom João Perdigão, que se encontrava em visita pelo interior das províncias da Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará. Mudança que permanece até o presente".

[20] Segundo Corrêa (2001, p.62), os mercados periódicos das feiras coexistem ao mesmo tempo com as atividades dos comerciantes fixos, como é o caso das bodegas, dos pequenos armazéns que estabelecem também seus pontos nestes espaços.

[21] Assim como em todas as cidades da região, era comum a existência destas pequenas casas comerciais nas ruas dos povoados, vilas e em sítios. As bodegas

cerealíferos, marchantes, ambulantes, balaieiros, pequenos criatórios, chiqueiros de aves, porcos e cabras, algumas casas de venda de artigos variados, lojas de fazenda etc. Este foi o comércio característico da cidade, principalmente, ao longo do século XIX, sendo este responsável pelo abastecimento do povoado e de grande parte das populações da região.

O pequeno comércio, neste contexto, representado especialmente pelas bodegas obteve uma participação significativa no processo de formação da cidade de Campina Grande, sobretudo nos espaços habitados, geralmente, por populações de baixas rendas. Segundo Gonçalves (1999, p.35), a existência de modestas bodegas e residências caracterizava os primeiros bairros e localidades urbanas da cidade de Campina Grande que, se distribuíam em espaços descontínuos de difícil acesso. Aponta ainda a referida autora que, as bodegas eram quase que exclusivamente, as únicas unidades comerciais localizadas fora dos centros comerciais das cidades paraibanas.

Além do seu significativo papel econômico, as bodegas da cidade de Campina Grande tiveram, especialmente, entre as populações trabalhadoras do baixo extrato social, formada também posteriormente pela nascente classe operária das indústrias de beneficiamento do algodão e de outras matérias-primas regionais, uma importante função social.

1.3. O comércio algodoeiro e o crescimento urbano de Campina Grande

Apesar do seu expressivo comércio, registrado principalmente ao longo do século XIX, o crescimento urbano de Campina Grande se deu ainda lentamente. A cidade se restringia a um pequeno aglomerado de casas e casebres distribuídos por algumas ruelas e becos, o que leva Silva (2000, p.23) a constatar que, neste período, "Campina estava longe de preencher os requisitos e as funções

---

desde os primórdios do comércio campinense, sempre existiram ao longo da sua vida comercial e da sua formação, apesar de não serem quase mencionadas em livros, estudos históricos sobre a cidade de Campina Grande, sabemos que as bodegas tiveram uma presença significativa na origem e na construção desta cidade.

inerentes a uma cidade".

A sua economia, como também a da maioria das cidades interioranas da região, fortemente arraigada às atividades das fazendas e das lavouras, crescia ainda inteiramente em função deste meio agrário, sendo este responsável pelo movimento comercial das feiras destas cidades.

A produção de gêneros agrícolas no interior torna-se então mais importante a partir do cultivo do algodão, quando este passa a ser comercializado amplamente na região.

O surto da produção algodoeira na Região Nordeste do Brasil[22], sobretudo na zona do Agreste após o século XVIII, é relatado por Andrade (1986, p.143), como uma verdadeira "revolução agrária" nesta zona, pois a partir da expansão comercial deste produto, diversas cidades e povoados desta região transformam-se em importantes centros urbanos[23].

Muitas cidades, a partir de então, começaram a experimentar uma nova fase de grande ascensão econômica. O comércio algodoeiro se expande na economia regional, ocasionando transformações espaciais significativas nos centros comerciais deste produto.

Campina Grande, como centro convergente da produção algodoeira da região, tornou-se então o principal centro comercial deste produto. A riqueza produzida pelo algodão a transforma intensamente numa grande praça do comércio algodoeiro. A cidade, neste momento, começa a crescer agora em função principalmente deste tipo de comércio.

As mesmas vias por onde trafegavam as famosas tropas de burros e boiadas, em direção à feira de Campina Grande, passaram

---

[22] O algodão nativo do tipo arbóreo – o *Mocó* – de fibra longa era primitivamente cultivado na região. Depois, na década de 1841-50, foram introduzidas outras variedades de algodão do tipo herbáceo de origem norte-americana, que logo se expandiu pelo Agreste e Sertão, adaptando-se às condições climáticas da região

[23] Afirma ainda Andrade (1986, p.145) que, de 1750 a 1940, o algodão, "cultura que sempre foi feita associada à pecuária no conhecido complexo algodão-gado-cereais" (ANDRADE, 1987, p.98), representou um dos principais produtos nordestinos e o único que enfrentou com algum êxito a poderosa cultura canavieira, que foi responsável pelo "desenvolvimento" da região desde o início da sua ocupação.

a servir também de suporte à atividade comercial algodoeira, servindo ao transporte de burros carregados com fardos de algodão amarrados com embiras abarrotados sobre os seus lombos. Assegura assim Andrade (1987, p.146) que, "o ciclo do algodão, desenvolvido a partir da segunda metade do século XVIII, transformou os caminhos de gado em caminhos do algodão".

Durante muitos tempos, o movimento realizado pelos tropeiros eram os únicos movimentos comerciais possíveis nos vastos Sertões. Gervácio B. Aranha (1993, p.09) vê o papel desempenhado por estes tropeiros, conduzindo comboios de animais carregados de mercadorias (sobretudo de algodão), de fundamental importância para o desenvolvimento do comércio algodoeiro campinense, pois estes viajantes asseguravam a ligação de Campina Grande com um "conjunto de centros algodoeiros do Cariri e do Sertão de além-Borborema".

O algodão trazido e armazenado em Campina Grande ocupava vários recantos do povoado, lotavam, desde os velhos e novos armazéns erguidos na sua praça comercial a residências dos comerciantes e até a área das suas ruas e praças, onde eram ali mesmo pesados e comercializados. O acúmulo deste produto na cidade atraía compradores de várias partes da região até do exterior, como o mercado consumidor inglês que chegou a importar grandes volumes deste produto[24].

O grande dinamismo comercial gerado pelo algodão fez crescer, sobretudo, a importância econômica de Campina Grande no cenário regional interiorano. E, em função deste crescente dinamismo econômico registrado na cidade, é implantada uma rede de comunicação mais intensa entre o interior e o Litoral - a Estrada Real -, que se estendia da capital da Província - Parahyba (atual cidade de João Pessoa) e terminava em Campina Grande. A abertura deste novo caminho veio beneficiar mais a sua posição

---

[24] Neste período, o Nordeste brasileiro experimentou um verdadeiro rush algodoeiro que atingiria o seu clímax durante a Guerra da Secessão (1861-1864), guerra civil entre os Estados do sul e os Estados do norte dos Estados Unidos da América. Devido a este conflito, o sul dos Estados Unidos, grande produtor de algodão, se viu incapaz de manter relações comerciais com a Inglaterra, esta por sua vez, optou por outros mercados. O governo inglês, durante este conflito, passou a comprar grandes volumes deste produto no nordeste brasileiro (ANDRADE, 1986, p.145).

no comércio regional, pois a partir desta nova via reforçou-se, sobre-maneira, a sua função de ponto de entroncamento de outras estradas vindas do interior.

O longo e significativo papel desempenhado pelas extensas estradas abertas no interior das regiões determinou o crescimento econômico e a conquista de grandes extensões territoriais pelos mercadores. Além do transporte marítimo responsável pela expansão da atividade comercial nos continentes, durante séculos as estradas constituíram as únicas e principais vias transitáveis em terras firmes.

O desenvolvimento do transporte ferroviário no século XIX na Europa representou uma grande revolução técnico-mecânica. O trem passou a ser um instrumento extraordinariamente importante no desenvolvimento econômico capitalista, que a partir desta proeminente invenção alcança um intenso crescimento. O impulso econômico trazido pelos trilhos determinou, no entanto, a ascensão de diversos centros urbanos e a decadência de outros, que se situavam fora das malhas ferroviárias[25].

A implantação de vias férreas no país, a partir do século XIX, provocou um intenso desenvolvimento econômico em muitas regiões. Muitas cidades transformaram-se em importantes centros urbanos após a implantação destas estradas, sobretudo aquelas que se constituíam em verdadeiras "pontas de trilhos[26] ", pois nestas concentrava-se e escoava-se grande parte das produções vindas de distantes localidades, onde os progressos trazidos pelos trilhos

---

[25] Na Paraíba, após a extensão das vias férreas sobre algumas de suas cidades, dois importantes centros urbanos (Areia e Mamaguape) que não foram contemplados por estas modernas redes, entram em profunda decadência econômica. Enquanto que, aqueles que se beneficiaram com tal inovação alcançaram crescimentos econômicos significativos, a exemplo das cidades interioranas, como Itabaiana, Guarabira, Campina Grande entre outras localidades.

[26] Campina Grande permanece na condição de "ponta de trilhos" até a década de 1950, quando a linha ferroviária da cidade é prolongada a cidade de Soledade, em direção ao Sertão paraibano. O prolongamento da malha ferroviária a esta cidade não causou transtornos, perdas à economia campinense, uma vez que, neste período as rodovias começam a assumir o papel central nas circulações de mercadorias no território nacional.

do trem ainda não tinham alcançado concretamente[27].

Campina Grande durante o século XIX até o início do século seguinte manteve-se longe deste extraordinário avanço técnico, mas, a partir de 1907, a cidade começa a experimentar uma nova fase na sua história com o prolongamento da linha ferroviária da cidade de Itabaiana[28] em direção ao seu espaço. A instalação do terminal ferroviário na cidade representou uma grande conquista para os campinenses que viam neste transporte um futuro promissor[29].

A montagem deste meio técnico, na opinião de Costa (2000, p.06), fundamentado em Milton Santos, marca uma nova era para Campina Grande, que se insere como lugar privilegiado no sistema capitalista, através, sobretudo, da comercialização do algodão.

---

[27] Observa Andrade (1987, p.146-148) que, entre 1850 e 1930 instalou-se no Brasil uma verdadeira "febre de ferrovias". Após trinta anos de sua invenção na Europa, os trilhos ferroviários expandem-se no território brasileiro. Tendo sido utilizados na Região Nordeste a partir de 1858, numa ligação que se estendia de Recife ao Cabo e depois à Palmares em 1862. Na Paraíba, o trem só chegou em 1881, na sua capital.

[28] Cidade paraibana localizada no Vale do Rio Paraíba, distando aproximadamente 90 km de Campina Grande, experimenta um considerável crescimento econômico após a instalação da malha ferroviária no seu espaço, em 1901.

[29] Segundo Almeida (1979, p.341-350), o desejo dos campinenses de se implantar a linha ferroviária na sua cidade gerou muitas discussões entre políticos e comerciantes da época, sobretudo os da capital do Estado, que defendiam o prolongamento desta linha a partir da cidade de Alagoa Grande, pois para estes, a construção desta via ligando Campina a Itabaiana representaria uma grande perda econômica para o Estado, uma vez que esta cidade, Itabaiana, localizada próxima ao norte da zona da mata do Estado de Pernambuco, estava ligada por uma linha férrea que se estendia à cidade pernambucana de Timbaúba, cidade esta, interligada por uma via do mesmo porte à capital deste Estado, ocasionando, deste modo, o crescimento das relações comerciais de Campina Grande diretamente com o porto do Recife, e conseqüentemente, por outro lado, enfraqueceria as relações econômicas com a capital do Estado paraibano, que perderia nas suas arrecadações grandes quantias. A luta pela construção desta linha ferroviária durou muitos anos, sendo concretizada em 02 de outubro de 1907 no governo do prefeito Cristiano Lauritzen, a quem pessoalmente se dirigiu duas vezes a capital da república – Rio de Janeiro – para tratar sobre esta questão. Mas, a implantação desta via só foi efetivada mesmo a partir da pressão da empresa ferroviária *Great Western of Brazil Railway* junto ao governo federal, pois esta empresa "via em tal conexão a certeza de lucros" (COSTA, 2003, p.32).

A presença do primeiro trem ferroviário da empresa Great Western of Brazil Railway em Campina Grande foi conferindo à cidade um amplo raio de influência na região[30]. A partir deste importante evento histórico - a chegada do trem - o comércio campinense passou a alcançar uma comunicação maior com os centros urbanos litorâneos, sobretudo, com a capital pernambucana.

Sobre a importância dessas significativas transformações geradas a partir da implantação da malha ferroviária em Campina, expressa Mello (2002, p.162):

> Nenhuma cidade paraibana [...] beneficiou-se tanto do transporte ferroviário quanto Campina Grande. Convertida no mais importante centro urbano de todo o interior nordestino comporia com o algodão, comércio e a via férrea, o tripé responsável pelo progresso.

O intenso movimento comercial estimulado pela presença do trem ferroviário em Campina Grande reflete-se também espacialmente com o crescimento do seu espaço urbano[31]. A cidade recebe, então, novos empreendimentos no seu espaço, vindo este a crescer significativamente.

Décadas após a instalação deste objeto técnico-mecânico, Campina Grande começa a apresentar um crescimento urbano mais intenso. A cidade neste período registra grandes transformações no seu espaço, a sua população cresce na ordem de aproximadamente 245,0%, passando de 33.800 habitantes, em 1940 para 116.200 habitantes, em 1960 (SÁ & ARAÚJO, 1988). Coincidindo, deste modo, com a observação levantada por Milton Santos (1993, p.27), quando este faz referência a uma efetiva urbanização no país, com o cresci-mento demográfico das cidades médias e grandes a partir da década de 40 do século passado, impulsionado, sobretudo, pelo crescente processo de industrialização.

---

[30] "Campina Grande, por sua vez, torna-se um centro, de primeira ordem, hierarquicamente subordinado ao Recife, porém comandando imensa quantidade de pequenas localidades centrais, em extensa área onde a presença de centros intermediários era quase ausente" (COSTA, 2003, p.33).

[31] Segundo alguns historiadores, Campina Grande até 1937 ainda apresentava um lento crescimento urbano. A cidade se restringia a um pequeno aglomerado em torno do centro inicial.

Campina Grande, neste período apontado por Santos, alcança um forte crescimento econômico resultante da acumulação do capital oriundo do seu amplo comércio, sobretudo, da produção e comercialização do algodão que a consolida na posição de importante Centro Regional[32] no interior da região nordestina. Completa Sá e Araújo (1988) que, esta sua consolidação econômica no contexto regional é resultado, sobretudo, da convergência do movimento comercial oriundo de sua área circundante, cuja dinamização foi possível a partir da implantação de importantes ligações inter-regionais, como os trilhos e depois as rodovias.

A comercialização do algodão, o ouro branco, em Campina Grande, a tornou um importante centro comercial do algodão na região, com liderança nacional[33]. O comércio algodoeiro contribuiu para a expansão de outros setores da economia urbana da cidade de Campina Grande, como é o caso do grandioso comércio atacadista da cidade, que era responsável pelo abastecimento do Sertão, Brejo e outras zonas do Estado[34], atingindo também áreas dos Estados de Pernambuco, Ceará, Rio Grande do Norte, Alagoas e até dos Estados do Piauí e Maranhão.

A atuação comercial dos grossistas (atacadistas) de Campina Grande a transformou num grande centro abastecedor na região. O extenso volume de mercadorias distribuídas pelo seu comércio impressionava os mercadores de várias localidades da região. Seus numerosos armazéns, abarrotados com diversos produtos vindos de distantes lugares, como dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e até do exterior, se estendiam pelas principais artérias comerciais da cidade, onde se verificava um intenso e congestionado

---

[32] Segundo Santos (1997, p. 217): "A parcela técnica da produção permite que as cidades locais ou regionais tenham um certo comando sobre a porção de território que as rodeia,..."

[33] Câmara (1998, p.24) faz referência à cidade de Campina Grande nos anos trinta como sendo a terceira mais importante praça algodoeira do mundo.

[34] Aponta Cardoso (1963, p.424) que, até a capital paraibana – João Pessoa – comprava no comércio de Campina, devido à variedade de certos ramos que a cidade apresentava como é o caso do comércio de acessórios e peças de automóveis que compreendia numerosos estabelecimentos especializados. Segundo ainda esta pesquisadora, outro fator que explicava tal preferência dos pessoenses pelo comércio campinense era o grande movimento comercial registrado na cidade e os baixos preços dos produtos.

tráfego de caminhões carregados de mercadorias[35].

O amplo comércio desenvolvido por Campina na região nordestina e o seu impressionante espaço urbano, chamou a atenção da geógrafa Mª Francisca Thereza C. Cardoso nos anos sessenta do século passado, que realizou um profundo estudo sobre a cidade de Campina Grande e a sua influência no contexto regional. O profícuo trabalho desenvolvido por esta pesquisadora fora publicado na Revista Brasileira de Geografia na década de 1960, com o seguinte título: *Campina Grande e sua função como Capital Regional*. Neste trabalho, ela destaca, sobretudo, o extraordinário comércio articulado em Campina Grande, qualificando-o como um fenômeno exclusivo na região. Sobre este progressivo papel desempenhado por Campina no Nordeste brasileiro, a citada autora fala-nos, minuciosamente, no seguinte trecho, da relevância desta cidade no cenário regional:

> Mas é graças à sua extraordinária atividade comercial e à posição que ocupa no quadro geral das exportações do Nordeste que Campina Grande pode ser considerada, a rigor, como a capital econômica, não só da Paraíba, mas de uma área extensa, que ultrapassa, de muito, os limites estaduais (CARDOSO, 1963, p.423).

Segundo Sá (2000, p.183): "A expansão do comércio campinense fez-se em função do crescimento populacional, respondendo também à necessidade de expansão do capital e o abastecimento do mercado externo". A função abastecedora de Campina Grande na região e o intenso crescimento de sua população contribuíram para a expansão da atividade comercial na cidade, impulsionando, sobremaneira, o crescimento de uma série de fluxos na sua área de influência.

Os constantes fluxos comerciais geraram grandes transformações na paisagem urbana campinense. Novas construções passam a compor a paisagem urbana da cidade, como: numerosos armazéns, casas comerciais, residências, diversos edifícios, colégios,

---

[35] Destaca ainda Cardoso (1963, p.420-421) que, no setor comercial da cidade, digna de nota era a Rua João Pessoa, onde era impressionante o número de casas comerciais de atacado aí concentradas, conferindo, desta forma, "o vulto da função distribuidora de Campina Grande."

hospitais, expansão da rede de abastecimento d'água e esgotos entre outras obras de infra-estrutura.

Apesar do seu grande crescimento econômico, alcançado entre os anos trinta e sessenta, a cidade ainda apresentava poucas empresas voltadas ao setor industrial. As poucas indústrias existentes trabalhavam com matérias-primas regionais, como algumas fábricas alimentícias, firmas do ramo têxtil, curtumes e indústrias de beneficiamento de algodão[36], sisal[37] etc. A função industrial de Campina Grande, desta forma, ocupava um pequeno espaço na sua influente economia[38].

A formação de duas zonas industriais[39], nas décadas de 1940 e 60, próximas aos principais eixos rodoviários (BR - 230 e 104) que cruzam a cidade, uma localizando-se nas proximidades do açude de Bodocongó e a outra situada nas imediações do açude Velho e da estação ferroviária, definem uma nova fase de significativas transformações do espaço urbano campinense, que começa a apresentar os primeiros sinais do processo de descentralização de algumas de suas atividades econômicas. Segundo Corrêa (2000, p.12-15), este processo ocorre a partir de alguns fatores, sobretudo, a necessidade de se ter acesso a "terrenos mais amplos e baratos

---

[36] Em 1935 instalam-se em Campina duas grandes firmas multinacionais de beneficiamento do algodão, a SANBRA – Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro, empresa filial de uma multinacional Argentina – a Bung Born. E a Anderson Cleyton, que era uma filial de um grande conglomerado norte-americano do mesmo nome (ARANHA, 1993, p.17). Segundo ainda Aranha (1993), a presença destas duas firmas estrangeiras e de outras do mesmo ramo no Estado da Paraíba, afetaram destrutivamente os pequenos empreendimentos algodoeiros locais, que praticamente desapareceram após a ação hegemônica destas grandes corporações algodoeiras.

[37] O sisal ou o agave, planta muito cultivado nas zonas secas da região, principalmente a partir do século XX, quando se torna matéria-prima na produção de alguns produtos industrializados, como a celulose em um município do Estado do Rio Grande do Norte (ANDRADE, 1987, p.85), sempre foi um produto muito empregado na produção artesanal de cordas, sacos etc.

[38] Observa Cardoso (1963, p.429) que, a origem da função industrial de Campina Grande, embora quase insignificante, é bem mais recente comparada ao seu intenso comércio desenvolvido desde o surgimento do povoado. Constata ainda a autora, que a atividade industrial em Campina começa a se destacar na sua economia a partir da construção e ampliação do sistema rodoviário a nível nacional.

[39] Estas duas zonas industriais abrigavam, sobretudo, indústrias de beneficiamento de matérias-primas regionais, como têxteis, alimentícias e curtumes.

que satisfaçam requisitos locacionais pertinentes às atividades" das empresas, como as áreas próximas a portos, a vias férreas, a importantes reservas de águas, em locais que garantam acessibilidade à população e que, acima de tudo, favoreça o desenvolvimento dos empreendimentos fabris.

A atividade industrial em Campina Grande só começa a ganhar um respaldo maior já nos fins dos anos sessenta, quando a cidade é incluída nos projetos de desenvolvimento regional empreendida pela então recém criada Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste - SUDENE[40].

A criação desta superintendência, em 1959, significou ao mesmo tempo prosperidade e declínio econômico para Campina Grande[41]. Os incentivos estipulados por esta autarquia do governo federal, através de uma política de isenção fiscal, trouxeram diversas indústrias de médio e grande porte para a cidade[42]. Mas, após o encerramento do prazo destas isenções, inicia-se o período de fechamento das empresas instaladas no Distrito Industrial de Campina e de outras cidades, gerando, por conseguinte, uma profunda crise sócio-econômica nestas localidades.

Campina Grande, ao fim dos anos da década de 1970, registra grandes perdas no seu parque fabril; importantes firmas fecham neste período, deixando à míngua milhares de trabalhadores do ramo. O crescente desemprego na cidade também afetará fortemente o seu comércio, provocando o declínio no consumo e, conseqüentemente, o fechamento de muitos estabelecimentos comerciais[43].

A pavimentação e ampliação das rodovias em nível nacional, também é fator de declínio da economia campinense, na opinião de Sá

---

[40] Campina Grande, em 1956, sediou o primeiro encontro de Bispos do Nordeste; a realização deste evento resultaria na formação do GTDN – Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste, que, por sua vez, daria origem à criação da SUDENE, em 15 de dezembro de 1959.

[41] Sobre o modelo de industrialização implantado em Campina Grande pela SUDENE e as suas conseqüências na economia local, ver: LIMA, Damião de. O *processo de industrialização via incentivos fiscais: expansão e crise em Campina Grande*. 1996, Dissertação (Mestrado em Economia Rural e Regional). Universidade Federal da Paraíba. Campina Grande/PB.

[42] Até 1965, Campina Grande era a quarta cidade nordestina, depois do Recife, Salvador e Fortaleza, com maior volume de projetos de implantação e ampliação de indústrias pela SUDENE. (LIMA, 1996, p.71).

[43] Segundo Lima (1996), a crise instalada em Campina irá agravar mais ainda a partir da política centralizadora implantada pelo regime militar (Período ditatorial

(2000, p.184), pois a implantação da infra-estrutura viária tornará o espaço mais fluído, com maior mobilidade de mercadorias, capital etc. Estas transformações, de acordo com a referida autora, fizeram com que as cidades sertanejas que antes dependiam do mercado campinense, passassem a abastecer-se diretamente no Centro-Sul do país, ocasionando a queda de investimentos de capitais na região de Campina Grande.

