



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA (MESTRADO)

TAYNAN ARAÚJO DE OLIVEIRA

**CENTRALIDADES E NOVAS ÁREAS CENTRAIS EM CAMPINA
GRANDE-PB: o centro do bairro das Malvinas**

João Pessoa-PB
2017

TAYNAN ARAÚJO DE OLIVEIRA

**CENTRALIDADES E NOVAS ÁREAS CENTRAIS EM CAMPINA
GRANDE-PB: o centro do bairro das Malvinas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal da Paraíba (PPGG/UFPB) como requisito para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a Doralice Sátyro Maia

Co-orientadora: Prof.^a. Dr.^a Andréa Leandra Porto Sales

Área de Concentração: Território, Trabalho e Ambiente

Linha de Pesquisa: Cidade e Campo: espaço e trabalho

João Pessoa-PB
2017

**“Centralidades e Novas Áreas Centrais em Campina Grande - PB: o
centro do bairro das Malvinas”**

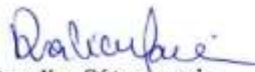
por

Taynan Araújo de Oliveira

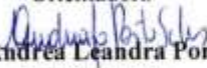
Dissertação de Mestrado apresentada ao Corpo Docente do Programa de
Pós-Graduação em Geografia do CCEN-UFPB, como requisito parcial para obtenção do
título de Mestre em Geografia.

Área de Concentração: Território, Trabalho e Ambiente

Aprovada por:



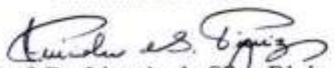
Proª Drª **Doralice Sátiro Maia**
Orientadora



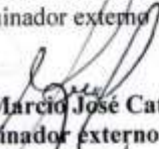
Profª Drª **Andrea Leandra Porto Sales**
Co-orientadora



Prof. Dr. **Anieres Barbosa da Silva**
Examinador interno



Prof. Dr. **Lincoln da Silva Diniz**
Examinador externo



Prof. Dr. **Marcio José Catelan**
Examinador externo

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Exatas e da Natureza
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Curso de Mestrado e Doutorado em Geografia

Agosto/2017

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

O48c Oliveira , Taynan Araújo de.
Centralidades e novas áreas centrais em Campina Grande-PB: o centro do bairro das Malvinas / Taynan Araújo de Oliveira. - João Pessoa, 2017.
148 f. : il.

Orientação: Doralice Sátyro Maia.
Coorientação: Andréa Leandra Porto Sales.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCEN.

1. Geografia urbana. 2. Novas áreas centrais - Campina Grande. 3. Campina Grande - Estrutura urbana. I. Maia, Doralice Sátyro. II. Sales, Andréa Leandra Porto. III. Título.

UFPB/BC

Aos meus pais, Sandra e Teones, por todo ar
carinho, atenção e compreensão. Dedico!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me guiar durante as experiências vivenciadas ao longo desta trajetória, por ter me dado sabedoria e discernimento para encarar todas as adversidades e os obstáculos vencidos.

Aos meus pais, Sandra e Teones, meu alicerce, minha base. Obrigado por sempre me encorajar a seguir em frente depositando toda a confiança para que eu pudesse realizar mais um sonho.

Ao meu irmão Tulyo, por todo carinho e amor compartilhado.

Aos meus familiares, em especial minhas duas avós, Alice Amélia e Terezinha Araújo, e os meus avôs, José João e João Sérgio.

Ao meu ex-orientador, Professor Lincoln Diniz, obrigado por me inserir no mundo da pesquisa geográfica e por sempre ter acreditado no meu potencial. Do projeto inicial a materialização do trabalho final sua contribuição foi bastante relevante.

A minha orientadora, Doralice Sátyro Maia, agradeço o apoio e a atenção voltada para a realização de cada etapa desta pesquisa.

A minha Coorientadora, Andréa Leandra Porto Sales. Obrigado pela acolhida, pelos esclarecimentos teóricos, as discussões, as conversas e as boas risadas. Levarei sua amizade por toda a minha vida!

A Professora Maria Encarnação Beltrão Spósito (Carminha). Obrigado pela acolhida na UNESP e por todas as contribuições teóricas e metodológicas dadas no Seminário do Projeto Integração.

Ao Professor Márcio Catelan, pela leitura atenciosa no relatório de qualificação e por acompanhar cada passo da pesquisa. Este trabalho tem muito das suas contribuições.