Por outro lado, as transformações na rede viária contribuíram para o desenvolvimento de outros setores da economia campinense, como os setores de serviços educacionais e médico-hospitalares da cidade, que se desenvolve e a torna num importante centro distribuidor destes serviços na região nordestina.

1.4. Novas formas e espacialidades do comércio campinense

1.4.1. Campina Grande no contexto histórico-geográfico da atualidade

O avanço da ciência e tecnologia, nas últimas décadas, tem acelerado a velocidade das mudanças no tempo e no espaço, reduzindo as distâncias entre os diferentes lugares do mundo.

Sabe-se que a economia capitalista sempre objetivou a redução das distâncias entre as áreas de produção e de consumo, circulação e, conseqüentemente, comercialização a fim de diminuir os custos e aumentar o lucro das empresas. Nesse sentido, de acordo com Santos (1997a, p.190):

> Estamos diante da produção de algo novo, a que estamos chamando de meio técnico-científico-informacional. [...] Essa união entre a técnica e a ciência vai dar-se sob a égide do mercado. E o mercado, graças exatamente à ciência e à técnica, torna-se um mercado global. [...] Antes, eram apenas as grandes cidades que se apresentavam como império da

---

político-militar que vigorou oficialmente no Brasil de 1964 a 1985) privilegiando as capitais estaduais com projetos de implantação de indústrias, construções de importantes infra-estruturas, etc., e, por outro lado, menosprezando as cidades interioranas.

> técnica, objeto de modificações, supressões, acréscimo, cada vez mais sofisticado e mais carregados de artifício. Esse mundo artificial inclui, hoje, o mundo rural.

Este novo período, apontado por Santos, trata-se do espaço geográfico atual, um espaço novo, um novo meio geográfico, período de grande e extraordinário progresso técnico-científico, de intenso avanço na cibernética, na biotecnologia, nas novas químicas, na informática e eletrônica, de grande circulação do capital à escala mundial. Neste novo período, "a construção ou reconstrução do espaço se dará com um crescente conteúdo de ciência, de técnica e de informação" (SANTOS, 1993, p.35).

Esta nova fase do meio geográfico surge principalmente após a Segunda Guerra Mundial, conduzindo transformações que dão novos conteúdos ao espaço geográfico. A reconstrução da Europa, o intenso crescimento da economia norte-americana, os novos avanços na medicina, o grande crescimento demográfico da população mundial, a evolução do processo de urbanização, a expansão da atividade industrial em novos espaços, os ousados programas de pesquisa aeroespacial, a alta tecnologia seletiva (concentrada nos lugares mais desenvolvidos - lugares do mandar), as novas conquistas das pesquisas científicas e a expansão do setor terciário (serviços) na economia mundial (informática, educação, pesquisas, marketing, comércio, etc.).

Esses extraordinários progressos da técnica e da ciência, que antes se restringiam apenas a alguns lugares do espaço mundial, como as grandes metrópoles, expandem-se sobre novos espaços, atingindo, diferentes lugares no interior das regiões mais longínquas.

Apesar dos grandes avanços técnico-científicos alcançados no mundo, reconhece Santos (1997b, p.32) que "os espaços não são alcançados igualmente por todas as modernizações", resultando na existência de vastos e inúmeros lugares subdesenvolvidos situados parcialmente ou totalmente distantes das modernizações e, por outro lado, de alguns países altamente desenvolvidos, onde se concentram estes modernos avanços.

Após o declínio do boom do algodão[44], diversos setores de atividades comerciais da cidade de Campina Grande entraram em

[44] A produção e comercialização do algodão começaram a perder importância

crise, fazendo com que a cidade passasse a crescer num ritmo mais lento. (SÁ, 2000, p.184).

Face ao franco declínio do comércio atacadista algodoeiro, a partir dos anos 1970, os setores de serviços cresceram e passaram a desempenhar uma função importante na economia da cidade, que tenta manter sua liderança regional, investindo, principalmente, nos serviços especializados em saúde, educação e tecnologia[45]. Campina Grande, desta forma, se insere num novo meio, um meio informacionalizado, de intenso avanço tecnológico e científico[46].

---

na região, principalmente a partir da expansão dos algodoais paulistas nos anos 30 do século XX, que passam a fazer forte concorrência contra o algodão nordestino, além também de outros fatores que afetaram, negativamente, nas décadas seguintes, as plantações desta herbácea no semi-árido nordestino, tais como: a praga do *bicudo*, a falta de apóio governamental aos pequenos agricultores (grandes responsáveis pela expressiva produção algodoeira regional), a expansão da atividade pecuarista, o êxodo rural, a opção de alguns agricultores por outras "culturas mais rentáveis", a precariedade no cultivo algodoeiro etc. Atualmente, o algodão é largamente cultivado no Centro-Sul do país, onde se empregam as mais avançadas técnicas agrícolas, com destaque ao Estado do Mato Grosso na Região Centro-Oeste, maior produtor nacional deste produto.

[45] A cidade possui uma importante rede especializada de saúde da região, concentrando hospitais, diversas clínicas e laboratórios. Também abriga várias instituições de ensino superior: Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Centro Federal de Tecnologia (CEFET) e algumas faculdades particulares e escolas técnicas especializadas; bem como, um conceituado centro tecnológico formado pela Fundação de Apoio à Pesquisa (FAPESQ), a Fundação Parque Tecnológico da Paraíba (PaqTc-PB), o Centro de Pesquisa do Couro Albano Franco entre outras instituições de pesquisa. A cidade sedia também importantes instituições e órgãos estaduais como a FIEP – Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (sendo a Paraíba o único Estado do país onde este órgão localiza-se numa cidade do interior), o SESI, SENAI, SENAC, SESC, EMBRAPA / *Algodão*, além do recém criado Instituto Nacional do Semi-Árido – o INSA, entre outras instituições. Campina Grande possui ainda numerosas empresas particulares do ramo tecnológico na produção de *software*, com destaque internacional em revistas científicas estrangeiras e nacionais.

[46] Para Costa (2003, p.64), a montagem do meio técnico-científico-informacional se faz mais evidente no espaço campinense a partir dos anos 1990, quando a cidade começa a ganhar destaque na produção de *software* de computadores. Também, neste mesmo período, a cidade recebe importantes inovações no seu comércio com a presença dos primeiros *shopping centers*. Podemos dizer ainda que a aquisição do primeiro computador no Estado da Paraíba em Campina Grande, no antigo Campus II da UFPB (atual Campus I da UFCG), no final da década de 1960, indica uma suposta inserção, desta cidade, neste novo meio geográfico.

O lugar - um espaço de coexistências e conflitos de horizontalidades e verticalidades, como uma totalidade em permanente movimento - se informacionaliza, as novas técnicas tornam-se um fenômeno abrangente, global. A unicidade técnica apresenta um sistema técnico único, predominante em nível global; o sistema informacional, financeiro, de transportes, possibilita que as informa-ções cheguem simultaneamente ao mesmo tempo em diferentes lugares do mundo, próximos ou distantes, graças ao avanço da ciência e da tecnologia (via satélite, computador, internet), tornando viável, portanto, a ação das grandes empresas em nível mundial, que se utiliza de todas estas redes, visando manter a sua hegemonia no mercado mundial.

Daí porque as forças dos grandes grupos empresariais, apoiadas na intervenção do Estado, inauguraram um novo cenário mundial, caracterizado por uma economia globalizada, internacionalizada e sem fronteiras de produção e comercialização dos seus bens e serviços. Esta organização econômica possui sua base na produção e disseminação da informação e do conhecimento.

Impulsionado pela busca desenfreada do lucro, os novos agentes hegemônicos - as grandes empresas globais ampliam-se e investem na modernização tecnológica, aplicando o conhecimento científico no processo produtivo em prol do mercado. Estas intensas transformações têm como propósito tornar o espaço mais fluido, mais integrado, dispondo de amplas e densas vias, redes - serviços de transporte e comunicação, além da produção de energia - que permitirão, maior circulação e movimento.

Conforme Santos (1997a, p.258), é desse modo que os lugares se mundializam. Contudo, os vetores da modernização contemporânea, através da expansão das redes supracitadas difundem-se larga, rápida e desigualmente nos diferentes lugares do mundo.

A presença dos vetores da modernização atual (novas formas comerciais, informatização etc.), em grandes áreas do espaço, caracteriza os lugares globais simples, como as cidades mais importantes localizadas nos espaços de economia subdesenvolvida. Enquanto que a abundância desses vetores carregados de lógicas hegemônicas (grandes redes de empresas, firmas internacionais etc.) forma os lugares globais complexos, como o espaço urbano

das grandes metrópoles, os grandes centros financeiros, os modernos espaços agrícolas, as áreas nobres da cidade, centros de pesquisa etc.

É a dinâmica dessa conjugação de vetores, ligada às especificidades dos lugares, que imprime re-configurações sócio-espaciais vinculadas a interesses externos ao lugar. São os impulsos dessas verticalidades (tendências a "homogeneizar" o processo de produção do espaço urbano comercial segundo a imagem dos espaços comerciais dos lugares do capitalismo avançado) que podem suscitar reações significativas com base nas horizontalidades (permanência e mesmo expansão de formas comerciais populares).

1.4.2. A nova dinâmica sócio-espacial do comércio campinense: permanência de uma estrutura desigual

A presença dos vetores da modernização contemporânea na cidade de Campina Grande, também no seu setor comercial, revela o caráter das inovações implementadas, principalmente após a década de 1960. O que pôde ser constatado quando o seu forte e tradicional comércio atacadista, responsável então pelo forte crescimento econômico da cidade, entrou em franco declínio, abrindo espaço ao desabrochamento de novos empreendimentos comerciais. Neste caso, proliferaram-se as atividades do comércio varejista direcionado às populações mais abastadas da cidade[47] (mercadinhos, supermercados etc.).

A expansão dos mercados de médio e grande porte (mercadinhos, supermercados) dinamizou o comércio citadino local, criando um novo tipo de consumo vinculado aos padrões da modernidade contemporânea. Opondo-se a essas modernas formas

---

[47] Costa (2003, p.120) constata que, o surgimento dos primeiros mercadinhos em Campina Grande data do fim dos anos sessenta. O mercadinho Dom Dom, localizado na Feira Central da cidade, foi o pioneiro nesta nova modalidade do comércio varejista. Embora sendo um empreendimento de caráter local, este mercadinho expandiu-se e tornou-se uma rede comercial, dispondo de outras unidades distribuídas em alguns bairros da cidade, como o bairro de São José, Liberdade, etc. Após o advento deste mercado, surgiram outros estabelecimentos comerciais na cidade, como os mercadinhos e supermercados do grupo Serve Bem, Balaio, a rede de supermercados Bompreço e Hiper Bompreço etc.

espaciais do comércio, as tradicionais feiras (principalmente a Feira Central) da cidade de Campina Grande resistiram significativamente à expansão daqueles mercados, os quais cresceram também dentro dos próprios espaços do comércio popular.

Segundo Pintaudi (1999, p.151), a implantação do supermercado significou, no espaço urbano, concentração financeira e territorial, pois passou a concentrar num único local, sob a propriedade de um único empresário ou grupo, a comercialização de diversos produtos que antes se encontravam dispersos no espaço urbano em vários e diferentes pequenos estabelecimentos, como a padaria, o açougue, a bodega etc.

O comércio varejista de Campina começou a tomar um impulso mais intenso a partir dos investimentos dos setores público e privado na produção de eventos turísticos de caráter regional, nacional e até internacional. Com efeito, a construção e recuperação de ruas, ginásios esportivos, hotéis, restaurantes, museus, monumentos, prédios antigos, parques, casas de show, praças, áreas verdes, calçadões, novos espaços para o lazer e para a realização de eventos culturais como o Parque do Povo, área destinada às manifestações populares, festivais diversos, encontros políticos, religiosos e principalmente à realização dos festejos do carnaval fora de época - Micarande - e juninos - o São João - festa mais popular da cidade. Enfim, a criação e promoção desses eventos transformaram a cidade num lugar de festejos, festivais, exposições, encontros, feiras tecnológicas; portanto, em cidade de "grandes eventos", proporcionando condições ao crescimento, de modo cada vez mais intenso, do consumo.

A realização destes eventos tem garantido, assim, a expansão do comércio moderno dos shoppings, das lojas varejistas, sobretudo em razão do considerável crescimento dos fluxos de consumidores oriundos de diversas regiões do país e até do exterior.

O sucessivo crescimento econômico de Campina Grande fez do seu espaço urbano um amplo centro comercial no interior da região nordestina. A descentralização do capital comercial e a entrada de novos capitais na cidade tornaram o espaço urbano campinense mais complexo, resultando no aparecimento de vários modernos núcleos de atividades, disperso em diferentes pontos da cidade.

A importância de Campina Grande como centro comercial varejista moderno explica-se também pela presença expressiva de empresários, profissionais liberais e classes sociais com um significativo poder de compras. Verifica-se, também, uma expressiva capacidade creditícia, permitindo, assim, uma utilização maior do crédito institucionalizado, favorecendo, portanto, a implantação e expansão de modernas estruturas de comércio, de novos espaços de consumo[48]. Esses processos passaram a contribuir na dinamização comercial da cidade e a promover a valorização das áreas vizinhas situadas próximas a estes empreendimentos. É o que acontece nos Bairros do Catolé, Sandra Cavalcante, Itararé e Mirante, onde a presença de dois novos espaços comerciais (Shoppings Iguatemi e Luiza Motta) resultou na rápida supervalorização dos seus espaços urbanos. Com efeito, essas áreas têm sido alvos, em poucos anos, de muitos investimentos em infra-estrutura (construção de novas vias, abertura e calçamentos de ruas, ampliação da rede de esgotos etc.). Essas obras imprimem, portanto, significativas transformações espaciais nos referidos bairros e na área central da cidade (ainda valorizada pelas elites locais), que crescem e se expandem verticalmente, a exemplo da construção de vários edifícios residenciais de luxo erguidos recentemente.

Estes novos espaços comerciais, dispondo de diversos recursos modernos, como o marketing, atendendo, mormente, os desejos da clientela mais abastada da cidade, distancia-se, largamente, da grande massa consumidora de baixa renda, que permanece como que "à margem" destes novos espaços de consumo. O que não quer dizer, contudo, que esses segmentos sociais não participem do modelo de mercado; o que é diferente é a sua forma de inserção.

---

[48] O fenômeno da interiorização dos *Shopping Centers* nas regiões brasileiras expande-se principalmente a partir dos anos noventa atingindo importantes centros urbanos do interior (SANTOS & SILVEIRA, 2001, p.151-152). Em Campina Grande tal processo data do final desta década, com a instalação do Shopping Iguatemi, e o surgimento de outros empreendimentos comerciais locais como os Shoppings Luiza Motta (antes lojão de fábrica), Cirne Center entre outros. Antes da criação destes centros comerciais, havia ainda referência de outro centro comercial edificado na cidade pelo governo municipal no final da década de 1970, o Shopping Center Campina Grande, localizado no Largo do Açude Novo.

A forte tendência de centralização da atividade comercial num único espaço (supermercado, hipermercado, shopping centers etc.) reforça os interesses dos grupos empresariais, que avançam intensamente sobre o espaço comercial das cidades, garantindo maior acessibilidade à clientela, ao possibilitar o encontro de uma grande diversidade de produtos no mesmo local, além de outras facilidades na comercialização (PINTAUDI, 1999, p.155).

Em seus estudos realizados sobre os Centros Comerciais (shopping centers) na capital portuguesa, Cachinho (1991, p.23) afirma que a opção dos novos comércios (supermercados, hipermercados, grandes superfícies comerciais especializadas, shopping centers) pela técnica de venda que consiste na exposição dos produtos de modo a que o consumidor possa servir-se livremente, sem a intervenção do vendedor, ocasionou, ao longo do tempo, uma grande transformação no espaço comercial. Trata-se, segundo ele, de uma verdadeira "cirurgia plástica do comércio retalhista" (varejista), contrapondo-se, desta forma, às práticas comerciais dos pequenos comerciantes tradicionais como a exemplo daquelas das bodegas localizadas nos bairros populares, que privilegiam o contato personalizado e amistoso com o cliente.

Para Salgueiro (1996), em estudos sobre a atividade comercial em Portugal, este moderno método de venda representado pelo livre-serviço ou auto-serviço, método que consiste no livre acesso direto do consumidor às mercadorias expostas nas prateleiras / freezers / estantes, com o pagamento realizado nos caixas perto das saídas dos estabelecimentos, constitui a mais avançada forma de mercadejar na atualidade.

Dotados, portanto, de uma organização complexa e envolvendo elevados investimentos, as grandes cadeias comerciais, no mundo inteiro, fortalecem a concentração financeira e comercial, ampliando a sua hegemonia no espaço, em detrimento do pequeno comércio familiar que se mantêm, de uma certa feita, distante deste circuito.

Esses novos objetos e ações oriundos de interesses externos, cuja sede situa-se geralmente fora do lugar aonde chegam, "buscam destruir as formas preexistentes" (SANTOS, 2000, p.124), incluídas aqui aquelas concernentes às práticas comerciais dos segmentos populares da sociedade (o pequeno comércio local, a bodega, a

farmácia, a quitanda etc.), através de novas formas de mercadejar (promoções, liquidações, ofertas, sorteios, premiações etc.), vinculadas à racionalização do seu espaço físico, da diversificação dos produtos, ampliação dos serviços (novas formas de distribuição, entrega em domicílio, cartão de compra / crédito etc.) e conforto ao consumidor. Com isso, passam a desempenhar um papel preponderante junto às populações consumidoras, as quais encontram, nestes novos espaços comerciais, o necessário e o supérfluo. Como afirma Santos (1997a, p.78): "Os conjuntos formados por objetos novos e ações novas tendem a ser mais produtivos e constituem num dado lugar, situações hegemônicas".

Assim sendo, para Pintaudi (1999, p.157): "... os espaços comerciais cada vez mais são o produto de uma alta racionalidade na gestão do grande capital...". Dispondo de melhores recursos, estes novos empreendimentos se sobressaem no circuito comercial, constituindo-se em objetos novos, carregados de uma intencionalidade altamente capitalista, de uma racionalidade hegemônica, conquistando, portanto, a preferência de uma grande massa da população consumidora, de diversos níveis sócio-econômicos.

Nesse sentido, como, segundo Santos (2000, p.51), a construção desses "... objetos carregam uma ideologia que lhes é entregue pelos homens do marketing e do design ao serviço do mercado", somente os interesses desta dimensão social é que conseguem realizar-se.

De acordo com Souza Filho (1999, p.77-78), o consumo, vetor indispensável na vida econômica das pequenas e grandes empresas, é que garante o crescimento e o sucesso econômico, pois com a sua suposta ausência não há sistema econômico que sobreviva. É ele que dirige qualquer sistema de produção. E quando este se enfraquece, as grandes empresas acionam outras forças, dentre elas o sistema publicitário - o marketing - veiculado nos meios de comunicação, que constitui um dos instrumentos, pilares principais do comércio moderno.

A força dos novos mercados globais assume grandes dimensões em proporções muito superiores a das formas pretéritas de comércio, que, dispondo de um capital pequeno, se vêem incapazes de acompanhar os avanços das grandes e modernas técnicas comerciais, apresentando, portanto, dificuldades em se

adaptar aos novos hábitos de consumo decorrentes dos atuais estilos de vida das populações.

Segundo Santos (1997a, p.259): "Há de um lado, uma economia explicitamente globalizada, produzida de cima, e um setor produzido de baixo, que, nos países pobres, é um setor popular..." As novas formas comerciais, desenvolvidas totalmente ou parcialmente fora do lugar, concebidas no exterior, ligadas às grandes redes comerciais globais, instalaram-se em diversos lugares que apresentam, no mínimo, um considerável público consumidor, lugares estes, ocupados por tradicionais e pequenas formas de comércio, como as bodegas.

Os novos comércios ocupam o espaço ao lado das formas históricas de comércios, exercendo sobre estas grandes vantagens - com o emprego da informação e da publicidade, bem como se utilizando de estruturas amplas / sofisticadas / modernas, espaços técnico-informacionais, espaços inteligentes etc. - que garantem um bom êxito no mercado. Mas isto não acontece sem reações ou mesmo resistências, fazendo permanecer formas tradicionais de atividades humanas. Dentre essas formas espaciais se destaca aquelas ligadas ao típico comércio local, o pequeno comércio de caráter popular, dotado de uma racionalidade comum, a qual se vê envelhecida diante dos objetos mais tecnicamente avançados.

Afirma Cavalcanti (1983) que o crescimento do setor "informal" (setor popular) é impulsionado principalmente pelo problema do desemprego, pois este setor "representa fonte de emprego de última instância" a uma grande massa da população que não consegue alcançar os requisitos de qualificação impostos pelas grandes firmas modernas. Este setor representa, ao mesmo tempo, uma forma de realização pessoal, como também uma fonte de sobrevivência, de "bem-estar" econômico, tão almejado pelas populações de baixa renda.

O problema do desemprego nas cidades contribuirá, portanto, para o crescimento das atividades do circuito inferior da economia urbana dos países subdesenvolvidos, com destaque ao pequeno comércio, sobretudo, do comércio dito "informal", como é assim definido por muitos pesquisadores, a atividade dos ambulantes, dos camelôs nas calçadas das ruas centrais das cidades.

A expansão destas atividades na cidade de Campina Grande,

somado aos interesses dos empresários lojistas, que "alegam serem prejudicados" por estas pequenas atividades, levou o poder público municipal local, no início deste século, a incluir esta problemática no projeto de revitalização da área central da cidade. Dentro deste projeto revitalizacionista, são criados novos espaços comerciais no Centro da cidade, como as arcas (áreas do comércio ambulante)[49] e o "shopping dos Camelôs" (o Shopping Centro Edson Diniz) para abrigar estes pequenos comerciantes. Esta iniciativa do governo municipal resultou em transformações significativas no Centro urbano da cidade, que passou por algumas reformas e mudanças, em decorrência da implantação deste projeto - o Campina Decó[50].

Estas ações do governo local geraram também muitas polêmicas entre a população da cidade, sobretudo, entre os pequenos comerciantes (camelôs, donos de fiteiros e ambulantes) "transferidos" para os novos espaços construídos na área. Os pequenos comerciantes, por sua vez, passaram a fazer novas reivindicações e reclamações ao poder público local quanto, principalmente, à localização e a situação dos seus empreendimentos nestes novos espaços. Também tem o problema daqueles que, por outras razões, não foram instalados nestes novos espaços, ficando, deste modo, numa situação de maior exclusão.

Estes últimos migraram para as calçadas de outras ruas da área central da cidade, como ocorre atualmente na Rua João Pessoa, no antigo terminal rodoviário, entre outros pontos. Muitos ambulantes continuam nas ruas da cidade a delimitar os seus territórios perto dos pontos dos ônibus coletivos, das praças, esquinas e nas proximidades de alguns prédios importantes (escolas particulares, edifícios públicos e lojas comerciais), comercializando

---

[49] Foram criadas duas *arcas* – a Arca Catedral nas proximidades deste edifício religioso, situando-se entre a Avenida Floriano Peixoto e a Rua Peregrino de Carvalho, e a Arca Titão, localizando-se num outro extremo, um pouco afastada do intenso movimento dos pedestres, entre as Ruas Treze de Maio e a Avenida Floriano Peixoto.

[50] O projeto *Campina Decó*, da iniciativa da Prefeitura Municipal de Campina Grande, que visou revitalizar o centro da cidade, restaurando o seu acervo arquitetônico formado por um conjunto harmonioso de prédios da década de 1940, foi executado parcialmente, através de reformas, como a recuperação das faixadas das lojas, a aplicação de novos calçamentos, novas pinturas, entre outras obras, recriando, deste modo, um novo espaço.

desde frutas, legumes e verduras a cigarros, materiais escolares, doces e salgados, bombons, ervas, bijuterias, produtos importados, entre outros artigos, em alguns horários do dia, principalmente nos horários de "pique", apontados como os de maior movimento de pedestres e veículos com destino às suas residências.

Por isso é que os problemas ligados a um processo histórico-territorial de formação, que produziu fortes desigualdades sócio-espaciais, têm permanecido, e mesmo aumentado, na cidade, e sem perspectivas de terem uma solução pelo menos num curto prazo do tempo. A permanência e o crescimento do problema do desemprego, além de gerar a expansão do setor popular da sua economia, com a proliferação de inúmeros camelôs nas calçadas das ruas centrais do comércio, tem também gerado o aumento significativo do número de pequenos empreendimentos familiares existentes nos bairros. Trata-se dos casos das pequenas lojas, armarinhos, mercadinhos, mini-boxes, fábricas de confecções e calçados, salões cabeleireiros, empreendimentos domésticos (casas que fornecem marmitas, que confeccionam doces, salgados e comidas típicas regionais, casas de consertos em geral etc.), micro-negócios etc., que despertou o interesse do governo local através de um programa de microcrédito orientado desenvolvido pela Agência Municipal de Desenvolvimento - AMDE[51].

Castilho (2001), ao perceber a influência do comércio na atividade turística, e, por sua vez, na produção do espaço urbano recifense, constatou a existência de uma estrutura espacial bem delimitada, dividindo-se em quatro tipos de centros comerciais, de acordo com as fases do desenvolvimento capitalista nesta cidade - o centro comercial tradicional; os subcentros comerciais tradicionais; os centros comerciais de bairros populares e os novos centros comerciais, representados pelos supermercados, hipermercados, galerias comerciais e os sofisticados shopping centers que passam,

[51] A geração e consolidação de programas de emprego e renda levaram o governo municipal, em 1999, a criar a Agência Municipal de Desenvolvimento (AMDE), que visa contemplar os setores informais e as pequenas e médias empresas através de um programa de *microcrédito* orientado. Esta ação do poder público local, segundo os dados deste órgão, tem promovido o desenvolvimento de novos empreendimentos econômicos na cidade, principalmente com a implantação de pequenos negócios, a exemplo do setor do pequeno comércio como: lojas, mercadinhos, etc.

no período histórico contemporâneo, por significativas transformações.

Na cidade de Campina Grande também assistimos a semelhante processo, quando começa a se verificar uma certa desconcentração espacial de diversas atividades, sobretudo, daquelas ligadas ao setor comercial. Apesar de terem surgido novas formas de comércio na sua área central[52] (centro urbano comercial), em vários pontos da cidade, nos bairros, em torno de importantes vias de acesso[53], começam a crescer e a ganhar importância numerosas atividades de grandes e pequenas empresas dos mais variados ramos, concentradas nestes novos espaços.

A presença de significativos agrupamentos de comércios de diversos tipos, como: os supermercados, bodegas, quitandas, drogarias, panificadoras, lojas diversas, locadoras, redes de farmácias etc., pertencentes a diferentes temporalidades do processo de produção do espaço urbano e de dimensões distintas, localizados em esquinas e ao longo de importantes vias públicas de alguns bairros da cidade (sobretudo, nos bairros populares) formam variados subcentros comerciais populares[54], os quais, por sua vez, começam a se destacar na economia urbana da cidade.

Áreas comerciais como as da Rua Campos Sales, no Bairro

---

[52] Apesar do expressivo e crescente comércio varejista da cidade, nos últimos anos, principalmente após a instalação dos shoppings na década de 1990, o centro tradicional do comércio campinense mantém-se ainda bem diversificado, apresentando, desde as lojas populares (de roupas, de produtos importados – as famosas *lojas de 1,99*, etc.), a lojas de artigos mais finos (lojas de grifes, de artigos de luxo). O centro urbano de Campina, desta forma, apresenta ainda algumas áreas valorizadas pela classe mais abastada da cidade, que ainda encontra neste espaço ambientes requintados de consumo e de habitação.

[53] Muitas avenidas e ruas da cidade passam a abrigar vários estabelecimentos comerciais e de serviços dos mais variados ramos, como é o caso da Avenida Brasília, Manuel Tavares, Almirante Barroso, Almeida Barreto, Elpídio de Almeida, Vigário Calixto, Santo Antônio, Campos Sales, Assis Chateaubriand entre outras diversas vias importantes localizadas fora da área central da cidade de Campina Grande.

[54] Segundo Corrêa (2000, p.51), os Subcentros Comerciais constituem em uma miniatura do núcleo central da cidade. Os pequenos núcleos comerciais e de serviços básicos localizados em alguns bairros, agrupados geralmente ao longo de uma rua principal ou esquinas, representam muitas vezes uma verdadeira réplica das atividades desenvolvidas no centro urbano da cidade.

de José Pinheiro; da Rua Mamede Moisés Raia, no Bairro do Monte Castelo; da Rua Santo Antônio, no Bairro do Santo Antônio; da Rua Odon Bezerra, no Bairro da Libedade; das Avenidas Elpídio de Almeida e Vigário Calixto, no Bairro do Catolé; da Rua Prudente de Morais (Rua do Fogo), no Bairro da Estação Velha; parte da extensão da Avenida Almirante Barroso, no Bairro de Santa Cruz; parte da Rua Aprígio Nepomuceno, no Bairro do Cruzeiro; da Rua do Sol, no Bairro de Santa Rosa; da Avenida Francisco Lopes Almeida, no Bairro das Malvinas; da Rua 15 de Novembro, no Bairro da Palmeira; entre outros diversos trechos do comércio periférico dos bairros campinenses, imprimem e perfazem uma nova face da complexa e desigual dinâmica sócio-espacial do comércio da cidade de Campina Grande que, ao longo de sua história sempre reproduziu e atendeu aos mais variados apelos e necessidades de consumo das diferentes classes sociais (Figura 6).

Por força destas condições sociais e econômicas específicas, o comércio moderno foi reproduzido no espaço urbano campinense em formas espaciais de acordo com os interesses do capital hegemônico no lugar. A criação e instalação dessas novas formas espaciais do comércio (considerando-se também a inserção de um conjunto de "novas" técnicas de vendas), especialmente do setor varejista, em Campina Grande, tornou mais evidente e reforçou as contradições inerentes ao seu espaço urbano, que reúne distintos níveis de consumo, reflexo das profundas desigualdades sócio-econômicas dominantes neste espaço.

O moderno comércio varejista (representado pelos super-mercados, hipermercados, shopping centers, redes de lojas de grife, etc.) perfaz, sobretudo, uma modalidade de mercado exclusiva da população de maior poder aquisitivo a qual encontra, nesses espaços, artigos finos e comodidades da vida moderna atual. Enquanto que a maior parte da população da cidade ainda se satisfaz com as ofertas e promoções dos supermercados e lojas populares (mercadinhos, camelôs, pequeno comércio de bairros, bodegas etc.).

Neste contexto, observa-se uma coexistência de formas comerciais em Campina Grande, mediante a qual o capital hegemônico das grandes empresas do comércio se apropria do uso do espaço e do consumo da população, enquanto que os pequenos e

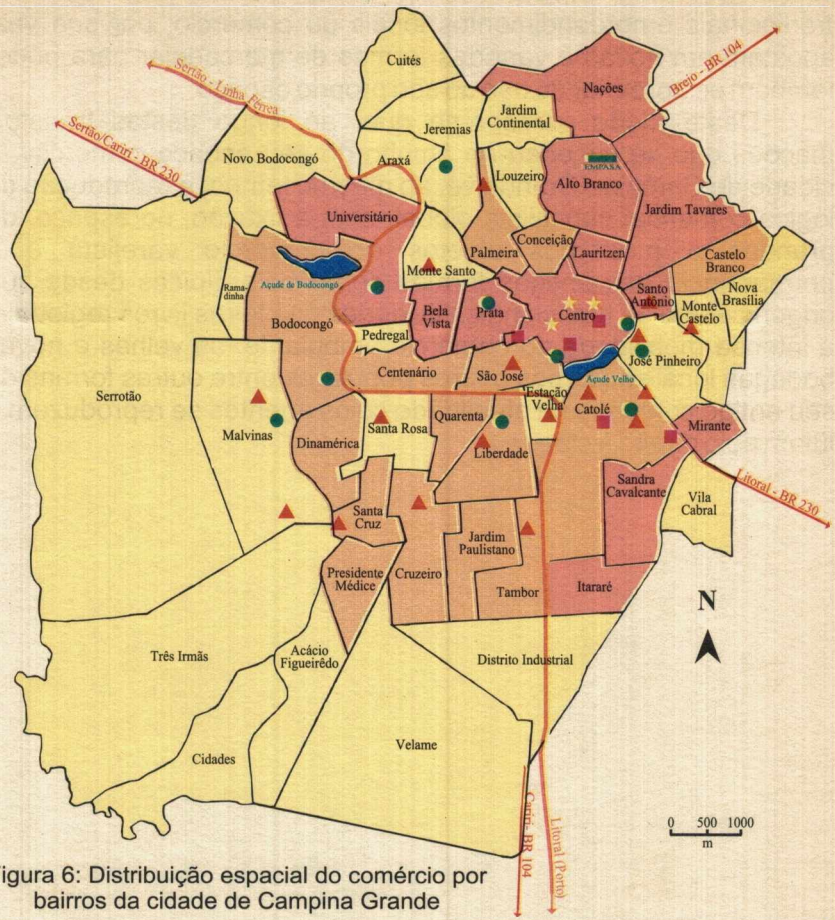


Figura 6: Distribuição espacial do comércio por bairros da cidade de Campina Grande

LEGENDA:

Nível de renda dos bairros por pessoa responsável por domicílio particular permanente

- Até R$ 500,00
- Entre R$ 501,00 a R$ 1.000,00
- Acima de R$ 1.001,00

Formas de concentrações comerciais por bairros da cidade de Campina Grande

- Feiras livres
- Subcentros comerciais (ruas e / ou avenidas comerciais)
- Camelódromo e áreas do comércio ambulante (ARCA)
- Shopping centers

Campina Grande, julho de 2008. - Desenho: Lincoln da S. Diniz / Lindemberg da S. Diniz - Fonte: SEPLAN - C. Grande, 2002 / IBGE - Censo Demográfico 2000 - Pesquisa direta, 2008.

tradicionais empreendimentos locais do comércio, por sua vez, apostam em novas e variadas formas de mercadejar para poder também se apropriar do uso do seu próprio espaço.

Deste modo percebe-se que, ao longo destas transformações que se sucedeu no âmbito do seu espaço comercial, a cidade de Campina Grande vê, ao mesmo tempo, a reprodução da lógica comercial capitalista global, com a fixação, no espaço, de grandes e modernos objetos do comércio varejista e a permanência das antigas formas comerciais, típicas desde sua origem, como as tradicionais atividades das feiras livres regionais, a intensa mobilidade do comércio ambulante, as velhas e novas bodegas localizadas nos bairros populares entre outras formas do seu antigo comércio na atualidade cujos agentes se reproduzem e lutam pelo direito à cidade.

2. Os bairros da cidade e o seu pequeno comércio

2.1. As bodegas e a formação sócio-espacial dos primeiros bairros campinenses

Conforme vimos na primeira parte deste livro, o expressivo crescimento econômico alcançado por Campina Grande durante especialmente a fase áurea do comércio algodoeiro transformou essa cidade num importante centro urbano regional.

Foi o comércio que impulsionou intensamente o crescimento do seu espaço urbano, ocasionando a inserção de novas áreas, sobretudo ao longo das principais estradas que cruzavam a cidade; dando origem, desta forma, à formação de pequenas localidades periféricas, dentre as quais destacamos os bairros.

Os bairros campinenses, como lugar, começam a se tornar mais evidentes na medida em que o núcleo urbano inicial da cidade[55] se expande horizontalmente sobre os seus arredores; processo esse que se intensificará principalmente quando algumas atividades econômicas da área central começarem também a se instalar em novos espaços da cidade, a exemplo daquelas ligadas ao comércio e à indústria.

A formação dos primeiros bairros campinenses data do início do século XX, com o surgimento de algumas pequenas localidades situadas nas proximidades do núcleo urbano da cidade. A cidade, neste período[56], já contava com alguns pequenos bairros remanescentes, além do seu Centro: Açude Velho (atual bairro de José Pinheiro), Areias, São José e Piabas - sendo este último incluído hoje no centro urbano da cidade.

Segundo Amorim (1999, p.33), a origem do bairro José Pinheiro data dos fins da década de 1910, nas imediações do Açude Velho, na parte leste da cidade[57], quando o casal agropecuarista

---

[55] O núcleo urbano inicial da cidade de Campina Grande corresponde à área do seu atual Centro urbano.

[56] Aponta Câmara (1998, p.79 e 88) que, de 1907 a 1918 é registrado um aumento de 731 casas para 1.841 prédios, e uma população de 11.000 habitantes. Constata ainda que Campina possuía naquele período 07 praças, 38 ruas e 08 travessas.

[57] A área que corresponde ao atual bairro de José Pinheiro, de 1,227 km², ocupa um dos níveis mais baixos do sítio urbano da cidade de Campina Grande, entre

José Dantas e Marinheira Agra Dantas adquirem uma pequena propriedade para residir[58].

Na pequena propriedade adquirida, o casal produzia produtos agrícolas para o consumo doméstico e comercializava parte da produção com o incipiente mercado local. Havia, também, no sítio, algumas cacimbas[59] de água doce. Parte desta água também era comercializada em alguns pontos da cidade, pois nesta época a cidade não era saneada e sofria com a sua falta nos períodos de longas secas.

A área do bairro foi, assim, anteriormente, um espaço predominantemente rural, de atividades agrícolas, de plantações e criações de subsistência (AMORIM, 1999, p.34-35).

O terreno adquirido pelo casal logo se tornou um lugar propício para novos moradores, que estabelecem uma nova vida no local. Muitos desses moradores, vindos da zona rural, de outras localidades da cidade, ou de outras cidades da região. A partir daí, surgem os primeiros traçados de ruas, construções e os primeiros lotes de terra demarcados por Marinheira Agra, que recebe a fama de benfeitora local. (AMORIM, 1999, p.36).

Tal processo de ocupação da nova área, que corresponde à área do atual bairro de José Pinheiro, assemelha-se ao que acontece também em cidades do mundo capitalista, onde o poder do capital das classes de alto status determina e influencia as desiguais relações de posse e ocupação do solo urbano. Este processo desigual gera a criação de diferentes e contraditórias zonas residenciais no espaço urbano[60] que, por sua vez, torna-se um espaço cada vez mais profundamente complexo e repleto de desigualdades sociais e econômicas, sendo este habitado por distintos grupos sociais.

500-510 metros de altitude, não apresentando, desta forma, vistas panorâmicas, como acontece com algumas áreas dos bairros nobres da cidade (Alto Branco, Centro, Mirante, Prata e Bela Vista), que ocupam níveis mais elevados entre 550-600 metros de altitude (SÁ & WELLEN, 1999, p.26-27).

[58] O terreno foi adquirido em negócio de compra e venda do senhor Chico Aprígio, pelo casal, que pagou a importância de 3.000$000 (três contos de réis) pelos 15 hectares escolhidos. (AMORIM, 1999, p. 33)

[59] Cacimba: poço cavado até um lençol de água, olho d' água, fonte.

[60] Corrêa (2000) define o espaço urbano como um espaço simultaneamente fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, conjunto de símbolos

A pequena comunidade que ia surgindo nas imediações do Açude Velho[61], formada por pobres e minúsculas construções, como os casebres e barracos feitos pelas populações de baixa renda, que ficaria conhecida, posteriormente, como o bairro do Açude Velho, demonstra bem este aspecto desigual do uso do espaço urbano, onde as áreas mais incultas e precárias, como esta que no passado era pouco habitável, destinar-se, por via de regra, às populações de baixo status da sociedade.

Durante as primeiras décadas do século XX, os bairros de Campina Grande não se destacavam na sua economia. A pouca expressividade dessas novas áreas em relação ao comércio da área central explica-se também pela incipiente presença de construções, as quais, em alguns casos, correspondiam a apenas uma rua ou a um minúsculo aglomerado de casebres dispersos.

O movimentado comércio realizado na parte central da cidade concentrava diversos estabelecimentos, residências, edifícios públicos, igrejas etc. distribuídos por suas ruas densamente ocupadas por construções, pedestres, circulações.

Não fugindo à regra geral, o centro urbano campinense compreendia um espaço onde se concentravam as principais atividades econômicas desenvolvidas na cidade[62]. Este espaço representava, para a população local e regional, o principal espaço abastecedor, o lugar onde se atendiam as suas principais necessidades de consumo. Tal realidade é relatada nos estudos coordenados por Rios (1963, p.35). Segundo este autor, "os bairros servem apenas de moradia dessa população, suprindo suas necessidades - médico, remédios, víveres, recreação, objetos de uso - no centro da cidade".

---

e campo de lutas. Nesta explicação, a cidade como produto social, é um conjunto complexo, um reflexo concreto da sociedade capitalista, um espaço de diferentes usos de terra. Tais usos determinam áreas distintas, como áreas residenciais com conteúdos sociais distintos (bairros populares, nobres etc.), centro da cidade, áreas industriais, áreas de concentração comercial etc.

[61] A construção do Açude Velho, concluído em 1830, resultou dos estragos causados pela seca que devastou o Nordeste entre 1824-25. O açude serviu ao abastecimento da cidade até a década de 1930, ficando posteriormente restrito a cartão postal e destino de alguns esgotos da cidade até os dias de hoje.

[62] Corrêa (2000, p.37-38) define a área central das cidades como sendo o lugar onde se concentram as "principais atividades comerciais, de serviços, da gestão pública e privada e os terminais de transportes inter-regionais e intra-urbanos. Ela se destaca na paisagem da cidade pela sua verticalização".

O grande crescimento econômico alcançado por Campina Grande nos anos 40 a 60 do século XX refletir-se-á no seu espaço urbano, o qual crescerá intensamente neste curto período. Os bairros cresceram em número e em proporção passando, desta forma, a abrigar grande parcela da população da cidade, conforme podemos observar na Tabela 1, onde vemos a posição populacional dos bairros campinenses em relação ao Centro urbano, com destaque para o bairro José Pinheiro, que constituía a localidade mais populosa da cidade e a única que chegou a superar em números de habitantes a população do próprio Centro da cidade.

Segundo Araújo (1999, p.20), no início da década de 1960, Campina Grande contava com 21.640 prédios e mais de 70 ruas pavimentadas. Neste período, a cidade apresentava uma divisão em bairros mais acentuada e diversa. Estavam definidos oficialmente os seguintes bairros: Liberdade, José Pinheiro, Prata, Bela Vista, Monte Castelo, Monte Santo, São José, Moita, Casa de Pedra, Conceição, Prado, Catolé, Palmeiras, Quarenta, Santo Antônio, Alto Branco, Bodocongó, Cruzeiro e Três Irmãs.

O volumoso crescimento econômico registrado por Campina Grande através do seu comércio, fez dela um grande pólo receptor de imigrantes vindos de diversos municípios dos Estados da região, como os trabalhadores expulsos da zona rural ou ainda famílias inteiras advindas destas zonas e também de cidades circunvizinhas. O grande contingente de imigrantes presentes na cidade irá intensificar o processo de expansão urbana. Numerosos trechos, áreas inóspitas da cidade, antigas propriedades rurais, áreas periféricas (encostas, várzeas de riachos, áreas de difícil acesso, amplos terrenos etc.), antes ocupadas com criatórios, gados, pastos, plantações, começam a ser loteadas e ocupadas por novas construções; velhas estradas transformam-se em importantes vias de acesso, ruas, avenidas, dando origem assim no futuro a diversos bairros.

BAIRROS	Número total de habitantes	
	Números absolutos	Porcentagem
José Pinheiro	**18.475**	**15,7**
Centro	**17.687**	**15,0**
Prado	13.747	11,7
Liberdade	11.847	10,1
Monte Castelo	9.095	7,7
São José	9.081	7,7
Palmeira	8.441	7,2
Prata	7.563	6,4
Alto Branco	6.020	5,1
Moita	5.383	4,6
Monte Santo	4.533	3,8
Conceição	4.339	3,7
Bodocongó	1.567	1,3
	117.778	100,0

Tabela 1: População dos bairros da cidade de Campina Grande em 1962
Fonte: RIOS, Arthur José (coord.). Campina Grande: um Centro Comercial do Nordeste. Rio de Janeiro: SESC / SEPLAN, 1963. p.24.

Na medida em que a população dos bairros cresce, surgem, ao mesmo tempo, nesses espaços em crescimento inúmeros e significativos pequenos estabelecimentos comerciais. A presença de pequenas unidades comerciais do tipo bodegas, padarias, carvoarias[63], bares, botecos, barbearias, armarinhos, quitandas, biroscas, além do expressivo papel realizado pelos vendedores ambulantes que percorriam aquelas áreas longamente e constantemente com suas carroças de mão, ou puxadas por burros pelas

[63] Costa (2003, p.126) destaca o papel desempenhado por estas casas que comercializavam o carvão vegetal para o uso doméstico em muitos bairros da cidade até os anos oitenta, numa época em que ainda não era tão comum o uso do gás de cozinha.

ruas das localidades da cidade, oferecendo nas portas das residências dos fregueses uma rica variedade de produtos abarrotados em balaios, sacos e caixas[64] contribuiu de forma efetiva para o crescimento dos nascentes bairros campinenses, pois estes supriam as necessidades essenciais mais prementes das populações que viviam nestas áreas.

O comércio desenvolvido nos bairros da cidade, no princípio, era formado comumente por pequenas unidades comerciais de primeira instância, ou seja, por casas comerciais que tinham como função primordial atender exclusivamente as necessidades domésticas dos moradores das localidades com suprimentos básicos indispensáveis, tais como: gêneros alimentícios, produtos de limpeza e higiene, alguns medicamentos farmacêuticos, materiais de construção, entre outros produtos. O pequeno comércio realizado nos bairros da cidade tinha, portanto, um papel abastecedor eminentemente doméstico e de curto alcance, limitando-se espacialmente a um reduzido número de fregueses residentes, localizados próximos ao seu entorno.

Comércio típico e presente ao longo da história da formação dos bairros campinenses, as bodegas desempenharam um papel marcante no desenvolvimento destas localidades. Elas constituíam as principais unidades comerciais localizadas fora do centro da cidade, pois neste denso espaço comercial concentravam-se os grandes mercados, armazéns atacadistas, diversas lojas dos mais variados ramos, além do amplo movimento comercial articulado pela feira central.