Ao Professor Anieres Barbosa, com quem eu tive o prazer de conviver durante o Mestrado. Obrigado pela sua prestatividade e atenção, pode ter certeza que as suas contribuições foram essenciais para o trabalho que apresento.

Aos colegas do Grupo de Estudos Urbanos, em especial Sâmara, Ari, Eliane, Wilma, Akene e Jéssica.

A turma 2015 do PPGG/UFPB pelos bons momentos compartilhados. Agradeço de modo especial a Alexandro, Diego, Humberto, Alisson, Daniel, Wandson, Adeni e Caio Américo.

A Bruna Rapozo, amiga que a academia me apresentou. Obrigado por ter me ensinado muito sobre a vida, levarei seus conselhos sempre comigo.

A Andréia Dias, com quem eu compartilhei os melhores momentos. Guardarei as boas lembranças das nossas risadas e brigas diárias. Você foi, sem dúvidas, minha melhor companheira de apartamento.

A Tatiane Rodrigues, minha amiga e confidente. Agradeço por ter compartilhado e enfrentado junto comigo os bons e maus momentos. Obrigado por esta amizade sincera e verdadeira, você foi, sem dúvidas, uma excepcionalidade dentre todos os que eu tive o prazer de conviver durante este longo período.

A minha amiga Izabele Trajano, parceira de todas as jornadas acadêmicas. Agradeço por encorajar-me a seguir em frente e por acreditar sempre no meu potencial. As nossas conversas geográficas sempre foram minha fonte de inspiração, pode ter certeza que esse trabalho tem a sua relevante contribuição.

Aos amigos que fiz durante o período de missão na UNESP em Presidente Prudente, em especial Mariana, Letícia e Matheus Fachin. As vivências e experiências em Prudente se tornaram mais agradáveis graças à presença e ao apoio constante de vocês.

Aos amigos que conquistei durante minha jornada na UFPB, de modo especial agradeço a Diego, Jadiele, Raisal, André e Zé Carlos. Vocês foram excepcionais!

A minha segunda família, pessoas que me motivaram em todos os momentos desta trajetória. Maria das Neves (in memoriam), Rivyanara, Rejane, Rayomara e Wesley.

As minhas ex e eternas professoras, Ana Flávia e Neuza Jorge. Nunca esquecerei os conselhos e a confiança depositada quando ainda iniciava a minha vida acadêmica. Neuza, minha conselheira e confidente, Ana Flávia, minha primeira inspiração para seguir na Geografia.

A Lane de Brito, amiga e pessoa admirável. Agradeço por todas as conversas proveitosas que tivemos e por reservar um espaço do seu tempo para revisar meu texto.

A minha grande amiga Elânia Araújo, agradeço o apoio constante e toda disponibilidade ao me receber na sua casa quando precisei realizar os trabalhos de campo. Obrigado, também, por ser meu apoio técnico no mundo da cartografia.

A Anna Raquel, obrigado pela amizade de sempre. Sou grato pelo auxílio prestado a mim na elaboração dos mapas.

A Socorro Trajano, amiga que sempre me encoraja a lutar no mundo da educação. Obrigado por ter me aberto os horizontes profissionais e por acreditar sempre no meu potencial.

Aos amigos que tornam meus dias mais felizes. Obrigado pelas boas risadas e por me acompanharem nas lutas diárias. Em especial a Milene, Raissa, Graciele, Yasmim, Glaudemir, Bárbara, Talita, Anny Karoline, Bruna Lúcia e Lúcia Figueiredo.

Enfim, a todos que de forma direta e indireta me auxiliaram na construção deste trabalho: meu muito obrigado!

“Talvez não cheguei aonde planejei ir. Mas cheguei, sem querer, aonde meu coração queria chegar, sem que eu soubesse.” (Rubem Alves)