Nos bairros, porém, a presença representativa de inúmeras bodegas definia um novo espaço, cujo papel central era desempenhado por estas unidades abastecedoras. A importância das bodegas nos bairros da cidade de Campina Grande é constatada pelo pesquisador do Serviço Social do Comércio - SESC - Arthur José Rios (RIOS, 1963) que, na década de 1960, coordenou um amplo estudo sobre o desenvolvimento da atividade comercial nesta

---

[64] Os ambulantes comercializavam desde frutas, verduras, legumes e ervas medicinais a utensílios domésticos (panelas, bacias, pratos, talheres, lençóis, roupas, brinquedos, artesanatos etc.), pães, doces, comidas típicas, leite *in natura*, queijos, aves vivas (galinhas de capoeira, perus, patos etc.), milho e feijão verdes em tempos de colheitas etc.

cidade. Neste trabalho, intitulado *Campina Grande: um centro comercial do Nordeste*, este pesquisador analisa tanto as atividades econômicas realizadas na área central da cidade, como também os pequenos empreendimentos comerciais desenvolvidos nas poucas e minúsculas localidades urbanas (bairros nascentes)[65] que circundavam o núcleo urbano central do comércio campinense, representado, sobretudo, pelos armazéns atacadistas, lojas especializadas e o intenso movimento da tradicional feira central da cidade. Neste estudo, ao observar as características dos bairros campinenses e seus habitantes, Rios ressalta ainda o tipo de comércio predominante desenvolvido nestes espaços. Afirma o referido autor que, as bodegas compreendiam, ao mesmo tempo, as únicas casas comerciais localizadas fora da zona comercial do centro urbano e as únicas que se faziam presentes em todas as localidades e bairros da cidade. Expressa:

> Nos bairros há apenas bodegas, casas de pequeno comércio que vendem pão, café, macarrão, feijão, farinha, refrigerante, cachaça, conservas, panelas e miudezas. Servem as necessidades mais prementes, quando os víveres acabam ou quando necessitam de crédito e ali podem comprar fiado (RIOS, 1963, p.35).

Por outro lado, as bodegas eram requisitadas por todas as populações que viviam na cidade. Daí porque estas minúsculas casas comerciais se faziam presentes não só nos bairros periféricos, mas também até na sua área urbana central, situadas próximas aos movimentados e congestionados comércios dos armazéns, sobretudo, da feira regional.

Os bodegueiros, proprietários destes pequenos comércios, residiam geralmente no mesmo espaço físico onde estava instalado o estabelecimento. O lugar de trabalho constituía, ao mesmo tempo, uma unidade familiar onde a sua família estava também envolvida no funcionamento do empreendimento. Tal ocorrência é identificada

---

[65] Neste estudo, o autor faz referência aos seguintes bairros existes, neste período, na cidade de Campina Grande: José Pinheiro, Prado, Liberdade, Monte Castelo, Santo Antônio, São José, Palmeira, Prata, Moita, Monte Santo, Conceição, Bodocongó, Alto Branco e Centro.

amplamente por Rios em muitas pequenas casas comerciais da cidade. Afirma: "É grande a atividade comercial em casas de família, como suplemento do magro orçamento doméstico" (1963, p.67).

Afirma ainda o mesmo autor (RIOS, 1963, p.76) que:

> A grande massa dos comerciantes de Campina Grande é constituída [...] de pequenos varejos [...], compreendidos na denominação de miudezas, quitandas ou bodegas, geridos pelo dono, a mulher, um filho, ocasionalmente um empregado.

Com efeito, apesar do grande e intenso comércio realizado pelos armazéns atacadistas, a presença numerosa de pequenas casas comerciais espalhadas pela cidade é descrita também por Rios nos seus estudos. Os pequenos comerciantes, sobretudo aqueles estabelecidos nos bairros da cidade, representavam em números uma significativa parcela do comércio campinense, estes compunham as atividades econômicas mais comuns, mais corriqueiras nos bairros populares.

A localização das bodegas nos bairros facilitava a vida das populações que viviam nestes espaços, uma vez que os bodegueiros, residindo no mesmo bairro da sua clientela, eram conhecidos amistosamente por todos. Esta tal relação de proximidade das bodegas garantia, portanto, um apreciável tratamento cordial e de "confiança" com a freguesia local.

Nos bairros, o representativo papel realizado pelos bodegueiros na vida dos moradores marcou a história de vida de muitas comunidades campinenses. É comum ouvirmos muitas histórias, relatos, comentários dos moradores mais antigos dos bairros da cidade sobre o comércio realizado por estas pequenas casas comerciais.

As bodegas marcaram, assim, a história de vida de muitas pessoas de origens e lugares diferentes, de muitos antigos moradores dos bairros da cidade de Campina Grande, que ainda hoje guardam na memória a lembrança destes típicos estabelecimentos comerciais.

A figura de muitos bodegueiros marcou a história de muitas localidades urbanas e/ou rurais da região, pois se tratava de um comércio muito comum nestes meios. Nos bairros de Campina, as

atividades realizadas por estes comerciantes asseguraram também o crescimento da cidade, uma vez que a cidade crescia amplamente, distanciando-se gradativamente do denso comércio central.

Como foi dito acima, as bodegas movimentavam a vida das comunidades localizadas fora do núcleo urbano central da cidade. Elas eram os pontos de encontros mais importantes para os moradores do lugar. Era o espaço de lazer, de entretenimento das populações mais pobres que viviam na cidade. A vida recreativa das classes sociais de Campina Grande é observada curiosamente por Rios que constata muitas diferenças quanto às formas de lazer e esporte praticado pela população. Segundo este autor, enquanto os mais ricos buscavam o veraneio nas casas de praia, viagens e clubes da cidade, "às camadas menos favorecidas, reúnem-se para beber, jogar e conversar nas bodegas" (1963, p.49). As bodegas tinham, então, um papel social muito estimado por esta população, sobretudo pela população masculina, que se reunia e se aglomerava nas portas destes estabelecimentos principalmente nos finais de semana e dias feriados.

O bodegueiro, geralmente conhecido por todos, era amistosamente solicitado nas compras, nas conversas, nos favores. Era uma figura muito comum no dia-a-dia dos moradores, tanto no abastecimento de produtos básicos indispensáveis, como também na participação dos festejos populares locais.

A presença das bodegas na localidade do conhecido e antigo "bairro do Açude Velho" ficaria mais evidente a partir da década de 1920, quando um pequeno comerciante oriundo do Estado do Rio Grande do Norte se instala nesta localidade com uma bodega.

Este senhor ficaria conhecido depois por muitos habitantes de Campina pelas suas genuínas festas. O senhor José Pinheiro, ou o "Seu Zé Pinheiro", como era chamado popularmente, era um homem muito conhecido não só pelos moradores da humilde comunidade, mas também por moradores de outras localidades da cidade.

Além do seu pequeno estabelecimento bodegueiro, José Pinheiro ficara conhecido também por prestar outros serviços, que contribuíram significativamente no crescente fluxo de pessoas no bairro. Sobre esta figura ilustre, comenta Amorim (1999, p.38):

> Quanto ao senhor José Pinheiro, conhecido como curandeiro e sabedor do uso de produtos homeopáticos, estabeleceu no logradouro, uma bodega para comercializar de 'tudo um pouco', desde a cachaça até aos medicamentos que atendiam a 'medicina do povo'...

Além da fama de curandeiro, homeopata e comerciante, José Pinheiro era conhecido, principalmente, como o animador de festas do lugar; mantinha próxima a sua casa um salão que servia para apresentações culturais, como o Pastoril[66]. Os festejos organizados por ele atraiam um considerável público ao bairro, ficando conhecido, desta forma, como o lugar da cultura popular da cidade, lugar de entretenimento, o bairro dos festejos populares[67], ou ainda o bairro de José Pinheiro (GURJÃO, 1999).

O bairro de José Pinheiro torna-se, então, uma de várias comunidades urbanas importantes da cidade de Campina Grande. Diversas atividades econômicas passaram a fazer parte da sua vida, vez porque as realizações dos serviços dos pequenos empreendimentos locais tornaram a vida do bairro mais ativa como também as festas organizadas por seus moradores, como o senhor José Pinheiro, que todos os anos organizava festejos no bairro, tornando-se, assim, conhecido na cidade.

A construção do espaço do bairro José Pinheiro se intensificou com o surgimento de novas atividades econômicas no local. O tradicional pequeno comércio do bairro cresce e se diversifica. Surgem novos empreendimentos, como é o caso daquele do senhor Manuel Sales e sua família[68], que estabeleceram no bairro uma pequena indústria doméstica de doces de diversos tipos, cuja produção era destinada à feira da cidade e localidades vizinhas.

---

[66] Grupo de dança e música folclórica de origem européia, formado por dois grupos de moças, um vestido de vermelho e o outro de azul. A apresentação dos pastoris é um auto de natividade (celebra o nascimento de Jesus), que acontece durante as festas de fim de ano.

[67] Segundo Gurjão (1999, p.53), o bairro de José Pinheiro é considerado, no que se refere a algumas manifestações populares, o pioneiro na cidade. Afirma ainda que, o "Pastoril de Zé Pinheiro" era a tradição mais antiga do bairro, desde 1942, cuja fama atraía moradores de outras localidades da cidade.

[68] O senhor Manuel Sales, descendente de árabes, era pedreiro/construtor; construiu diversas casas para alugar no bairro. Junto com seus irmãos cria uma pequena fábrica de doces (AMORIM, 1999, p.37).

Muitas pessoas escolhem, então, o bairro José Pinheiro para fixar a sua moradia neste período, principalmente a partir dos anos 40 quando a cidade sofre algumas transformações paisagísticas na sua área central motivadas pelas reformas urbanísticas vigentes na época[69].

Em virtude desta reforma urbanística, a população excluída, expulsa da área central da cidade, migra para outras áreas periféricas, de preferência para as áreas mais próximas ao Centro e à Feira Central da cidade, visto que o acesso ao Centro era uma necessidade vital à sua sobrevivência.

Essas mudanças, contudo, contribuíram para a expansão da área urbana da cidade, na formação dos bairros populares, como o bairro de José Pinheiro[70] que, localizando-se próximo ao comércio da área central, sobretudo, o da Feira Central que se situa na sua zona periférica, recebe neste período grande parte desta população expulsa das áreas reformadas da cidade. Estes novos moradores, expulsos dos antigos becos, prostíbulos e cortiços do centro da cidade impulsionarão o seu crescimento[71].

A reforma urbanística implantada na área central da cidade deixará, deste modo, o centro da cidade, no imaginário da população, com um aspecto mais "moderno". Enquanto isso, o bairro de José Pinheiro continuará com um aspecto mais popular, tendo este recebido também nos anos seguintes um grande contingente de famílias de pequenos agricultores, que migram para a cidade,

---

[69] Nos fins da década de 1930, Campina Grande passou por uma nova reorganização do seu espaço, a partir das obras empreendidas pelo prefeito Werniaud Wanderley, sob a orientação do engenheiro Lourival de Andrade, que inspirado no discurso *desenvolvimentista-modernista*, realiza uma grande reforma urbanística na cidade, expulsando da sua área central a população que no imaginário da elite local, representava sujeira e desordem, como os homens pobres, mendigos, loucos, doentes e prostitutas. A retirada desta população, dos mocambos, becos, travessas e prostíbulos deram lugar a novas construções e a largas avenidas (ARAÚJO, 1997).

[70] O bairro de José Pinheiro limita-se com os seguintes bairros: ao norte Santo Antônio e Monte Castelo, ao sul Mirante e Catolé, a leste Monte Castelo e a oeste Catolé e Centro.

[71] Embora o bairro de José Pinheiro apresente um comércio significativo no contexto urbano local e localize-se próximo ao núcleo urbano central da cidade, ele não está totalmente inserido na área central da mesma, pois este se destaca, sobretudo, como lugar residencial popular, assim também como muitas outras localidades campinenses.

fugindo da falta de perspectivas de vida no campo[72].

A construção do Mercado Municipal (Feira Central) na década de 1940[73] também irá proporcionar intensamente o desenvolvimento do bairro José Pinheiro. A transferência da feira regional das ruas da área central da cidade, como a Rua Maciel Pinheiro, para o novo prédio, influenciará o crescimento dos bairros localizados próximos ao novo mercado, especialmente o bairro de José Pinheiro.

A proximidade deste bairro com relação a esta zona comercial conduzirá transformações no seu espaço, pois grande parte da sua área, formada por vários terrenos baldios e alagadiços, será ocupada por construções, habitações, ruas, comércios, resultando, desta forma, numa área completamente urbanizada. A presença numerosa de feirantes, balaieiros, comerciantes, residindo no bairro de José Pinheiro, o caracterizará como um espaço muito povoado predominantemente por populações de baixa renda.

O comércio realizado por estes pequenos comerciantes na feira da cidade fomentou o desenvolvimento do próprio bairro, que nos anos sessenta é citado por Rios (1963, p.35) como uma das localidades que mais se beneficiaram com a nova localização do prédio do Mercado Municipal.

A complexa realidade sócio-espacial dos diversos bairros campinenses chamou a atenção deste autor, que enquadrou essas pequenas localidades como áreas de pouca expressividade no contexto urbano, pois eram áreas pouco habitadas, muitas até formadas apenas por uma ou algumas ruas com algumas pequenas e pobres edificações, residências dispersas espacialmente.

---

[72] Para Santos (1997a, p.259), "a presença dos pobres aumenta e enriquece a diversidade socioespacial, que tanto se manifesta pela produção da materialidade em bairros e sítios tão contrastantes, quanto pelas formas de trabalho e de vida".

[73] A construção do Mercado Municipal também fazia parte do projeto reformista do governo local, pois a feira da cidade localizava-se na Rua Maciel Pinheiro – área central. O espaço da feira concentrava além do seu movimentado comércio, muitos grupos sociais excluídos pela sociedade. Por isso este espaço não se enquadrava nos moldes modernistas do projeto implantado na cidade. A construção do novo local da feira foi iniciada em 1939 pelo prefeito Bento Figueiredo na parte leste do centro urbano próximo aos bairros de José Pinheiro e Santo Antônio. Sua conclusão foi por volta do ano de 1942 no governo do prefeito Wergniaud Wanderley.

Eram localidades que, de acordo com o seu ponto de vista, não tinham "sentido próprio de bairro, nem vida própria" (RIOS, 1963, p.24) tratando-se de pequenas localidades pobres situadas em áreas periféricas da cidade, como também algumas áreas enobrecidas pela classe mais abastada da cidade, como o bairro da Prata e algumas áreas dos bairros da Conceição e Alto Branco, que ainda assim, segundo este pesquisador tratava-se de áreas pouco povoadas e que apresentavam muitos terrenos baldios; sendo, deste modo, localidades de pequena extensão.

Apesar de tal constatação, Rios (1963, p.27-28) faz referência ainda a uma localidade na cidade que, segundo este autor, era a única que "apresentava algumas características autônomas e auto-suficientes de bairro." Trata-se do bairro de José Pinheiro, que chamou a atenção deste pesquisador, sobretudo, pelo seu significativo comércio localizado nas ruas. O seu diversificado comércio formado por pequenas lojas, armarinhos, padarias, armazéns, farmácias, bares e bodegas concentrados, principalmente no trecho inicial da Rua Campos Sales[74], é identificado por Rios (1963) como a rua "onde o comércio tem suas lojas". Além do aspecto comercial, este autor faz ainda referência ao bairro quanto ao fator populacional, pois no período em que se realizou este estudo, José Pinheiro constituía um bairro densamente povoado e o mais populoso da cidade, como foi ilustrado na Tabela 1.

Habitado por diversas famílias de diferentes ocupações econômicas: feirantes, balaieiros, biscateiros, comerciantes, profissionais, professores, operários de indústrias de beneficiamento de algodão/sisal, funcionários públicos etc., José Pinheiro sempre constituiu um bairro tipicamente popular, abrigando, durante muitos anos, grande contingente da classe trabalhadora da cidade. Em decorrência disto, é implantada no bairro uma entidade de caráter assistencialista[75], que passa a prestar alguns serviços às famílias

---

[74] O trecho inicial da Rua Campos Sales, tradicionalmente ocupado por pequenos estabelecimentos comerciais, constitui a principal via de acesso ao bairro de José Pinheiro e a rua que se situa mais próxima à feira central da cidade; por este motivo, explica-se à presença expressiva de vários estabelecimentos aí localizados.

[75] A construção do prédio do Círculo Operário no bairro, entidade de caráter assistencialista, se deu em decorrência do trabalho da ação social da Igreja, em

dos trabalhadores aí residentes, tais como: escola para crianças, auxílio médico, dentário, funerário, entre outros serviços.

Segundo Cardoso (1963, p.418-419), o conteúdo social dos bairros de Campina Grande, na década de sessenta, apresentava-se de forma diferenciada. Existiam aqueles habitados pela classe operária, como os bairros do Monte Santo, Moita, José Pinheiro, Cruzeiro, Liberdade, Bodocongó e Jeremias, outros pela classe média, como a Palmeira, São José e Alto Branco, e outros, habitados por uma classe mais abastada, como é o caso dos bairros da Prata, Lauritzen e Tavares.

Entre as localidades mais populares da cidade, havia um certo adensamento de operários por tipo de indústria em determinados bairros. No bairro do Bodocongó, viviam os operários que trabalhavam nos curtumes e nos bairros de José Pinheiro[76] e Liberdade, habitavam os trabalhadores da indústria de benefi-ciamento de algodão e sisal. (CARDOSO, 1963).

O bairro de José Pinheiro sempre constituiu uma das localidades mais pobres da cidade. Apesar de apresentar muitas edificações, ruas, comércios, movimentos constantes, Rios (1963, p.28 e 41) o caracteriza como um bairro operário pobre, onde se encontram muitas casas de tijolos, sendo a maioria "mal construída", algumas de taipa, e muitas não possuindo instalação elétrica, sendo comum à noite "verem-se lamparinas nas casas mais humildes".

Observa ainda Rios (1963, p.28) que a maioria das ruas não apresentavam calçamentos, exceto uma parte da Rua Campos Sales onde se encontravam meio-fio, calçadas de cimento e

---

1948, através da iniciativa conjunta de pessoas representativas do bairro, como o senhor José Motta e dos vigários: Pe. Alfredo Barbosa e D. Severino Mariano, e dos moradores da localidade, que em mutirão, construíram o Circulo Operário e a Igreja Matriz de São José. Atualmente esta entidade encontra-se desativada (GURJÃO, 1999, p.48).

[76] A localização de uma zona industrial formada por firmas do ramo têxtil e curtume nas adjacências do Açude Velho também determinará a escolha dos trabalhadores para fixar residência no bairro de José Pinheiro, uma vez que este se situava a poucas distâncias desta zona fabril. Nesse sentido, vemos que a economia algodoeira, desenvolvida fortemente em Campina Grande, também contribuiu na formação dos seus bairros, a exemplo do próprio bairro de José Pinheiro que era muito habitado, sobretudo, por trabalhadores das firmas que lidavam com esta matéria-prima regional.

residências melhores do estilo *bungalow*, que segundo o autor, constituíam "construções boas e novas, mas não chegam a ter aparência de luxo, salvo um ou outro"

Nos anos sessenta do século passado, uma área periférica próxima ao bairro de José Pinheiro tornou-se o lugar de destino de algumas famílias pobres que viviam em alguns cortiços do Centro da cidade. A partir de uma ação do governo local essa população foi retirada de antigos prédios da área central da cidade, sobretudo, daqueles localizados próximos às residências luxuosas das classes mais abastadas, como foi o caso do antigo "prédio dos duzentos", onde atualmente funciona o Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Estadual da Paraíba. Neste edifício viviam várias famílias, que foram transferidas para um terreno muito íngreme e sem infra-estrutura urbana localizado na parte leste da periferia dos bairros de José Pinheiro e Monte Castelo. Esta nova área ficara conhecida popularmente como a "favela da Cachoeira" ou o "bairro da Cachoeira" em virtude da existência de um grande córrego neste local[77].

A importância do bairro de José Pinheiro é revelada também a partir da década de 1960, quando é criada no bairro a primeira associação de moradores na cidade de Campina Grande, a Sociedade de Amigos de Bairro (SAB)[78]. Através desta entidade, os moradores passaram a reivindicar os seus direitos, lutando pela sua cidadania.

A SAB de José Pinheiro representa uma ação comunitária importante na formação do referido bairro, pois após a sua criação,

---

[77] Recentemente, através do governo estadual, a população residente neste espaço fora transferida para um novo espaço da cidade, trata-se do conjunto habitacional Glória I e II, situado no bairro de Nova Brasília.

[78] Souza (1999, p. 07 e 23), ao analisar as estratégias de sobrevivência da Sociedade de Amigos de Bairro – SAB, do bairro de José Pinheiro, constata que esta foi à primeira entidade comunitária de Campina Grande. A sua fundação data do início dos anos sessenta a partir de um Conselho Comunitário organizado pela freira irmã Ângela Beleza. Dessa organização surge no dia 12 de março de 1963 a primeira Sociedade de Amigos de Bairro. Segundo ainda esta autora, a principal razão do surgimento desta entidade no referido bairro, deve-se, sobretudo, à falta de uma infra-estrutura adequada, às péssimas condições de saúde e moradia dos moradores desta localidade, que através desta associação passaram a reivindicar os seus direitos. Mas, infelizmente, a partir dos anos oitenta, sua atuação em prol dos bairros foi enfraquecida devido a interferências político-partidárias.

o bairro foi beneficiado com a ampliação de alguns serviços básicos, como a instalação da luz elétrica, água encanada e a construção de calçamento e meio-fio em algumas ruas (Amorim, 1999, p.41).

Esses serviços contribuíram para a urbanização do bairro, o qual cresceu também com o papel desenvolvido pelo seu setor terciário local, representado por pequenos empreendimentos familiares, tais como: sapatarias, oficinas, bodegas, armarinhos, fiteiros etc.; e também por algumas atividades ligadas ao setor secundário, a exemplo, das fábricas de fundo de quintal, os quais sempre foram responsáveis pela sobrevivência de muitas famílias do lugar. Dentre estas atividades, destacam-se a fabricação de calçados, que até os anos oitenta representou a principal fonte de geração de emprego e renda no bairro[79].

Apresentando ainda, de acordo com o censo demográfico do IBGE de 2000, uma das maiores populações da cidade (Tabela 2), o bairro de José Pinheiro se destaca, neste sentido, como um dos bairros mais importantes de Campina. Apesar de ter ocorrido uma redução em número de habitantes em virtude do desmembramento de algumas de suas áreas, a exemplo das áreas que correspondem aos atuais bairros: Monte Castelo, Santo Antônio e Mirante[80]. Este também perdeu muitos moradores em decorrência da ampliação da estrutura física de algumas empresas localizadas nas proximidades da Avenida Severino Bezerra Cabral, avenida que faz limite entre os bairros do Catolé e José Pinheiro, e de onde várias residências foram removidas para dar lugar a estacionamentos de algumas empresas de ônibus, lojas concessionárias de veículos entre outros empreendimentos.

---

[79] O setor calçadista do bairro de José Pinheiro ainda hoje contribui significativamente na economia local, sendo este responsável direta e indiretamente pela ocupação de mais de duas mil pessoas (SÁ & WELLEN, 1999, p.29-30).

[80] Segundo ainda Sá & Wellen (1999, p.27), a redução de sua população explica-se também pela integração da área do conhecido Açude Velho ao Centro da cidade.

BAIRROS	Nº Absolutos	BAIRROS	Nº Absolutos
Malvinas	36.547	Santo Antônio	4.234
José Pinheiro	**17.048**	São José	4.149
Catolé	17.034	Presidente Médici	4.145
Liberdade	16.603	Conceição	4.135
Bodocongó	13.129	Nova Brasília	4.040
Monte Castelo	11.481	Prata	3.884
Santa Rosa	11.478	Velame	3.883
Jeremias	11.468	Universitário	3.718
Cruzeiro	10.831	Dinamérica	3.626
Pedregal	9.267	Estação Velha	3.097
Três Irmãs	9.226	Jardim Tavares	2.863
Centenário	9.084	Lauritzen	2.623
Acácio Figueiredo	8.187	Castelo Branco	2.361
Santa Cruz	7.759	Ramadinha	2.323
Alto Branco	7.749	Jardim Continental	2.290
Centro	**7.390**	Itararé	2.099
Monte Santo	7.353	Cuités	1.820
Jardim Paulistano	7.298	Distrito Industrial	1.645
Tambor	7.031	Nações	1.358
Serrotão	6.384	Araxá	1.309
Quarenta	6.381	Novo Bodocongó	1.248
Sandra Cavalcante	6.116	Louzeiro	1.086
Palmeira	5.894	Mirante	1.056
Bela Vista	5.553	Sem Especificação	26.887
Cidades	4.885	Cidade de C. Grande	333.738
Vila Cabral	4.366	Município de C. Grande	355.331

Tabela 2: População dos bairros da cidade de Campina Grande em 2000
Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000.

Conhecido desde a década de setenta, na linguagem popular, como uma "cidade dentro de outra" (AMORIM, 1999, p.41), devido principalmente ao seu representativo comércio formado por numerosos estabelecimentos comerciais (bodegas, farmácias, padarias, armarinhos, bares, lojas etc.) distribuídos em vários pontos

de sua área em esquinas e ao longo de algumas ruas, o bairro José Pinheiro sempre representou uma típica localidade comercial campinense.

2.1.1. O bairro de José Pinheiro: lugar de coexistências e diversidades

A coexistência de atividades econômicas de tempos diferentes no bairro José Pinheiro o caracteriza num espaço intimamente povoado por objetos de origens, funções e dimensões diferentes. Afirma Milton Santos (1997a, p.78) que: "... ao longo do tempo surgem novos objetos, a cada momento a população de objetos se caracteriza como um conjunto de idades diferentes". A diversidade de atividades comerciais, atividades de pequenas e grandes dimensões, a coexistência de estabelecimentos de tempos diferentes, do mais antigo ao mais recente, do velho ao novo, caracteriza o circuito comercial do bairro José Pinheiro, como também de outros bairros da cidade, onde convivem diversos tipos de comércio e serviços, desde a lanchonete à ótica, da farmácia à quitanda de frutas e verduras, da oficina mecânica ao vendedor ambulante, da panificadora ao restaurante, do açougue ao bar da esquina, do salão de beleza aos sortidos armarinhos, da movelaria à casa funerária, da banca de revistas ao consultório odontológico, da casa de bolos à locadora de filmes e jogos de videogames, da bodega ao supermercado, do pequeno ao grande.

Quanto à diversidade de atividades comerciais existentes no bairro de José Pinheiro observa ainda Sá & Wellen (1999, p.29):

> As atividades comerciais são bastante diversificadas. Em José Pinheiro encontram-se estabelecimentos ligados à alimentação, lojas de material de construção, ferragens, bicicletas e acessórios, confecções, secos e molhados, restaurantes, bodegas e bares, concentrando-se nas suas ruas centrais. É, ainda, na rua Campos Sales onde se verifica a sua maior concentração, convergindo, portanto, o maior fluxo, pela diversidade de negócios oferecidos.

A Rua Campos Sales, principal via de acesso ao bairro de José Pinheiro, constitui a rua mais comercial da localidade, abrigando diversos estabelecimentos comerciais dos mais variados ramos, sobretudo, varejista. Esta rua sempre representou a área mais importante do bairro, conhecida antigamente pelos seus moradores como a rua mais popular, pois durante algumas horas da noite muitas pessoas de ambos os sexos perambulavam pelas suas calçadas (RIOS, 1963, p.28).

O número reduzido de residências nessa rua explica-se pela densa atividade comercial concentrada nesta via. Na Rua Campos Sales encontram-se muitas casas comerciais: lojas de materiais de construção, supermercados[81], mercadinhos, bodegas, açougues, lojas diversas, granjas, bares, restaurantes e lanchonetes, farmácias, locadoras de DVDs e CDs, panificadoras, oficinas, agências de recolhimento de contas, óticas, casa funerária etc. Esta rua abriga ainda, nas suas calçadas, o comércio de alguns feirantes que há alguns anos vem se expandindo, principalmente nos finais de semana, através de uma pequena e nascente feira no local, onde são comercializados produtos agrícolas, tais como: feijão verde, galinhas de capoeiras, inhames, batatas, macaxeirais, frutas e verduras.

Em pesquisa realizada por Leitão (2000) com base nos procedimentos técnico-metodológicos de geoprocessamento aplicado ao planejamento urbano, o bairro de José Pinheiro é selecionado nesta pesquisa entre os bairros campinenses para aplicação de tais procedimentos.

Com o objetivo de criar e incrementar uma base de dados geográficos e sócio-econômicos referentes ao bairro, o autor fez um levantamento sobre a diversidade de atividades existentes, bem como a sua distribuição num plano cartográfico.

Ao analisar a infra-estrutura de diversos serviços existentes no bairro (educação, saúde, transportes públicos, rede de esgotos, calçamento de ruas etc.), o comércio é também observado por este pesquisador, que o enquadra em diversos tipos e categorias, como podemos constatar no Quadro 1, referente à infra-estrutura

[81] amplos mercadinhos bem instalados modernamente e que são identificados por este sugestivo nome.

comercial do bairro estudado, e no Quadro 2, que corresponde à variedade de serviços existentes na sua área.

Subcategorias	Especificação	Número
Necessidades básicas	Açougues	1
	Casa de Carnes	3
	Granjas	4
	Granjas e revenda de Gás	1
	Granja e Padaria	1
	Mercadinho	3
	Mercadinho e Rev. de Gás	1
	Mercearias (bodegas)	74
	Mercearia e Panificadora	1
	Mercearia e Sorveteria	2
	Mercearia e material de Construção	1
	Quitandas	6
	Panificadoras	7
	Supermercados	3
Necessidades Secundárias	Bares	31
	Bar e Lanchonete	1
	Cervejaria	1
	Churrascarias	2
	Fiteiro	1
	Lanchonete	11
	Lanchonete e Pastelaria	2
	Pastelaria	3
	Pizzaria Pastelaria	1
	Restaurante	2
	Sorveteria	1
	Sorveteria e Lanchonete	1
	Sorveteria e Vídeo Game	1
	Trailers	9
	Ótica	1
	Funerária	2
Lojas Distribuidora E Materiais p/ Construção	Armarinhos	5
	Bazar Religioso	1
	Confecção (Lojão de Fábrica)	1
	Loja de Bicicletas e Peças	1
	Lojas de Importados	1
	Magazines	8
	Movelarias	3
	Lojas de Máquinas e Peças p/ Costura	1
	Acessórios para Calçados e Bolsas	5
	Comerciaria e Distribuidora de Medicamentos	1
	Comércio de Produtos de Limpeza	1
	Concessionária Honda	1
	Concessionária Mitsubichi	1
	Depósitos de Bebidas	1
	Distribuidoras de colchões	1
	Distribuidora de Água Mineral	1
	Distribuidora de Polpas de Frutas	1
	Material de Construção	6
	Material de Construção e Rev. de Gás	1
	Material de Construção e Serralharia	1
	Revendedora de Antenas SKY	1
	Revendedora de Tratores e Peças	1
	Revenda de Gás	6
TOTAL		229

Quadro 1: Infra-estrutura comercial do bairro José Pinheiro
Fonte: LEITÃO, Amilton de Melo. Relatório de Pesquisa - PIBIC/CNPq/UEPB - 2000.

Subcategoria	Especificação	Número
Serviços Bancários e Afins	Agência de Recolhimento de Contas MULTIBANK	1
	Copiadoras	2
	Despachante	1
	Escritórios de Contabilidade	1
	Gráfica	3
	Loteria (bicho)	1
	Loteria (caixa)	1
Serviços Pessoais, do Lar e Afins	Academia de Musculação	1
	Auto-escola	3
	Chaveiro	1
	Protético	1
	Salão de Cabeleireiro	26
	Tinturaria	1
	Estúdio Fotográfico	1
	Assistência Técnica de Chuveiros e Eletrodomésticos	1
	Lavanderia de Calçados	1
Oficinas	Borracharia	1
	Eletrônica	2
	Equipadora de Automóveis	1
	Marcenarias (concertos)	3
	Oficina de Bicicleta	6
	Oficina Mecânica (autos)	3
	Oficina de Moto	5
	Oficina de Refrigeração	1
	Sapatarias	3
	Serralharias (concerto)	2
Consultorias e Produtoras	Consultoria em Arquitetura e Construção	1
	Produtora de Filmes	1
Transportes e Armazenagem	Deposito (vidro box/CAVESA)	2
	Empresa de Ônibus Intermunicipal e Interestadual	7
	Empresa de Ônibus Urbano	1
	Transportadora	3
Segurança	Delegacia da Policia Civil	1
	Delegacia Regional da Policia Federal	1
	Empresa de Segurança	1
Lazer	Locadoras de vídeo e CD's	4
	Salão de Jogos	1
Outros	Cemitério	1
	Subestação da CHESF	1
TOTAL		102

Quadro 2: Serviços do bairro José Pinheiro
Fonte: LEITÃO, Amilton de Melo. Relatório de Pesquisa - PIBIC/CNPq/UEPB - 2000.

As informações obtidas nesta pesquisa nos ajudam a compreender a dimensão de negócios e a variedade de atividades desenvolvidas no referido bairro, a exemplo dos tipos de comércio enquadrados nas subcategorias de análise definidas pelo autor. De acordo com esta ordem, estabelecida entre as diversas modalidades de estabelecimentos comerciais existentes, os empreendimentos que comercializam gêneros de primeira necessidade, como os supermercados, as mercearias[82], panificadoras, quitandas, açougues e granjas, são colocados no grupo (subcategoria) das necessidades básicas; enquanto que outros estabelecimentos ligados também à alimentação, a exemplo das lanchonetes, restaurantes, bares, cervejarias, pastelarias, pizzarias, sorveterias e algumas casas não pertencentes a este ramo como os serviços das óticas e funerárias, formam uma segunda subcategoria, o das necessidades secundárias. Além das atividades deste grupo, no bairro José Pinheiro encontra-se diversas pequenas lojas, como os armarinhos, movelarias, magazines, que comercializam artigos de presentes, miudezas, importados, confecções, móveis, acessórios para calçados e bolsas, máquinas e peças para costura etc. Estes empreendimentos juntos, segundo o autor, formam a subcategoria das lojas. As demais casas comerciais, como as lojas de material de construção; empresas distribuidoras de gás de cozinha, água mineral, polpas de frutas etc.; depósitos de bebidas; lojas concessionárias de motos e carros; empresas distribuidoras de medicamentos farmacêuticos; comércio de produtos de limpeza é agrupado em um último grupo, denominado a subcategoria das distribuidoras e materiais para construção.

Quanto aos serviços existentes no bairro estudado, Leitão (2000, p.19-20) os define também em várias subcategorias. Seguindo a ordem exposta no Quadro 2, temos as seguintes subcategorias: serviços bancários e afins; serviços pessoais, do lar e afins; oficinas; consultorias e produtoras; transportes e armazenagem; segurança; lazer e outros. Nestes grupos encontramos os seguintes tipos de serviços prestados por micros,

[82] O autor considera as mercearias, bodegas, barracas, vendas, box e minibox numa única especificação, isto é, o termo mercearia foi utilizado para designar este tipo de comércio que popularmente recebeu muitas denominações, mas que na realidade se trata de um mesmo tipo de comércio.

pequenas e grandes empresas: auto-escolas, gráficas, escritório de contabilidade, inúmeros salões de beleza, diversas oficinas, academia de musculação, casas lotéricas, tinturaria, chaveiro, borracharia, assistências técnicas, eletrônicas, marcenarias, sapatarias, delegacias, depósitos, empresas de ônibus urbanos e empresas de ônibus interestaduais e intermunicipais, locadoras de vídeo e CDs, transportadoras etc.

A expressiva variedade de negócios estabelecidos no bairro chama-nos a atenção, sobretudo, no que se refere à quantidade de estabelecimentos para cada atividade especificada nos Quadros 1 e 2. Quanto às atividades citadas no Quadro da infra-estrutura comercial do bairro, deparamo-nos com a grande ocorrência de mercearias, que constitui, ainda, segundo as informações dos dados catalogados pelo autor, o comércio mais numeroso no bairro de José Pinheiro.

As mercearias ou as bodegas, como são conhecidas e descritas costumeiramente pelas populações locais[83], constituem ainda um comércio muito comum e numeroso nos bairros da cidade de Campina Grande. É comum percebermos a presença de muitas casas comerciais deste tipo pela cidade, tanto nos bairros como até em algumas ruas situadas próximas ao centro urbano.

Barros (1987, p.114 e 214) ao estudar o comércio ambulante da cidade de Campina Grande, faz referência também à presença das bodegas, barracas e/ou mercearias situadas nos bairros pobres da cidade. A imensa quantidade de minúsculas casas deste gênero, espalhadas pelos bairros, é apontada por este pesquisador, que atribui a este pequeno comércio um papel importante no abastecimento das camadas mais pobres da população.

Apesar de ter sofrido uma grande redução em número de estabelecimentos, em virtude, sobretudo, da forte pressão trazida pela rápida proliferação de diversos mercadinhos e supermercados nos bairros e Centro da cidade, algumas antigas bodegas permanecem, como ocorre no bairro de José Pinheiro onde ainda

---

[83] Apesar de a bodega ser um termo muito antigo e popular, a denominação *mercearia* constitui o termo mais moderno e muito empregado atualmente a este pequeno comércio pelas populações dos bairros, como também pelos seus proprietários, que utilizam ainda outros termos para o seu comércio, como: box, minibox e até mercadinho.

encontramos muitos estabelecimentos deste tipo, embora ocorra a existência de novas unidades comerciais neste referido lugar.

Apesar do setor comercial do bairro de José Pinheiro ter recebido significativas inovações, constata-se, de acordo com os dados dos Quadros 1 e 2, a permanência de algumas peculiaridades comuns do seu comércio, como também a continuação de algumas outras atividades terciárias comuns nos bairros da cidade, como os serviços das costureiras, dos vendedores ambulantes, das oficinas de consertos e reparos etc.

As pequenas atividades do circuito inferior sempre constituíram as principais atividades econômicas desenvolvidas no bairro de José Pinheiro. Os pequenos negócios realizados pelos seus moradores sempre foram responsáveis pelo sustento e a sobrevivência de muitas famílias.

As bodegas e/ou as mercearias se destacam ainda nas informações destes Quadros. Nota-se que elas constituem o tipo de comércio mais numeroso do bairro, enquanto que os "supermercados" (mercadinhos), que antes não existiam no bairro, estão presentes com algumas unidades. Estes modernos empreendimentos, montados também por alguns moradores da comunidade, são responsáveis atualmente pelo abastecimento de grande parte da população local, destacando-se deste modo, no circuito comercial do bairro.

Além do grandioso papel desempenhado pelas pequenas empresas familiares, ainda no espaço do bairro de José Pinheiro, encontramos também a presença de grandes empreendimentos empresariais, que, juntos, perfazem o circuito superior do referido bairro, como é o caso de algumas lojas concessionárias de motos, automóveis e caminhões (Honda, Mitsubishi, Renault etc.), estacionamentos de empresas de ônibus e lojas de móveis finos, situados nas proximidades da Avenida Severino Bezerra Cabral. O bairro abriga ainda outras firmas deste porte, como: empresas de segurança, transportadoras, comerciaria e distribuidora de medica-mentos farmacêuticos, depósito de bebidas etc.

Em razão principalmente do seu dinamismo comercial, José Pinheiro constitui, portanto, um dos bairros mais importantes do espaço urbano campinense, espaço esse que surgiu e se desenvolveu notadamente em torno da atividade comercial.

As bodegas, assim também como as demais atividades do

circuito inferior da economia urbana, neste contexto, representam os objetos comerciais mais presentes no circuito comercial dos bairros populares da cidade, como o bairro de José Pinheiro, onde, ao longo da sua existência, se fizeram atuantes na vida social e econômica dos seus moradores.

2.2. Permanências e transformações do pequeno comércio em Campina Grande: as bodegas do bairro de José Pinheiro

2.2.1. As bodegas: comércio popular, clientela popular

No bairro de José Pinheiro encontramos ainda várias bodegas, mercearias e/ou vendas, cerca de setenta estabelecimentos[84], distribuídas por suas ruas, localizadas em algumas esquinas, próximas às residências dos moradores do bairro, entre as mais variadas formas de seu comércio.

Segundo Salgueiro (1992), essas atividades realizadas pelos comerciantes dos pequenos estabelecimentos comerciais locais, como é o caso das bodegas, representa na hierarquia comercial urbana, o nível mais inferior desta cadeia, entre todas as atividades desempenhadas na cidade. Essas atividades são identificadas, por ela, pela sua reduzida atuação que se limita, por via de regra, aos habitantes que residem no seu entorno, ou seja, que moram na mesma rua ou há poucos metros de distância. Explica:

> O nível mais baixo é constituído por aqueles estabelecimentos que por vezes apelidamos de comércio de esquina, mercearia, drogaria [...] Trata-se de unidades com alcance muito reduzido, cujos donos são muitas vezes os únicos empregados e conhecem todos os habitantes da rua, os seus clientes (SALGUEIRO, 1992, p.305).

---

[84] Informações obtidas *in loco* pelo pesquisador, no mês de dezembro de 2003. Os estabelecimentos, localizados na área que compreende o bairro de José Pinheiro, contabilizados nesta pesquisa, se referem às pequenas casas comerciais que se enquadram de acordo com as seguintes características: o trabalho familiar; o tratamento amistoso e popular com a clientela local; formas amigáveis de venda, como: o *fiado*, a venda *a retalho*, a *granel*; a presença do tradicional balcão no atendimento; entre outras peculiaridades próprias deste

Sendo um comércio tão enraizado e próximo da convivência dos fregueses, os seus proprietários geralmente residem no mesmo lugar do seu estabelecimento, favorecendo, assim, uma relação mais amigável, popular com a clientela que constitui a vizinhança local.

Residindo costumeiramente próximo às residências da clientela local, os bodegueiros registraram, ao longo da sua existência, muitas recordações referentes à história do próprio lugar onde se localizam.

No que se refere à origem e ao perfil dos bodegueiros do bairro de José Pinheiro, quanto à sua naturalidade, constatamos que, em sua grande maioria, estes são oriundos de outros municípios do próprio Estado (66%), como também de outros municípios de Estados vizinhos (17%), enquanto que, os nascidos no município de Campina Grande representam um percentual menor (17%).

Quanto ao nível de escolaridade dos bodegueiros pesquisados, nos deparamos com um dado curioso, pois estes trabalhadores, em sua maioria, apresentam grau de estudo muito pequeno, limitando-se à primeira fase do ensino fundamental, antigo primário (46%), ou, em alguns casos, não tendo concluído tal fase ou mesmo nunca tendo estudado (18%). Existem também aqueles que alcançaram um grau de estudo maior, mesmo que não chegando a concluir algumas séries ou não tendo concluído o curso superior; estes representam uma minoria.

A partir destes dados educacionais, vemos que esta atividade

---

tipo de comércio, que recebeu das populações dos bairros populares, diversas denominações, desde a típica bodega à mercearia, o box, o mini-box, a venda, a casa de estivas, a barraca, e até, em alguns casos, o mercadinho. Em virtude da complexidade do termo deste pequeno comércio, consideraremos estes estabelecimentos no grupo do pequeno comércio de bairro, tipo bodega. Na realização deste estudo, foram elaborados e aplicados dois tipos de questionários como instrumentos de coleta, sendo um total de 130, que representam, na verdade, apenas uma pequena amostra da ampla e complexa realidade local pesquisada: um direcionado aos proprietários das bodegas (30) e outro destinado aos seus fregueses (100), visando, desta forma, obter informações inerentes ao trabalho proposto. Foram também feitas algumas entrevistas informativas com moradores e pessoas representativas do bairro (fregueses e bodegueiros) e outras pessoas da cidade interessadas nesta temática, que expuseram valiosos relatos sobre este pequeno comércio, enfatizando a importância social e econômica das bodegas em suas vidas.

é largamente administrada por pessoas simples de pequeno grau de estudo que, devido as suas próprias condições sócio-econômicas, não tiveram, em muitos casos, a oportunidade de cursar regularmente os anos letivos escolares ou nunca tiveram completamente a chance de freqüentar alguma escola.

De acordo ainda com os dados dos questionários da pesquisa de campo, a idade dos proprietários destes estabelecimentos varia muito, pois embora encontrássemos muitas bodegas sendo administradas por homens da terceira idade, acima dos sessenta e setenta anos, cerca de 31%, e também por um significativo grupo representado por aqueles que possuem idade superior a cinqüenta anos (23%), nos deparamos ainda também com um número percentual elevado de novos comerciantes engajados neste ramo, oscilando entre os trinta aos quarenta e nove anos de idade, juntos perfazendo um total de 46%.

Com base nestas informações, referente às idades dos proprietários de bodegas do bairro estudado, vemos também a continuidade desta atividade exercida entre os mais novos. Ofício passado, em muitos casos, de pai para filho, o pequeno comércio, tipo bodega, tem assim a sua permanência garantida também através dos membros da família do seu proprietário, principalmente os filhos, que diante das escassas oportunidades de empregos, de uma melhor qualidade de vida, têm, deste modo, no seu pequeno estabelecimento, a garantia de sua sobrevivência e dos seus familiares. Há também casos em que alguns estabelecimentos deixaram de funcionar completamente por não haver ninguém da família do proprietário que quisesse assumir a administração do pequeno comércio.

Quanto ao sexo destes pequenos comerciantes, descobrimos também a forte presença masculina à frente da administração dos estabelecimentos, representando um total de 82%, enquanto que as mulheres, embora representem um percentual menor (18%), sempre estão envolvidas, ao mesmo tempo, no funcionamento do comércio e nos afazeres domésticos ou em outra profissão.

Representadas e administradas, em sua maioria, por pessoas do sexo masculino, as bodegas têm, assim, tradicionalmente, na figura do homem, um papel central predominante. Apesar dos membros familiares, como a esposa, filhos e filhas, serem também

responsáveis pelo funcionamento do comércio, os estabelecimentos sempre são registrados, em documentos de cartório, em alvará[86], no nome do "chefe da família".

A maioria dos bodegueiros do bairro de José Pinheiro tem os seus pequenos estabelecimentos regularizados com o Alvará. As bodegas enquadradas nesta condição representam, de acordo com os dados dos questionários respondidos, cerca de 71% do total, enquanto que, 25% não possuem tal documento, permanecendo, deste modo, na "informalidade", sujeitos a sofrer, eventuais, multas aplicadas por fiscais da prefeitura municipal. Há também alguns que não quiseram ou não souberam responder esta questão contida no questionário (4%).

Entre as bodegas regularizadas com Alvará, encontramos estabelecimentos administrados tanto por antigos bodegueiros, como também, ao mesmo tempo, por comerciantes novos, recentes neste ramo do comércio. Os comerciantes enquadrados na situação, dita irregular, ausentes no pagamento de impostos, são, em sua maioria, representados por proprietários novos. Com uma margem de lucro muito reduzida, estes micro-comerciantes se recusam, portanto, a pagar tais taxas impostas pelo governo local.

O típico ambiente rústico, comum à organização física da bodega, retrata ainda a realidade sócio-econômica e cultural da população local; fazendo da simplicidade a sua característica principal. O interior deste pequeno estabelecimento transparece bem esta simplicidade: produtos comercializados expostos nas prateleiras com pouco ornato; presença de poucos cartazes de propaganda de alguns produtos comercializados; cartazes de seleções de time de futebol, de propaganda política (em períodos eleitorais); avisos de algum evento, reunião realizada no bairro,

---

[86] Documento pelo qual uma autoridade judiciária ou administrativa ordena ou autoriza a alguém a prática de um determinado ato, como por exemplo, a permissão de funcionamento de um pequeno estabelecimento comercial. Além deste documento, existem também outros tipos de cadastros, embora estes não sejam solicitados por quase todas as bodegas do bairro, como a Ficha de Atualização Cadastral – FAC (imposto estadual) e o Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ. Geralmente os grandes estabelecimentos comerciais possuem todas estas legalizações, como também os mercadinhos, enquanto que os demais pequenos estabelecimentos, em sua maioria, limitam-se a autorização municipal, o *Alvará*.

calendários, a documentação (Alvará do comércio) exposta num quadro; existência de alguns elementos que refletem a religiosidade e a supersticiosidade, como: quadros, imagens sacras (Pe. Cícero, Frei Damião, Nossa Senhora, Sagrados Corações de Jesus e Maria etc.), objetos de superstição (folha de arruda, chifre de boi.) etc.

Além destas características peculiares, todas as bodegas apresentam, na sua forma de organização interna, um elemento muito comum, trata-se da presença do tradicional balcão, móvel que separa o freguês das prateleiras e de seus respectivos produtos, impossibilitando o seu acesso direto à mercadoria. Neste caso, o cliente adquire o produto diretamente com o despachante, reforçando, deste modo, o contato personalizado, de caráter amistoso.

Sendo o tradicional balcão um dos elementos mais característicos das antigas bodegas da região, a existência deste móvel sempre motivou um tratamento amistoso e popular entre o proprietário do pequeno comércio e a sua freguesia que, se dirigia freqüentemente para se abastecer, e, ali mesmo, defronte ao balcão, eram despachadas pelo comerciante.

A permanência deste velho móvel nos pequenos comércios do bairro de José Pinheiro ainda é uma constante em todas as bodegas observadas nesta pesquisa (Figura 8). Embora alguns comerciantes tenham operado significativas transformações nos seus estabelecimentos, nota-se que a presença do balcão é identificada comumente entre estes pequenos negócios.

Figura 8: Balcão de atendimento em uma bodega pesquisada
Foto: Lincoln da S. Diniz, nov./2003

A parte externa dos estabelecimentos pesquisados também revela a cultura, a religiosidade popular presente no nome do estabelecimento (Casa Padre Cícero, Mercearia Santa Maria, Mercearia São Francisco, Box São José, Mercearia Menino Jesus, Mercearia Nossa Senhora Aparecida, Mercearia São João, Mini Box São Jorge, Mercearia Ágnus-Dei.). Em alguns estabelecimentos o nome provém do sobrenome do proprietário e família (Mercearia Basílio, Mini Box Barbosa, Mercadinho Moura), ou apelido (Mercearia do Zezinho, Mercearia O Agazão, Mercearia do Seu Basto) ou o próprio nome do proprietário (Mercearia Camilo, Mercadinho do Lídio). Apresentam-se outras variedades de nomes (Mercearia Pague Menos, Mini Box da Amizade, Mini Box Bandeirantes) ou não apresentando nome algum, como acontece em muitos dos casos.

Figura 9: Bodegas com nomes "sugestivos" no bairro de José Pinheiro
Foto: Lincoln da S. Diniz, mar./2004

Observando os modestos e populares nomes destes pequenos estabelecimentos, desprovidos de uma propaganda sofisticada e moderna, como acontece amplamente nas grandes redes de lojas, supermercados, onde é comum a utilização dos modernos recursos do marketing, vemos que a preocupação primordial dos proprietários destas pequenas atividades é, antes de

tudo, assegurar a sobrevivência da sua família, até porque o pequeno volume de capital movimentado nestes micro-empreendimentos impossibilita investimentos nestas técnicas inovadoras que constituem os pilares atuais dos grandes mercados. Nesse sentido, aponta Santos (1979, p.36) que, os recursos modernos da publicidade são praticamente dispensáveis em quase todas as atividades que compõem o circuito inferior da economia, graças, sobretudo, aos contatos pessoais com a clientela local e, também, segundo ele, tampouco seria possível a utilização de tais técnicas, já que a encurtada margem de lucro dos pequenos comércios "vai diretamente para a subsistência do agente e de sua família".

Embora muitos estabelecimentos possuam os mais variados nomes próprios nas suas fachadas, os fregueses sempre costumam conhecer mesmo estas unidades comerciais pelos nomes ou apelidos dos seus respectivos proprietários, que são, por sua vez, muito conhecidos popularmente pelos moradores do próprio lugar.

A questão da proximidade da bodega com as residências dos clientes, uma vez que definem relações muito amistosas com a vizinhança local, determina, sobremaneira, a permanência deste pequeno comércio nos bairros da cidade.

A localização das bodegas nos bairros facilita, sobretudo, a vida das populações de baixo nível de consumo, que na maioria dos casos, não dispondo de automóveis particulares e restando pouco dinheiro para o transporte coletivo, deixam de abastecer-se freqüentemente nos grandes comércios modernos, que geralmente situam-se no centro urbano das cidades ou nos seus arredores, ao longo de importantes vias de circulação de veículos (SANTOS, 1979, p.168).

Explica Cachinho (1991, p.85) que, os pequenos comércios localizados nas vizinhanças dos bairros da cidade se limitam apenas no fornecimento dos "bens mais banais e os serviços de utilização freqüente, fazendo da comodidade o seu conceito mercantil". Por outro lado, os grandes centros comerciais, que pela sua dimensão e capacidade de atração, reúnem no mesmo espaço, grande variedade de artigos e serviços especializados, procuram, sobretudo, tirar proveitos na economia de escala e de aglomeração.

De acordo com Salgueiro (1996, p.124): "Os pontos fortes do pequeno comércio, em relação às grandes superfícies são, a

proximidade aos consumidores e a qualidade do serviço prestado". A localização próxima, do pequeno comércio, às residências dos consumidores e a sua relação amistosa, proporcionada por tal denominador, determinam, sobretudo, a viabilidade e, conseqüentemente, a permanência destas pequenas atividades. O pequeno comércio tem, assim, de forma exclusiva, nesta condição, o seu principal ponto forte, pois uma vez que este não possui grandes meios econômicos para progredir, encontra também neste fator a explicação da sua existência.

Cavalcanti (1983, p.86) destaca também, à importância dos fatores, acesso ao local, maior praticidade e proximidade da residência do consumidor como condições importantíssimas para determinar à sobrevivência das pequenas atividades do setor popular da economia nos bairros da cidade, como as bodegas, as quitandas[87], por exemplo; pois a localização destes micro-negócios, segundo ele, "desempenha um papel destacado nas escolhas da fonte de abastecimento" pela clientela local.

Deste modo, quanto maior for a sua proximidade com os indivíduos do mesmo lugar, mais intensas serão as suas relações sociais. Afirma Santos (1997a, p.255) que o papel da proximidade é extremamente importante nas relações com a população local e no funcionamento dos comércios dos bairros. A proximidade, segundo ele, se refere à totalidade das relações - não apenas as relações econômicas -, a contigüidade física entre as pessoas num mesmo espaço - relações de vizinhança -, num mesmo conjunto de pontos contínuos, vivendo com a mesma intensidade suas inter-relações, criando laços profundos de identidade, de solidariedade.

Em pesquisa de campo realizada entre os fregueses de algumas bodegas do bairro de José Pinheiro, descobrimos que estes, em sua maioria, embora comprem em diversos lugares, como os supermercados e mercadinhos, localizados no próprio bairro ou no Centro da cidade, nos espaços das feiras livres, sobretudo, da Feira Central e até nos shoppings, nunca deixam de comprar completamente nas bodegas situadas próxima as suas casas, revelando,

[87] Entendemos aqui por quitanda, aqueles pequenos estabelecimentos que comercializam, exclusivamente, produtos hortifrutigranjeiros, como: frutas, legumes, cereais, alguns víveres etc.

assim, a importância destas pequenas unidades comerciais, como fonte de abastecimento complementar, e garantindo ainda, ao mesmo tempo, a sua permanência nos bairros das cidades.

Quanto à freqüência ao espaço dos shoppings, sobretudo ao shopping da rede Boulevard, localizado próximo aos limites do bairro de José Pinheiro, a população consultada nesta pesquisa destacou que costumam, em alguns períodos do ano, comprar nestes lugares, quando ocorrem grandes promoções. Neste caso, há uma procura maior por artigos das lojas destes espaços, principalmente nas lojas maiores, nas lojas âncoras onde é possível encontrar produtos com preços mais populares. Sendo, assim, não é muito comum essa mesma população se abastecer de forma freqüente nestes sofisticados e caros ambientes.

Por outro lado, em contraposição a estes requintados ambientes, há o dinâmico comércio articulado pelos simples feirantes nas calçadas da Rua Campos Sales. Este pequeno e crescente comércio de frutas e verduras, localizado nesta importante rua comercial do bairro de José Pinheiro, também tem sido freqüentemente citado pelos fregueses entrevistados, alegando a sua importância na comercialização destes produtos no seu dia-a-dia, pois aí se encontra uma grande variedade de hortifrutigranjeiros com preços mais baixos que o das bodegas, como afirmou alguns fregueses.

A ampla variedade de produtos comercializados pelas bodegas constitui também uma peculiaridade destas unidades comerciais, que oferecem à clientela local desde os itens de primeira necessidade (gêneros alimentícios e artigos de limpeza e higiene) a outras variedades de produtos, como: material de construção, miudezas, material escolar, cosméticos, mangaios[88] etc.

O consumo de itens indispensáveis à vida diária entre as populações, como os produtos alimentícios: cereais, temperos, hortifrutigranjeiros, bebidas, pães, massas, doces, café, ovos, sal, carnes etc., além de produtos de limpeza e higiene: detergentes, desinfetantes, sabão, vassouras, escovas e pastas de dente, sabonetes, papel higiênico, entre outros artigos, como também

[88] Mangaios: trata-se de produtos tipicamente regionais produzidos artesanalmente, como: objetos feitos a partir do couro, cordas, latões, ferramentas entre outros produtos.

miudezas, desde agulhas a linhas de costura, material escolar (lápis, canetas, cadernos etc.)), comprimidos farmacêutico, cosméticos (perfumes, desodorantes, esmalte de unhas etc.)), material de construção (tintas, cal, cimento, pregos, parafusos etc.)), utensílios do lar (bacias, panelas, louças etc.)), constituem as mercadorias mais comercializadas nas bodegas do bairro de José Pinheiro.

A procura de gêneros de primeira necessidade nestas pequenas casas comerciais torna-se mais evidente entre as populações dos bairros populares da cidade, pois, nestes modestos estabelecimentos, essa classe consumidora é favorecida tanto pela praticidade nas compras quanto pelos produtos essenciais do consumo doméstico diário, disponível nestas singelas unidades comerciais.

Segundo Milton Santos (1979, p.178), os comerciantes do circuito inferior da economia urbana geralmente apresentam pequenos estoques de mercadorias. Trata-se, sobretudo, de produtos essenciais do consumo doméstico diário, enquanto que a sua clientela, por sua vez, se abastece no dia-a-dia em pequenas quantidades. Tal fato é constatado em todas as pequenas casas comerciais estudadas do bairro de José Pinheiro, onde é muito comum a procura de poucas unidades de alguns produtos disponíveis nestes modestos estabelecimentos

Ao estudar as mercearias da cidade de Cajazeiras, no sertão paraibano, Barros (1989, p.70) vê nestes típicos estabelecimentos uma característica muito comum, chegando a defini-lo como "um estabelecimento cuja simplicidade e despojamento, reflete o perfil do consumo a que procura satisfazer". O ambiente rústico e comum faz destas pequenas casas comerciais um comércio muito popular e familiar à população local, retratando bem, deste modo, a realidade sócio-econômica e cultural dos habitantes do lugar, pois essa população de baixo poder aquisitivo encontra próximas às suas casas além dos mantimentos básicos indispensáveis ao seu sustento, outras facilidades nas compras dos mesmos.

Cavalcanti (1983, p.31) atribui a pequenez e a simplicidade, como características essenciais das atividades do setor popular da economia; setor esse, segundo ele, correspondente "à faixa não-moderna, não-organizada, subcapitalista, da economia urbana", pois representam, em nossa opinião, atividades que se enquadrariam

naquilo que Milton Santos (1979) chamara de circuito inferior da economia urbana dos países subdesenvolvidos. De acordo com as características expostas nessa classificação definida por Santos (Quadro 3), nos deparamos com muitas e enormes diferenças entre as diversas atividades realizadas pelas pequenas e grandes empresas dos dois circuitos econômicos da cidade capitalista subdesenvolvida.

Características	Circuito Superior	Circuito Inferior
Tecnologia	Capital intensivo	Trabalho intensivo
Organização	Burocrática	Primitiva
Capitais	Importantes	Reduzidos
Emprego	Reduzido	Volumoso
Assalariado	Dominante	Não-obrigatório
Estoques	Grandes quantidades e/ou alta qualidade	Pequenas quantidades, qualidade inferior
Preços	Fixo (em geral)	Submetidos à discussão entre comprador e vendedor (*haggling*)
Crédito	Bancário institucional	Pessoal não institucional
Margem de lucro	Reduzida por unidade, mas importante pelo volume de negócios (exceção: produtos de luxo)	Elevada por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios
Relações com a clientela	Impessoais e/ou com papéis	Diretas, personalizadas
Custos fixos	Importantes	Desprezíveis
Publicidade	Necessária	Nula
Reutilização dos bens	Nula	Freqüente
Overhead capital	Indispensável	Dispensável
Ajuda governamental	Importante	Nula ou quase nula
Dependência direta do exterior	Grande atividade voltada para o exterior	Reduzida ou nula

Quadro 3: Características dos dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos
Fonte: SANTOS, Milton. O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979, p.34.

Os dois circuitos da economia, superior e inferior, embora sejam bem distintos quanto as suas variadas características, não constituem um dualismo ou uma dicotomia urbana, pois se complementam, ainda que prevaleça uma longa dependência articulada pelo circuito inferior ao superior, como ocorre, por

exemplo, com as bodegas (circuito inferior) que são abastecidas, completamente, com suprimentos dos grandes armazéns atacadistas, atividades essas, ligadas ao circuito superior da economia. Vemos, mesmo assim, um exemplo concreto de como as atividades de tais circuitos está espacialmente imbricado. Tal fato é confirmado nas informações obtidas nos questionários direcionados aos estabelecimentos, objetos desta pesquisa. Segundo as respostas obtidas pelos bodegueiros do bairro de José Pinheiro, 100% destes comerciantes se abastecem nos grandes armazéns atacadistas cerealíferos e de miudezas localizados, de forma concentrada, no espaço comercial da Feira Central da cidade ou nas suas imediações.

Além do importante papel abastecedor desempenhado pelos armazéns atacadistas, as bodegas costumam também se abastecer por outros meios, como a EMPASA - CG (Empresa Paraibana de Abastecimento e Serviço Agrícola)[89], onde se encontram produtos hortifrutigranjeiros e/ou diretamente a alguns fornecedores, representantes de empresas, que distribuem produtos (bebidas, pão, lacticínios, miudezas, biscoitos etc.) nas portas dos seus estabelecimentos. Destas duas modalidades de abastecimento, esta última constitui a forma mais cômoda de abastecimento ao pequeno comerciante, que nem sempre dispõe de automóveis particulares para transportar os produtos adquiridos em outros centros. A compra de alguns itens a estes fornecedores, somada ainda à aquisição

[89] Além do seu expressivo comércio varejista Campina Grande se destaca regionalmente também pelo seu grandioso comércio realizado pela Empresa Paraibana Abastecimento e Serviço Agrícola – a EMPASA-CG. Empresa criada em 1976 (antiga CEASA), tendo por objetivo captar a produção agrícola e distribuí-la aos municípios estaduais, sobretudo, aqueles polarizados por Campina. Segundo Nascimento (2002, p.60-63), a EMPASA-CG movimenta grandes volumes de mercadorias (5.000 toneladas mensais), como frutas, verduras e legumes provindos de distintas regiões (Brejo paraibano, Sertão, Cariri e de outras regiões de alguns Estados nordestinos), chegando a superar o comércio de outras centrais de abastecimentos, como a EMPASA-JP de João Pessoa e a CEASA de Natal, que movimentam um volume de mercadorias inferior ao da Central de Campina, a primeira com cerca de 2.400t mensais e a outra comercializando em torno de 1.6000t mensais. Nascimento (2002) descobriu também que das 5.000t de mercadorias comercializadas pela CEASA-Caruaru, 2.000t eram provenientes da EMPASA-CG. Afirma ainda este autor, que na região, apenas a CEASA-Recife supera o comércio movimentado pela EMPASA-CG, com um volume médio de 50.000t mensais.

de outros bens nos amplos armazéns atacadistas da feira central da cidade, representa a maior preferência apontada por estes micro-comerciantes, cerca de 48%, enquanto que a EMPASA - CG, por sua vez, é menos solicitada. Isto é constatado empiricamente pela inexistência de produtos, como: verduras, frutas e legumes, em várias bodegas, sendo estes produtos encontrados apenas em alguns estabelecimentos. Por esta razão, nem todos os bodegueiros se utilizam dos serviços e produtos disponíveis neste espaço.

Seguindo essa explicação levantada por Santos, o típico e conhecido pequeno comércio de bairro seria especificamente enquadrado no grupo daquelas atividades que apresentam na sua forma de atuação, na sua organização interna e, sobretudo, na sua dimensão econômica, um reduzido alcance espacial, sendo esta, portanto, a diferença essencial entre as atividades dos dois circuitos da economia.

O tratamento personalizado com o cliente; a organização primitiva e simples do estabelecimento; o reduzido volume de capital; o pequeno estoque, mas significativo de mercadorias; o emprego familiar; a inexistência de ajuda governamental (políticas públicas para o setor) que, de acordo com a opinião dos entrevistados e dos questionários preenchidos, é completamente nula; a quase completa ausência de publicidade; a freqüente reutilização de alguns bens, como, por exemplo, sacolas plásticas, caixas de papelão reutilizados no embrulhamento de mercadorias comercializadas, representam apenas algumas características comuns aos pequenos empreen-dimentos comerciais nos bairros da cidade.

No que se refere ainda às bodegas, enquanto atividade do circuito inferior da economia urbana, além de constatarmos todas essas características, elencadas no Quadro 3, podemos afirmar, com plena certeza, que as bodegas constituem um dos tipos de comércio mais populares do espaço urbano das cidades da região, sobretudo, nos seus bairros habitados predominantemente por populações de pequena renda, de baixo status social. Nestes locais, este pequeno comércio desempenha um papel sócio-econômico muito importante, fornecendo muitas facilidades e comodidades à clientela local, formada por moradores da vizinhança.

O baixo poder aquisitivo da população que freqüenta as bodegas do bairro de José Pinheiro é confirmado no percentual de fregueses pesquisados, que recebem mensalmente rendas muito

baixas, não ultrapassando, na maioria dos casos, o salário mínimo estabelecido pelo governo federal (R$ 240,00)[90], representando, deste modo, uma grande parcela (51%). Há ainda aqueles que possuem uma renda um pouco maior, atingindo quase ou um pouco acima de dois salários mínimos (25%); estes, apesar de receberem tais valores, se enquadram também no grupo daqueles que apresentam um baixo poder aquisitivo. Embora a grande maioria dos fregueses consultados receba baixos salários, temos ainda aqueles que apresentam um médio ou alto poder aquisitivo, como podemos assim definir, ou seja, que recebem "valores razoáveis", apesar desta mesma classe, muitas vezes, ainda não ter acesso também a muitos bens essenciais, como, por exemplo, planos de saúde, entre outros direitos. Este último grupo engloba todos aqueles que possuem níveis de renda próximo ou superior a R$ 1.000,00 por mês, correspondendo, portanto, à minoria dos entrevistados.

Com base nestas informações, temos assim também a compreensão da situação sócio-econômica da população residente no bairro de José Pinheiro, formada em sua grande maioria por uma população de baixa renda, de baixo poder aquisitivo. Tal constatação condiz ainda com aquilo que Milton Santos (1979) fala a respeito de algumas características das atividades comerciais desenvolvidas nos bairros mais pobres da cidade, onde é possível notar a situação sócio-econômica destes moradores, a partir da dimensão dos próprios estabelecimentos comerciais aí instalados, sendo, portanto, o comércio um reflexo social e econômico das populações. Afirma que: "... quanto mais pobre é a população, menor é a dimensão dos comércios" (SANTOS, 1979, p.168).

Apresentando características típicas das atividades do circuito inferior, a bodega, onde ela se localiza, articula no seu lugar uma relação muito próxima e amistosa com os moradores; por conseguinte, trata-se de um comércio muito enraizado na vida dos bairros populares. Afirma Santos (1979, p.274) que: "Nos bairros, é a necessidade de uma resposta imediata às necessidades de uma população sem dinheiro que explica a presença do circuito inferior". Daí, portanto, a permanência dessas formas espaciais.

Situadas e atuando em espaços restritos, como os bairros,

[90] Piso salarial mínimo estabelecido pelo governo federal no mês maio de 2003.

as atividades do circuito inferior da economia têm, assim, os seus alcances limitados à população local, que constitui a clientela predominante nas vendas.

A forte presença de atividades de pequena dimensão, como as bodegas, ligadas ao circuito inferior da economia urbana do bairro de José Pinheiro, revela a importância desta atividade para a população e a economia local. Estas atividades desempenham uma importante função no desenvolvimento do bairro e na própria dinamização do seu comércio, que representa a principal atividade econômica do lugar.

Esclarece ainda Santos (1979) que: "O circuito inferior, formado de atividades de pequena dimensão e interessando principalmente às populações pobres, é [...] bem enraizado e mantém relações privilegiadas com sua região"(SANTOS, 1979, p.16). A relação amistosa do pequeno comércio com a sua região é uma realidade no dia-a-dia dos moradores do lugar, dos moradores dos bairros mais populares habitados por populações, em sua maioria, de baixa renda, de pequeno poder aquisitivo.

Para Santos (1979, p.38), os pobres constituem aqueles indivíduos que "não tem acesso, de modo regular, aos bens de consumo corrente" considerados essenciais numa certa sociedade. Esta população também, em sua opinião, representa a clientela predominante nas vendas dos pequenos estabelecimentos comerciais, localizados nos bairros populares que, por sua vez, oferecem a esta mesma clientela, algumas facilidades nas suas compras através, sobretudo, do crédito pessoal, o famoso fiado. Afirma ainda Santos que esta população pobre geralmente é formada, amplamente, pelos não-empregados, os subempregados e pelos assalariados, que também recebe muito pouco.

O baixo poder aquisitivo da grande maioria dos moradores do bairro é revelado, portanto, também no pequeno perfil de consumo de sua população que, dispondo de magras rendas no seu dia-a-dia, se abastece em pequenas quantidades de produtos, através principalmente do fiado, um tipo de crédito baseado na confiança dada ao freguês, para pagamento posterior. Esta forma de mercadejar, comum nos pequenos comércios dos bairros, exerce uma função preponderante nas vendas e a viabilidade do próprio comércio.

Estando próxima da realidade sócio-econômica dos fregueses, a localização das bodegas reforça o seu caráter popular, colocando à disposição desta clientela outros elementos importantes nas vendas, a exemplo das formas facilitadas nas compras (o fiado, a venda em retalho, mercado ou granel), que compõem esta relação amistosa. Destas variadas formas de mercadejar, o fiado exerce uma função preponderante nas vendas e a viabilidade do comércio, conforme aponta Barros (1989, p.74): "O fiado - venda para pagamento posterior, no fim de semana, ou do mês - é mesmo vital para manter a clientela..."

Segundo Santos (1979, p.60 e 168), o modo de pagamento de certos bens e produtos através da utilização do sistema de compra com caderneta, do crédito pessoal e direto - o fiado - permite a vida dos pequenos comércios nas zonas residenciais habitadas por populações pobres e a sobrevivência destas populações que, geralmente, apresentam, no dia-a-dia, baixas rendas para se abastecer.

Sendo a bodega um comércio tão enraizado na vida do bairro, as suas relações com os habitantes do lugar[91], acontecem de maneira amistosa. Não só a proximidade, mas também a intimidade existente entre freguês e proprietário ou outro despachante, cria uma relação familiar. O proprietário, por sua vez, coloca à disposição desta clientela, além dos produtos comercializados, formas específicas de pagamento das compras do freguês, como o fiado, tipo de crédito baseado na confiança dada ao freguês para pagamento posterior, que constitui um instrumento muito comum nas vendas deste típico comércio. Segundo este sistema, o bodegueiro anota numa caderneta[92] os valores dos respectivos produtos comprados pelo freguês.

[91] O *lugar*, como uma das categorias de análise da Geografia, é definido por Ana Fani A. Carlos (1996), como o espaço onde se desenvolve a vida em todas as suas dimensões e onde acontecem as relações cotidianas mais finas, próximas – *relações de vizinhança*. O lugar é à base da reprodução da vida, é o espaço do vivido, apropriado através do corpo – dos sentidos, dos passos de seus moradores, é o bairro, a praça, a rua, a comunidade, a pequena vila ou cidade – vivida/conhecida/reconhecida em todos os cantos. Afirma ainda, a mesma autora, que o lugar jamais poderá ser a metrópole ou mesmo a cidade, pois o lugar se refere de forma indissociável ao vivido, ao plano imediato que ocorre habitualmente no nível do bairro ou alguma outra localidade. Os lugares são os espaços na cidade onde o homem habita e que diz respeito ao seu cotidiano e ao seu modo de vida. Trata-se, portanto, de um *espaço palpável*, finito, conhecido por todos os seus moradores que aí realizam as suas ações mais costumeiras e comuns.

[92] A caderneta é um caderno de contas no qual são registradas as quantias das compras realizadas pelos fregueses.

O fiado constitui, ainda, uma prática muito solicitada pelos fregueses das bodegas do bairro de José Pinheiro. De acordo com os dados dos questionários aplicados entre estes fregueses, constatamos tal afirmação: 71% dos consultados afirmam ainda comprar através do fiado, enquanto que os demais, cerca de 29%, não costumam utilizar freqüentemente esta prática. Entre aqueles que não utilizam este tipo de crédito de forma freqüente, alguns afirmaram que já compraram muitos produtos através do fiado, mesmo sendo em raras ocasiões, mas que, atualmente, procuram comprar à vista ou somente através de cartões, nos grandes mercados, nos supermercados.

O fiado constitui uma prática muito comum em todos os pequenos comércios dos bairros da cidade[93]. Muitos clientes ainda compram nas mercearias, através deste sistema. São clientes conhecidos pelos proprietários destes estabelecimentos e, com os quais mantém uma amistosa relação. Esta relação amigável favorece a comercialização dos produtos, pois grande parte das mercadorias comercializadas é adquirida por clientes da vizinhança, clientes que possuem um certo vínculo de amizade. Esta íntima afinidade com o freguês sempre propiciou, sobremaneira, a sobrevivência das pequenas unidades comercias nas cidades.

Assim como ocorre em praticamente todas as bodegas do bairro de José Pinheiro, a presença numerosa e bem significativa de fregueses aposentados é confirmada de forma satisfatória nas vendas destes pequenos empreendimentos. Essa classe é tratada pelos pequenos comerciantes locais com muita cordialidade, uma vez que estes, na opinião dos bodegueiros, representam os clientes mais fiéis aos seus estabelecimentos[94].

Segundo informações obtidas pelos questionários, constatamos que cerca de 40% dos fregueses das bodegas pesquisadas,

---

[93] De acordo com os dados coletados dos questionários direcionados aos proprietários das bodegas do bairro de José Pinheiro, descobrimos que a prática do fiado é realizada predominantemente em todos os estabelecimentos deste tipo. Sendo, portanto, uma característica extremamente peculiar a este tipo de comércio.

[94] Tal presença significativa de aposentados coincide com a realidade da grande maioria das cidades da região, sobretudo, das pequenas cidades, vilas e povoados do interior, onde os benefícios recebidos por estes antigos cidadãos garantem o movimento comercial e a sobrevivência das pobres economias locais.

recebem aposentadorias ou pensões. Constituindo, desta maneira, uma significativa parcela nas vendas destes estabelecimentos.

Além da preferência dada a esta classe aposentada, muitos estabelecimentos buscam controlar as vendas pelo fiado, através também de algumas mensagens expostas em folhetos, cartazes presentes em quase todas as bodegas visitadas.

É comum percebermos no interior dos pequenos estabelecimentos, como as bodegas, a existência de cartazes com variados dizeres, apontando para a questão do fiado. São mensagens, desenhos, frases cômicas, advertindo ao freguês a impossibilidade dele adquirir algum produto naquele estabelecimento através do velho fiado.

Embora estas mensagens se encontrem em quase todas as bodegas, mesmo assim, a prática do fiado acontece predominantemente nestas casas. A presença destes dizeres alegóricos e exortativos serve apenas para impedir o livre acesso do fiado a qualquer indivíduo, como também, para lembrar a outros, os "devedores", as suas dívidas acumuladas e atrasadas nas contas das cadernetas.

A questão do fiado tem também gerado muitos problemas aos donos de bodegas, uma vez que estes são prejudicados tanto pela falta de honestidade de vários clientes, como, em algumas situações, pelas baixas condições financeiras de muitas famílias do lugar. O freqüente índice de calotes aplicados aos pequenos comerciantes do bairro tem restringido, em alguns estabelecimentos, esta amigável prática comercial popular. O número restrito de clientes utilizando a caderneta de fiado em algumas bodegas aponta para esse fator, que tem contribuído até para o fechamento de algumas casas comerciais deste tipo, como nos afirmaram em depoimentos antigos moradores e velhos comerciantes do bairro.

Se por um lado o fiado constitui um dos mecanismos de sobrevivência da bodega, por outro lado, a questão das dívidas de fiado, deixado pelos clientes, constitui uma das maiores dificuldades apontadas pelos bodegueiros do bairro de José Pinheiro. Isto é corroborado por 38% das opiniões dos entrevistados. Embora que existam outros problemas preocupantes entre todos os pequenos comerciantes locais, como a crescente onda de assaltos e até de assassinatos, ocorrida entre esta classe trabalhadora (26%), como também, a queda nas vendas (34%), que na opinião dos

entrevistados, é cada vez mais acentuada em decorrência da presença de novos mercadinhos e supermercados na cidade.

Além do famoso fiado, outra forma popular de mercadejar incluída nesse processo é a venda em granel, em retalho, ou em mercado, como popularmente se conhece a comercialização fracionada de poucas unidades e/ou em diferentes porções, de acordo com as necessidades básicas e as condições financeiras do freguês. O freguês diz e escolhe a medida, a quantidade em gramas ou em unidades de um determinado produto[95].

Figura 10: Venda fracionada de alguns produtos expostos em uma bodega
Foto: Lincoln da S. Diniz, nov./2003

Esta famosa forma de venda fracionada de produtos constitui uma prática muito antiga e muito comum em todos os pequenos estabelecimentos comerciais, do tipo bodega, nas cidades e povoados da região. Antigamente, nesta prática, utilizava-se para fracionar e pesar as mercadorias, como por exemplo, os cereais, antigas medidas típicas da época, instrumentos primitivos, comuns nas

[95] Dentre tais produtos destacam-se os seguintes: feijão, arroz, macarrão, farinha de mandioca, farelo de milho e/ou trigo, fubá, bolachas, óleo de soja, gás querosene, lã de aço, caixa de fósforos, velas, queijo, mortadela, cigarros, aguardente, fumo de rôlo, cordas, frutas, verduras, leguminosas, cabeça de alho, temperos, carne de charque e sol, galeto, ovos de capoeira e/ou granja, comprimidos farmacêutico, cloro, papel de presente e higiênico, linha de costura, pregos, agulhas, gilete, rapadura, açúcar, bolo de mandioca, pé de moleque, sorvete, confeitos, alguns artigos de presente, papel escolar, cimento, ração para animais domésticos etc.

praças de escambo e muito aplicadas nas transações comerciais.

A antiga prática do fracionamento de mercadorias em variadas porções sempre foi realizada costumeiramente em todos os peque-nos comércios da cidade. Apesar de ser ainda uma prática muito comum, segundo alguns bodegueiros do bairro, antigamente esta forma de venda era muito mais freqüente, pois os fregueses procuravam absolutamente tudo em granel.

Mas, mesmo assim, a tradicional prática de venda fracionada de produtos é ainda amplamente solicitada pelos fregueses dos bairros populares da cidade. Esta forma de venda facilita a vida das populações de baixa renda, uma vez que nem sempre, estas dispõem de dinheiro suficiente para comprar um determinado produto integralmente. A procura diária e urgente de mantimentos básicos indispensáveis ao consumo doméstico, como gêneros alimentícios, produtos de limpeza e higiene, leva muitos clientes a recorrer também a esta forma amigável de comercializar. No bairro de José Pinheiro, segundo as informações obtidas dos questionários aplicados, descobrimos que esta prática ainda é muito solicitada pelos fregueses, compreendendo a grande maioria (82%).

Argumenta Lassere apud Santos (1979, p.188) que somente o pequeno comércio do circuito inferior, como as bodegas, está adaptado, portanto, às condições sócio-econômicas da clientela local pela venda a crédito (fiado) e pelo fracionamento das mercadorias (em granel), pois os produtos comercializados pelo comércio moderno - os supermercados - são geralmente padronizados e indivisíveis e as relações entre os agentes e os clientes são impessoais. Tais relações impessoais contribuem, por outro lado, para que as populações de baixa renda dos bairros populares da cidade ainda recorram às pequenas unidades comerciais localizadas próximas as suas casas, determinando, deste modo, a sua permanência no circuito comercial atual.

A proximidade das bodegas, com relação às residências dos consumidores[96], garante, além destas formas amigáveis de comercialização, outra peculiaridade deste comércio, trata-se do atendimento em horários menos normais, ou seja, quando o

[96] Segundo 100% dos fregueses consultados nesta pesquisa apontam a *proximidade das bodegas com as suas casas como o fator principal* da sua preferência e este tipo de comércio, sendo assim, a comodidade e a praticidade nas compras, o motivo de tal opção.

estabelecimento encontra-se fechado. Nesta situação, é comum ocorrerem, da parte da clientela, a procura por alguns gêneros, nesses horários em que o funcionamento do estabelecimento mantém-se fechado. Praticamente em todas estas casas comerciais do bairro de José Pinheiro verifica-se este tipo de tratamento dado pelo bodegueiro ao cliente, que busca nessas horas inoportunas adquirir produtos indispensáveis no seu dia-a-dia, como: alimentos (temperos, cereais, bebidas etc.), produtos de limpeza e higiene (desinfetantes, detergentes, sabonetes, papel higiênico etc.) entre outros artigos.

As necessidades mais prementes das populações de baixa renda são, assim, também supridas, pois a falta de algum item do consumo doméstico representa uma situação muito comum entre as famílias pobres dos bairros populares da cidade que, dispondo de poucos recursos financeiros para realizar, semanal, quinzenal e/ou mensalmente, uma compra satisfatória e mais diversificada de produtos necessários ao seu sustento, muitas vezes, se confronta com a falta de algum gênero de primeira necessidade na dispensa doméstica, então, dessa forma, essa população encontra nestas pequenas unidades comerciais os bens dos quais necessita urgentemente.

Nesse sentido, concordamos com o ponto de vista de Salgueiro (1996), sobre a importância e a permanência dos tradicionais pequenos comércios nos bairros da cidade. Assim afirma: "As grandes superfícies nunca poderão anular completamente o pequeno comércio, pois há muita coisa que será sempre preciso adquirir ao pé da porta e até em horas menos normais" (SALGUEIRO, 1996, p.124).

Embora as grandes superfícies comerciais, a exemplo das extensas e dinâmicas redes de supermercados, atuem de forma hegemônica e crescente nas cidades, o papel desempenhado pelas pequenas casas comerciais, representadas pelas bodegas e outras variadas formas do pequeno comércio, sobretudo, as que se localizam nos bairros populares, sempre constituirão uma importante alternativa complementar ao consumo doméstico diário das populações de baixa renda que encontram próximo às suas casas os bens necessários de uso freqüente.

2.2.2. As bodegas: unidades familiares comercial

A bodega, definida aqui como uma pequena unidade familiar comercial, constitui um comércio muito popular, devido também à forte presença destes membros, envolvidos, no seu funcionamento. Este tipo de trabalho que caracteriza, ao mesmo tempo, esta unidade comercial numa unidade de cunho familiar torna ainda este comércio, na maioria dos casos, uma verdadeira extensão da moradia, um ambiente doméstico. A família do proprietário não está presente apenas no funcionamento deste pequeno empreendimento, pois na maioria dos casos, ela reside no mesmo espaço físico do estabelecimento, constituindo, portanto, fisicamente, uma parte da sua moradia.

O fato de a residência ser, usualmente, o próprio imóvel da unidade de trabalho, favorece as relações com a freguesia, que se integra mais intimamente com a unidade comercial (BARROS, 1989, p.56). Observa ainda Barros (1989, p.78) que, a tradicional bodega "é uma unidade de funcionamento apoiado na unidade familiar. Por outro lado, sua localização é, via de regra, no âmbito da morada...".

A importância da presença da família no funcionamento do comércio é confirmada em todas as bodegas pesquisadas, como também nas demais pequenas casas comerciais existentes nos bairros da cidade. Este forte vínculo de parentesco nestas atividades justifica-se pelo fato destas atividades serem responsáveis pela sobrevivência dos mesmos, pois na maioria dos casos pesquisados, estes micro-negócios empreendidos por estes agentes, constituem até a única e principal fonte de renda familiar (88%).

A importância da família no funcionamento das bodegas do bairro de José Pinheiro é destacada por seus tradicionais comerciantes, em entrevistas, que sempre tiveram, nos seus filhos (as) e esposas, um apoio fundamental para continuarem realizando as suas vendas.

Sendo um tipo de comércio muito enraizado na vida do bairro de José Pinheiro, a bodega sempre desempenhou relações muito amistosas com a freguesia local. A presença familiar nestas unidades comerciais proporciona também uma relação de maior proximidade e intimidade, um contato popular entre freguês e proprietário, ou outro despachante.

Segundo Santos (1979, p.167 e 172), o emprego familiar é

freqüente nos pequenos negócios do circuito inferior, como o pequeno comércio que geralmente tem necessidade de pouco espaço, podendo até ser alojado nas residências dos seus próprios agentes.

Tal fato é confirmado em grande parte dos estabelecimentos pesquisados, onde a família do proprietário habita no mesmo espaço da unidade comercial, cerca de 87%. Geralmente à parte da habitação destes agentes apresentam-se de variadas formas, umas situam-se na porção inferior do prédio, outras ao lado do comércio, enquanto que, em outros casos, estes residem na parte superior do estabelecimento, sendo, deste modo, a parte térrea destinada para esta atividade econômica e a parte de cima exclusiva para a moradia (Figura 11).

Figura 11: Residência situada sobre o estabelecimento
Foto: Lincoln da S. Diniz, mar./2004

A família do proprietário do pequeno comércio, quando não habita, em alguns casos, no mesmo espaço físico do estabelecimento, reside próxima ao lugar de trabalho, a poucos metros de distância, na mesma rua ou na rua ao lado, sendo, ainda assim, todos moradores do bairro.

Afirma ainda Santos (1979, p.170) que o trabalho em casa constitui, quase sempre, a única possibilidade de ter uma atividade

econômica e representa economia de tempo e de dinheiro, pois se localizando na própria residência, o comerciante e sua família, poderão ocupar-se diretamente, ao mesmo tempo, das obrigações domésticas e do atendimento comercial, além de ter pouca ou talvez até nenhuma despesa com segurança, com impostos/contas de aluguéis, e com transportes - caso o estabelecimento localiza-se fora e/ou distante da morada.

O trabalho em casa facilita também, acima de tudo, as relações com a vizinhança, uma vez que esta pode ser atendida em qualquer dia da semana, até mesmo aos domingos e dias feriados e em qualquer hora, ainda que não estivesse no horário de funcionamento.

O trabalho familiar sempre representou, portanto, uma condição fundamental para a permanência deste tipo de pequeno comércio nas áreas populares da cidade, como também, ao mesmo tempo, constitui uma forma perene de ocupação econômica para muitas famílias de baixa renda que têm nesta atividade uma fonte de sobrevivência.

2.2.3. As bodegas: lugares de sociabilidade

Afirma Salgueiro (1992, p.336) que "... o comércio desempenha uma importante função social, promovendo o convívio entre as pessoas e a animação dos lugares". As atividades realizadas pelos pequenos comerciantes, situados nos bairros populares, além de apresentarem uma função abastecedora fundamental entre as populações destes lugares, ainda proporcionam um amistoso ambiente de convívio social onde, como de costume, ocorrem com freqüência encontros de moradores conhecidos das vizinhanças.

As bodegas, enquanto comércio popular constitui ainda uma modalidade do pequeno comércio muito presente na vida social e econômica das populações dos bairros populares da cidade, representando, sobretudo, um lugar de sociabilidade, de relações amistosas, um ponto de referência e de encontro social entre os moradores conhecidos do lugar. Nesse sentido, aponta Pintaudi (1999, p.156) que a atividade comercial sempre envolveu algo mais do que o simples ato de comprar e vender constitui também num elemento de integração de relações sociais estabelecidas no cotidiano.

É comum percebermos nas ruas dos bairros populares da cidade a circulação numerosa de pedestres transitando constantemente pelas calçadas, sobretudo, nas ruas onde se concentra um número bem acentuado de atividades comerciais; notamos ainda também a presença de moradores parados nas portas de suas casas conversando com vizinhos; crianças correndo e brincando pelas ruas e praças; homens conversando, discutindo, se desentendendo, rindo, bebendo, jogando nas portas das pequenas bodegas, localizadas nas esquinas das ruas do lugar[97].

Tal ocorrência é confirmada no bairro de José Pinheiro, onde verificamos espontaneamente a presença de moradores circulando livremente pelas suas ruas, becos e praças, parando para conversar com conhecidos, tanto em frente às suas residências como na entrada ou dentro dos estabelecimentos comerciais situados nesta área.

Nas pequenas casas comerciais de bairro é comum sempre nos depararmos com esta realidade, onde freguesas se dirigem ao estabelecimento situado próximo a sua casa para suprir as suas necessidades com algum item de consumo indispensável na cozinha e, ocasionalmente, se encontra com alguma conhecida sua.

Nas bodegas sempre ocorrem tais contatos, que geram variadas conversas sobre os mais diversos assuntos referentes ao dia-a-dia dos moradores do lugar; aos acontecimentos noticiados pelas emissoras de TV e por outros meios de comunicação; entre outras conversas.

Além da comercialização de produtos, algumas bodegas oferecem, ao mesmo tempo, à comunidade local, como um lugar de sociabilidade, atividades de lazer, de entretenimento, um ponto de encontro, formado por alguns elementos que garantem tal característica, como: mesas de bar, cadeiras, bancos, televisor, aparelho de som e, principalmente, bebidas alcoólicas.

A venda de bebidas alcoólicas, servidas em pequenas doses, em goles, como se costuma chamar pelos freqüentadores das

---

[97] Segundo Carlos (1992, p.22-23), "... os bairros se diferenciam também pelo movimento de suas ruas. Nos bairros nobres, onde reside à população de alta renda, as ruas são vazias. Nos bairros populares – com a população de baixo poder aquisitivo – a rua é quase uma extensão da casa".

bodegas, sempre é solicitada pelo público masculino que aí se reúne para se divertir. Dentre todas as bebidas comercializadas no estabelecimento, como: a aguardente, o vinho, uísque, vodca etc., a aguardente ou a cachaça, a cana, como é conhecida popularmente, constitui o tipo de bebida mais consumida em doses dentro do estabelecimento. O consumo de cerveja, que não chega a ser comercializada em retalho, em goles, segundo alguns bodegueiros entrevistados, representa o tipo de bebida alcoólica mais consumida entre esta parcela de clientes.

A presença de homens reunidos em algumas bodegas dos bairros da cidade é verificada também no bairro de José Pinheiros onde, em variados dias e horários da semana, costuma-se freqüen-tar estes estabelecimentos para beber, se divertir, cantar, jogar, discutir assuntos da atualidade referentes à cidade (política, futebol, economia, violência etc.) e outros assuntos referentes ao seu dia-a-dia (anedotas, histórias, acontecimentos variados do dia-a-dia dos moradores do bairro, fofocas). Mas a bodega é também um lugar de conflitos, de desentendimentos e discussões.

A tradicional venda de bebidas alcoólicas, servidas dentro do próprio estabelecimento comercial, constitui uma prática muito antiga e, cada vez mais, menos comum entre vários bodegueiros do bairro de José Pinheiro, que vêm adotando esta medida.

As razões que explicam tal mudança de hábito são expostas por alguns donos de bodegas, que apontam a questão da crescente onda de violência e medo no bairro (assaltos, roubos, brigas, assassinatos etc.)[98] como o fator principal nestas mudanças. Dentre as novas medidas implantadas por alguns pequenos comerciantes, destacam-se as grades de ferro, colocadas nas portas de entrada dos estabelecimentos ou sobre o velho balcão, para se protegerem da ação de assaltantes que constantemente vêm agindo nestas pequenas e humildes casas comerciais e ameaçando também a clientela local (Figura 12).

---

[98] A questão do aumento da violência, sobretudo, a violência urbana no país, tem ocasionado grandes problemas entre as populações das cidades e tem gerado muitos prejuízos aos pequenos comerciantes de bairros, pois estes representam o alvo constante da ação criminosa de assaltantes. Tal onda de violência existente nas cidades brasileiras tem vitimado milhares de pessoas e tem repercutido na imprensa nacional e internacional, constituindo hoje, um dos maiores problemas nacionais.

As dificuldades geradas pelo aumento da violência urbana nos bairros de Campina Grande têm preocupado muitos moradores destas localidades, sobretudo, os pequenos comerciantes que aí residem. A população tem conhecimento de vários casos em que trabalhadores deste ramo foram vítimas da ação de grupos de assaltantes. Tal ação criminosa tem até, em alguns casos, vitimado fatalmente pequenos comerciantes do bairro de José Pinheiro.

Algumas bodegas deixaram de funcionar completamente, devido à freqüência de roubos. Há casos, segundo depoimentos de moradores do lugar, em que um único estabelecimento sofreu, somente em um mês, vários assaltos contínuos. Nesse sentido, é cada vez mais crítica a situação destes pequenos comerciantes que se vêem muitas vezes quase que desprotegidos, tornando-se presas fáceis da ação contínua do crime periférico urbano.

Figura 12: Grades de proteção na parte interior de uma bodega pesquisada
Foto: Lincoln da S. Diniz, mar./2004

Estas ocorrências criminosas registradas constantemente nos pequenos estabelecimentos resultam em perdas gradativas da clientela, que também tem sido vitimada pela ação destes indivíduos, ameaçando, deste modo, as típicas relações sociais desempenhadas pelo pequeno comércio.

2.2.4. As bodegas: um comércio em processo de desaparecimento?

Além da perda de clientes, causada por esta crescente onda de assaltos registrados próximos as suas próprias residências, muitos clientes deixaram de comprar completamente ou continuam comprando de forma parcial em bodegas situadas próximas de suas casas, em razão também, principalmente, do aparecimento e rápida expansão de novas estruturas de mercados maiores e modernos, situados, sobretudo, ao longo de movimentadas ruas da cidade e até, em algumas localidades periféricas, tratam-se dos supermercados e dos numerosos e dinâmicos mercadinhos de bairro

A expansão de mini-mercados, os famosos mercadinhos, tem despertado e atraído o interesse das clientelas locais, que vêm dando à preferência por estas novas modalidades do pequeno comércio nas cidades. O sortimento dos produtos; as eventuais promoções; a liberdade de escolher, observar e conferir de perto a qualidade, a validade e os preços das mercadorias expostas nas prateleiras; entre outras novidades, têm atraído uma grande massa de consumidores, que adaptaram a suas vidas este novo conceito de compras.

A presença de mercadinhos no bairro de José Pinheiro tem expressado entre os moradores uma grande novidade no seu consumo e também tem motivado e forçado alguns pequenos e tradicionais comerciantes locais a transformarem os seus estabelecimentos em verdadeiros mercadinhos. Tal mudança tem se verificado em muitas antigas bodegas que se transformaram em amplos e modernos mercadinhos. Outras não optando ou não tendo condições econômicas em se transformarem em mini-mercados, embora façam permanecer o tradicional balcão, o velho fiado, a venda fracionada de mercadorias, entre outras peculiaridades próprias desta atividade, por outro lado, implantaram nos seus pequenos estabelecimentos significativas transformações, no que se refere, principalmente, à ampliação do sortimento dos produtos; aos sugestivos nomes na frente dos estabelecimentos; as entregas em domicílio[99], a utilização de equipamentos eletrônicos, como: a balança eletrônica, máquina registradora etc.

---

[99] A entrega em domicílio de produtos, embora não seja ainda uma prática muito comum entre estes pequenos comércios pesquisados, tem sido realizada em

Segundo Cachinho (1991, p.21 e 33), é cada vez mais freqüente nas cidades os pequenos comerciantes, sobretudo, os mais dinâmicos, se lançarem nesta nova modalidade comercial nos bairros. Afirma ainda, o citado autor que, geralmente os mini-mercados ou mercadinhos, como popularmente são chamados, "resultam em grande parte da evolução da mercearia tradicional", da velha bodega, que se tornam, acima de tudo, verdadeiros objetos de promoção do pequeno comércio entre as populações de baixa renda residentes nestas zonas urbanas populares.

No bairro de José Pinheiro, constatamos que as bodegas maiores têm entrado neste processo de modernização comercial, tornando-se estabelecimentos mais dinâmicos e mais solicitados pelo público local. Descobrimos também que dos mercadinhos existentes no bairro, todos pertencem a antigos bodegueiros que optaram por esta nova modalidade, transformando as suas velhas bodegas em amplos e modernos objetos comerciais.

A pequena, mas significativa, difusão espacial de mercadinhos no bairro de José Pinheiro possui um raio de atuação bem amplo entre os moradores do lugar, embora a população local, por outro lado, não deixe de se abastecer freqüentemente nas inúmeras bodegas localizadas próximos aos seus lares.

Além dos mercadinhos, uma outra novidade tem ultimamente se destacado, de forma numerosa e expressiva, nos bairros da cidade: os mini-boxes ou box, como são identificados, estes micro-estabelecimentos, pelos seus proprietários[100].

---

alguns estabelecimentos que priorizam apenas aqueles clientes, sobretudo, o freguês mais fiel, aposentados, que têm dificuldades de se dirigir freqüentemente à bodega situada próxima a sua casa, trata-se também de pessoas que possuem relações mais íntimas, familiares com o proprietário do estabelecimento. Costuma-se entregar, em alguns domicílios do bairro, feiras semanais, quinzenais e/ou mensais, como também, principalmente, outros demais produtos solicitados de uso freqüente pela clientela: água mineral em garrafões de vinte litros, frutas e verduras, gás de cozinha etc.

[100] Assistimos também curiosamente ao surgimento e à expansão de outro tipo de comércio de vizinhança, trata-se dos pequenos estabelecimentos comerciais situados em bairros habitados por uma população de alto poder aquisitivo: as *lojas de conveniências*. São estabelecimentos que comercializam tanto bens de consumo indispensáveis no dia-a-dia, como outros produtos, artigos finos, entre outras variedades. Diferente dos demais tradicionais pequenos comércios localizados em bairros populares, estas novas casas comerciais constituem em lojas modernas, bem instaladas nas zonas nobres da cidade.

Embora constitua um tipo de comércio muito antigo na região, a idade das bodegas, consultadas nesta pesquisa no bairro de José Pinheiro, revela dados bem controversos quanto ao tempo de funcionamento de cada uma destas unidades, apontando, nesse sentido, a existência e a permanência de velhas e novas casas comercias deste porte.

O surgimento de novas unidades comerciais deste tipo é constatado também nos demais bairros da cidade[101], onde é cada vez mais comum a proliferação destas atividades, realizadas, muitas vezes, na própria moradia do agente. Os mini-box e box constituem uma nova modalidade do pequeno comércio nos bairros da cidade e representam, na maioria dos casos observados, a forma mais recente e moderna das tradicionais bodegas, pois estes, embora apresentem algumas inovações referentes ao nome do próprio estabelecimento, à sua moderna organização interna e externa, por outro lado, fazem coexistir elementos típicos destes velhos estabelecimentos, como: a presença do balcão, embora agora seja propriamente o balcão freezer; a venda através do fiado; o trabalho familiar e, sobretudo, o tratamento amistoso e personalizado dado ao cliente, entre outras características.

Figura 13: Mini box localizado na esquina das ruas Campos Sales e Joana D'Arc
Foto: Lincoln da S. Diniz, mar./2004

[101] Em virtude, sobretudo do crescente índice de desemprego registrado nas cidades do país, acreditamos que muitos indivíduos encontraram nesta modalidade uma alternativa de trabalho, um complemento no orçamento doméstico, uma forma de sobrevivência da sua família.

Os mini-boxes, conhecidos também popularmente por bodegas, mercearias, vendas, barracas, e até mercadinhos, juntos com outras antigas casas comerciais do mesmo ramo, formam um dos estabelecimentos mais numerosos nos bairros da cidade de Campina Grande. No bairro de José Pinheiro a existência destas novas unidades comerciais confunde-se com a permanência de outras antigas unidades, que também apresentam a mesma dimensão e atuam no mesmo raio de alcance espacial, entre os moradores locais que constituem a clientela predominante nas vendas.

Os pequenos comércios dos bairros constituem, portanto, a nosso ver, um exemplo concreto e próximo das novas tendências transformadoras da atualidade, que se fazem presente de forma evidente e desigual no lugar.

Neste contexto, no atual processo de globalização, o lugar, em todas as suas dimensões e elementos, ganha um novo conteúdo. É no lugar onde o mundial (os avanços técnico-científicos, a informatização, a mídia, as inovações do mercado) se faz presente e é onde se assiste, de perto, às mudanças, às situações de conflitos, aos desequilíbrios e às tendências da sociedade para o mundial.

Aponta Damiani (1999, p.165) que: "No lugar, o peso de fora e do mundo se acumula". O lugar como fragmento do espaço apresenta-se como ponto de intermédio, de articulação entre a mundialidade (as modernizações) em ascensão e a vida local comum dos homens dos tempos lentos, que permanece com as suas particularidades, com as suas formas concretas de existência - as pequenas atividades econômicas, os negócios familiares - exercendo ainda, deste modo, uma importante função social e econômica entre as populações pobres do lugar.

A presença do mundo moderno, dos tempos rápidos, através dos vetores da modernização tecnológica, dos novos mercados, das novas formas comerciais (redes comerciais, cadeias de lojas, shoppings, supermercados, mercadinhos etc.) criam novas relações cotidianas e intensificam a dinamização das atividades econômicas existentes nos lugares, nos bairros da cidade, como vemos no bairro de José Pinheiro, onde a força dos homens dos tempos lentos, do viver comum dos moradores, embora ainda sobrevivam, vêm, ao mesmo tempo, se adaptando e se inserindo no contexto das inovações impostas pelo mercado através

principalmente das novas modalidades de consumo.

Para Santos (1997a, p.258), no lugar as ações dos tempos externos das escalas superiores representadas pelas grandes redes empresariais, as inovações do mercado, as modernizações e os novos objetos comerciais (mercadinhos, supermercados etc.), formam o eixo das sucessões que se situa acima do eixo dos tempos internos, do eixo das coexistências, do viver comum dos moradores do lugar. É nele onde se realizam as atividades mais banais e comuns, onde se desenvolvem os empreendimentos familiares, o pequeno comércio, e se enlaçam e acontecem as relações cotidianas[102] mais finas, amistosas, próximas e populares.

Com a expansão da informação e da comunicação no espaço e em todos os aspectos da vida social, o cotidiano das pessoas recebe e se enriquece de novas dimensões, de um novo cotidiano, de um cotidiano programado e moderno, como o das grandes redes de empresas comerciais, industriais e financeiras, que impõem novas rotinas, novas relações, novas formas e hábitos de consumo, que implicaram transformações profundas na sociedade inteira[103].

Nesse sentido, percebe-se atualmente que o comportamento das pessoas sofreu rápidas mudanças no que se refere, por exemplo, aos hábitos de consumo, pois anteriormente, em outros

---

[102] O cotidiano, definido por Damiani (1999), refere-se a um conjunto de atividades, a todas as relações da sociedade inteira, não só seus aspectos econômicos e políticos. Inclui o vivido, a subjetividade, as emoções, os hábitos e os comportamentos das populações dos diversos lugares. É o cotidiano que preenche o espaço com ações, relações e permite o modo de produção funcionar. No lugar, o cotidiano envolve as relações próximas, amistosas, espontâneas, baixas e miúdas, singulares à mundialidade e comuns nas pequenas atividades comerciais dos bairros populares da cidade. O cotidiano, portanto, assegura a existência do lugar no mundo, pois sem ele o lugar é somente espaço físico, esvaziado de relações e situações sociais que o preencheriam. O cotidiano traz, à luz, a ordem próxima, o mais perto, a ordem do lugar. Ele é a ordem do mundo.

[103] Henri Lefebvre (1991), no seu livro: *A vida cotidiana no mundo moderno*, denomina a sociedade atual de sociedade burocrata de consumo dirigido. Segundo este autor, "O cotidiano no mundo moderno deixou de ser sujeito (rico de subjetividade possível) para se tornar objeto (objeto da organização social)", ou seja, o cotidiano passou a ser submetido à lógica do capital das grandes redes empresariais. No setor comercial, as grandes e modernas formas comerciais passaram a ditar, impor novos estilos de vida, de comportamento, de consumo entre os habitantes, sobretudo, os das cidades, que mudaram alguns dos seus costumes.

tempos, as populações eram desprovidas de todas estas novas opções de consumo, como os supermercados, as redes de lojas etc.

Nos bairros populares, os seus moradores também adotaram novos estilos de vida, no que se refere aos lugares de consumo. A ampla variedade de formas de comércio presentes nestas zonas residenciais tem proporcionado, para estas populações, muitas opções nas suas compras que adicionaram às suas vidas outras formas e lugares de consumo, passando, desta forma, a freqüentar desde a bodega situada próxima à sua casa aos novos mercadinhos bem instalados em alguns pontos do seu próprio bairro, ou ainda aos modernos supermercados localizados nas ruas comerciais do centro urbano, nos espaços das feiras ou ao longo de importantes vias, avenidas que cruzam a cidade.

Embora os novos objetos do comércio, como os arrojados mercadinhos e os amplos supermercados, ditem novas filosofias de mercadejar entre as populações das mais variadas classes sociais, o pequeno comércio representado pelas tradicionais e novas bodegas continua gerindo, ao mesmo tempo, no seu lugar, no seu entorno, novas maneiras de comercializar com a sua freguesia, não arredando, contudo, as suas características mais genuínas e peculiares que faz desta típica unidade comercial um objeto extremamente original entre as mais variadas formas do comércio da atualidade.

Podemos, assim, dizer que a bodega constitui um objeto comercial que sempre contribui significativamente na produção sócio-espacial do lugar. Embora se apresente como um comércio de dimensões humildemente reduzidas, de economia de pequena escala, sem grande expressão no quadro das atividades amplamente desenvolvidas atualmente nas cidades da região, como Campina Grande, reconhecemos, contudo, o grandioso papel exercido por este autêntico e dinâmico comércio nordestino no espaço regional, sendo também um objeto co-definidor de diversas localidades deste vasto espaço, que ao longo dos séculos agregou profundas transformações, mas que, por força das próprias condições sociais e econômicas de sua população, fez permanecer estes pequenos e dinâmicos objetos comerciais.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Elpídio de. História de Campina Grande. 2ª ed. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1979. 424p.

ANDRADE, Manuel Correia de. A Terra e o homem no Nordeste: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1986. 239p.

_____. Geografia Econômica do Nordeste: o espaço e a economia nordestina. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1987. 174p.

AMORIM, Leonília Maria de. Conhecendo e Vivendo o Bairro. In: GURJÃO, Eliete de Q. (org.) O Bairro de José Pinheiro: Ontem e Hoje. João Pessoa: SEC, 1999. p.33-45.

ARANHA, Gervácio Batista. Trem e Empório do Algodão em Campina Grande: notas sobre a história de uma cidade (regionalmente) cosmopolita. Cadernos Nordeste em Debate. Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, ano 1, nº 1, 1993, p.07-23.

ARAÚJO, Martha Lúcia Ribeiro. A formação dos bairros em Campina Grande. [s.n.] 1997.

_____. Caminhos da cidade. In: GURJÃO, Eliete de Q. (org.) O Bairro de José Pinheiro: Ontem e Hoje. João Pessoa: SEC, 1999. p.15-24.

BARROS, Nilson Cortez Crócia de. O pequeno comércio no interior do Nordeste do Brasil: estudo sobre o comércio ambulante na cidade de Campina Grande. 1987, 364f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade de São Paulo, S. Paulo.

_____. A mercearia em cidade sertaneja do Nordeste do Brasil: estudo de geografia urbana na cidade de Cajazeiras, Estado da Paraíba. Relatório de Pesquisa CNPq, UFPB, 1989. 83f. Mimeografado.

CACHINHO, Herculano. Centros Comerciais em Lisboa, os novos espaços de consumo - Estudos para o Planejamento Regional e Urbano. Universidade de Lisboa, INIC, 1991. 227p.

CÂMARA, Epaminondas. Datas Campinenses. Campina Grande: ed. Caravela, 1998. 164p.

_____. Os Alicerces de Campina Grande: Esboço Histórico-Social do Povoado e da Vila (1697 a 1864). Campina Grande: Prefeitura Municipal / Secretaria de Educação / Núcleo Cultural Português, ed. Caravela, 1999. 124p.
CARDOSO, Maria Francisca T. C. Campina Grande e sua Função como Capital Regional. Revista Brasileira de Geografia, out./dez. 1963, p.415-451.
CARLOS, Ana Fani Alessandri. A Cidade - Coleção Repensando a Geografia. São Paulo: Contexto, 1992. 98p.
_____. O Lugar no/do Mundo. São Paulo: Hucitec, 1996. 150p.
CASTILHO, Cláudio Jorge Moura de. O comércio e o turismo: o seu rebatimento no processo de produção do espaço em Recife. Revista de Geografia, v.17, nº 2. Recife: UFPE - DCG / NAPA, jul. /dez. 2001. p.5-25.
CAVALCANTI, Clóvis. Viabilidade do setor informal: a demanda de pequenos serviços no Grande Recife. 2ª ed. Recife: SUDENE, editora Massangana, 1983. 160p.
CÔRREA, Roberto Lobato. O Espaço Urbano - Série Princípios. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2000. 94p.
_____. Trajetórias Geográficas. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 304p.
COSTA, Antônio Albuquerque. Campina Grande: Fatores Locacionais de inserção na Economia Global. [s. n.] 2000.
_____. Sucessões e Coexistências do Espaço Campinense na sua inserção ao Meio Técnico-Científico-Informacional: a feira de Campina Grande na interface desse processo. 2003, 230f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife.
DAMIANI, Amélia Luisa. O Lugar na produção do cotidiano. In: CARLOS, Ana Fani A. (org.) Novos Caminhos da Geografia. S. Paulo: Contexto, 1999. p.161-172.
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo demográfico do município de Campina Grande. 2000.
GONÇALVES, Regina Célia. Questão urbana na história da Paraíba. In: GONÇALVES, R. C. et. al. (org.). A questão urbana na Paraíba. João Pessoa: Ed. da UFPB, 1999. p.17-38.
GURJÃO, Eliete de Queiroz. Trabalhando, Festejando e Criando o Bairro de José Pinheiro. In: GURJÃO, Eliete de Queiroz (org.) O Bairro de José Pinheiro: Ontem e Hoje. João Pessoa: SEC, 1999. p.47-65.

_____. Para onde o poder vai, a feira vai atrás: estratégias de poder da elite campinense, da Monarquia à República. In: GURJÃO, Eliete de Q. Imagens Multifacetadas da História de Campina Grande. João Pessoa: A União Suprimentos de Imprensa e Editora, 2000. p.29-57.
LEFEBVRE, Henri. A sociedade burocrática do consumo dirigido. In: A vida cotidiana no mundo moderno. São Paulo: Ática, 1991. p.5-119.
LEITÃO, Amilton de Melo. Geoprocessamento aplicado ao planejamento urbano: incrementação do banco de dados do bairro de José Pinheiro (Campina Grande). Relatório de Pesquisa PIBIC/CNPq, UEPB, 2000. 23f.
LIMA, Damião de. O processo de industrialização via incentivos fiscais: expansão e crise em Campina Grande. 1996, 120f. Dissertação (Mestrado em Economia Rural e Regional). Universidade Federal da Paraíba. Campina Grande/PB.
MELLO, José Octávio de Arruda. Economia, algodão, ferrovias e urbanização. In: _____. História da Paraíba: lutas e resistência. 9ª ed. João Pessoa: A União, 2002. p.158-162.
MUMFORD, Lewis. Formas e modelos ancestrais. In: A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991. p.67-108.
NASCIMENTO, Hélio de Oliveira. As interações comerciais da EMPASA - CG: Produção de espaço, redes e consolidação dos territórios. Campina Grande: Boa Impressão, 2002. 140p.
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE. Secretaria de Planejamento e Gestão - SEPLAG/GEOCAMPINA. Campina Grande, 2002.
PIMENTEL, Cristino. Pedaços da História de Campina Grande. Campina Grande: Pedrosa, 1958. 280p.
PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani A. (org.) Novos Caminhos da Geografia. São Paulo: Contexto, 1999. p.143-159.
REIS FILHO, Nestor Goulart. Contribuição ao estudo da evolução urbana do Brasil (1500-1720). São Paulo: Pioneira / USP, 1968.
RIOS, Arthur José (coordenador). Campina Grande: um centro comercial do Nordeste. Rio de Janeiro: SESC/SEPLAN, 1963. 93p.
SÁ, Maria Braga de. ; ARAÚJO, Martha Lúcia Ribeiro. Origens e Evolução do Comércio de Campina Grande. Jornal da Paraíba. Campina Grande, 11 out. 1988.

SÁ, Maria Braga de. ; WELLEN, Josélia Maria Ramos. José Pinheiro: Faces e Formas. In: GURJÃO, Eliete de Queiroz (org.) O Bairro de José Pinheiro: Ontem e Hoje. João Pessoa: SEC, 1999. p.25-32.
SÁ, Maria Braga de. Algumas Considerações sobre o papel de Campina Grande na Rede Urbana Paraibana. In: Latin American Studies, nº 8. Ibaraki, Japan: The University of Tsukuba, 1986. p.187-199.
_____. A paisagem recriada: um olhar sobre a cidade de Campina Grande. In: GURJÃO, Eliete de Queiroz (org.) Imagens Multifacetadas da história de Campina Grande. João Pessoa: A União, 2000. p.179-189.
SALGUEIRO, Teresa Barata. A segregação funcional. In: A cidade em Portugal: uma geografia urbana. 2ª ed. Porto: Edições Afrontamento, 1992. p.257-382.
_____. Do comércio à distribuição: roteiro de uma mudança. Oeiras: Celta Editora, 1996. 268p.
SANTOS, Milton. O Espaço Divido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979. 345p.
_____. A Urbanização Brasileira. São Paulo: Hucitec, 1993. 157p.
_____. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997a. 308p.
_____. Espaço e Método. 4ª ed. São Paulo: Nobel, 1997b. 88p.
_____. Técnica, Espaço, Tempo - Globalização e meio técnico-científico-informacional. 4ª ed. São Paulo: Hucitec, 1998. 190p.
_____. Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2000. 174p.
SANTOS, Milton. ; SILVEIRA, María Laura. O Brasil: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001. 473p.
SILVA, Josefa Gomes Almeida. Raízes históricas de Campina Grande. In: GURJÃO, Eliete de Queiroz (org.) Imagens Multifacetadas da história de Campina Grande. João Pessoa: A União, 2000. p.13-28.
SOUZA FILHO, Severino Gomes de. As Razões do Consumismo. In:_____. Por uma Filosofia da Comunicação. C. Grande: EDUEP, 1999, p.63-69.

SOUZA, Simone Maria Ribeiro de. As estratégias de sobrevivência das Sociedades de Amigos de Bairros - SABs em Campina Grande: um estudo da SAB de José Pinheiro. 56f. Monografia (Curso de Especialização em Políticas Sociais), Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 1999.
SPOSITO, Maria Encarnação B. Capitalismo e Urbanização. São Paulo: Contexto, 1997. 80p.

LIVROS PUBLICADOS PELA EDUFCG (2005-2009)

1. Abordagens Teórico-Metodológicas: Possibilidades e Aplicabilidades em Pesquisas –
2. Bases Teóricas para a Gestão da Propriedade Intelectual 3. História da Mídia Regional: o Rádio em Campina Grande
4. Relações de Poder/Saber: Protagonismo de Jovens em Assentamentos do Alto Sertão Paraibano
5. A Paraíba no Império e na República: Estudos de História Social e Cultural
6. Plantas, Prosa e Poesia do Semi-Árido
7. Da cidade de Pedra à cidade de papel: Projetos de educação, projetos de cidade
8. Derramando susto: os escravos e o Quebra Quilos em CG
9. Trem e Imaginário na Paraíba e região: Tramas político-econômicas 1880-1925 – Ge
10. Sobressaltos do discurso – Aloísio de Medeiros Dantas (2007)
11. Um convite à Matemática – Daniel Cordeiro de Morais Filho
12. Solos Agrícolas
13. Territórios de Confrontos: Campina Grande (1920-1945)
14. Textos Didáticos – Análise do Discurso (2007)
15. A formação do Professor em Foco
16. História da Paraíba – Ensino Médio – 2ª Edição
17. Matemática Financeira Capitalização Simples
18. A proteção do Direito Econômico Fundamental ao trabalho e a Questão da AIDS no Brasil
19. Introdução ao Direito Ambiental
20 Fundamentos da Energia Solar
21. O conceito de coronelismo e a imagem do Coronel
22. A gestão escolar sob diferentes olhares
23. Era uma vez no Nordeste: Ficção e representação regional I
24. Água, Solo e Educação Ambiental
25. Um novo paradigma para as ciências contábeis
26. Sociedade de consumo e globalização
27. Roteiro de uma cidade perdida em sua história
28. O doce veneno da noite: prostituição e Cotidiano em Campina Grande (1930-1950)
29. Campus de Patos: Uma história que deu certo
30. Historiografia em diversidade: Ensaios de História e Ensino de História
31. Por um real de amor: Representações da Prostituição na MPB
32. A fábrica dos sonhos: A invenção da festa junina no espaço urbano
33. Ferrovias inglesas e Mobilidade Social no Nordeste (1850-1900)
34. Manual: Avaliação, manutenção e restauração de pavimentos de vias urbanas

LITCRACCLPAEELHIRSN