RESUMO

O presente trabalho objetiva compreender como o aumento e a diversificação de estabelecimentos comerciais condiciona a conformação de novas áreas centrais na estrutura urbana de Campina Grande – PB. No decorrer da pesquisa, analisaremos diferentes formas de expressão de Centralidade, compreendidas assim, a partir das relações e dos fluxos que se constituem. Dessa forma, partir-se-á do pressuposto que a Centralidade produz e se estrutura no próprio espaço urbano. Nesse sentido, examinaremos e discutiremos importantes conceitos que se referem a esse processo, tais como: Centro, Descentralização, Novas Áreas Centrais, Reestruturação Urbana e da Cidade, além de Subcentro e do Centro de Bairro. Embora, cada um se constitua como conceitos estudados durante muito tempo, apresentaremos as relevantes diferenças, em especial as evidenciadas pelo Subcentro e o Centro de Bairro; bem como, seu padrão de estruturação em uma Cidade Média. Para analisar a distribuição e a concentração de estabelecimentos comerciais na estrutura urbana de Campina Grande, tornou-se, então, importante discutir e analisar os dados do Cadastro Nacional de Endereços e Fins Estatísticos – CNEFE e o Cadastro Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, ambos presentes no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, além de formulários, entrevistas, levantamentos de campo e mapeamentos, alicerçados pela utilização do *Software Arcgis*. Finalmente, em face de correntes transformações e mediante o processo de estruturação e reestruturação, depreendeu-se a valia de outros espaços/áreas da cidade, que passam a concentrar estabelecimentos comerciais e de serviços, exercendo assim a centralidade dentro da cidade, ainda que com alcance espacial mínimo. À vista disso, sem dúvida alguma, é relevante considerar que o Centro se apresenta como a matriz comercial principal; conquanto, isso não anula a existência de outros espaços que exercem a mesma função fulcral, só que em outros níveis; a título de exemplo, destacamos o Centro de Bairro das Malvinas, objeto principal desta pesquisa. Consequentemente, chegamos à conclusão, que a referida área se constitui como um Centro de Bairro devido seu padrão de estruturação, organização e por consolidar-se com uma extensão de alcance central mínimo. Além disso, apresenta potencial para conformação de um Subcentro, haja vista a instalação de serviços de natureza pública que ampliam a centralidade para o nível de alcance máximo, bem como o aumento e diversificação dos ramos comerciais.

PALAVRAS CHAVE: Centralidade, Novas Áreas Centrais, Centro de Bairro, Campina Grande.

ABSTRACT

This work aims to understand how the increase and diversification of commercial establishments conditions the conformation of new central areas in the urban structure of Campina Grande - PB. In the course of the research, we will analyze different forms of Expression of Centrality, we will understand as such, from the relationships and the flows constituted. In this way, we will start from the assumption that Centrality produces and structures itself in the urban space itself. In this sense, we will examine and to discuss important concepts in this process, such as: Center, Decentralization, New Central Areas, Urban and City Restructuring, Subcenter and Neighborhood Center. Although, each one is composed as concepts studied for a long time, we will present the relevant differences, especially those evidenced by the Subcenter and the Neighborhood Center; As well as, the pattern of structuring in a Middle City. In order to analyze the distribution and concentration of commercial establishments in the urban structure of Campina Grande, it became, therefore, important to discuss and to analyze the National Register of Addresses and Statistical Purposes – CNEFE, and the National Register of Economic Activities - CNAE data's, both Present in the Brazilian Institute of Geography and Statistics - IBGE, in addition to forms, interviews, field surveys and mappings, based on the use of *Arcgis Software*. Finally, in the face of current transformations and through the structuring and restructuring process, the value of other spaces/areas of the city, which concentrate commercial and service establishments, Minimum spatial reach. In view of this, it is, undoubtedly, important to consider that the Center is the main commercial matrix; However, this does not negate the existence of other spaces that exercise the same central function, in other levels; As an example, we highlight the Malvinas Neighborhood Center, the main object of this research. Consequently, we have a conclusion that the said area is constituted as a Neighborhood Center due to its pattern of structuring, organization and to consolidate itself with a minimal central range extension. In addition, it presents the potential for conformation of a Subcenter, due to the installation of public services that extend the centrality to the maximum reach level, as well as, increase and diversification of the commercial branches.

KEYWORDS: Centralization, New Central Areas, Neighborhood Center, Campina Grande.

LISTA DE MAPAS

MAPA 1	Centralidades e Novas Áreas Centrais em Campina Grande – PB.....	21
MAPA 2	Concentração das Agências Bancárias em Campina Grande – PB.....	65
MAPA 3	Espacialização dos Principais Serviços de Saúde em Campina Grande-PB.....	68
MAPA 4	Principais instituições de ensino superior em Campina Grande – PB.....	71
MAPA 5	Hipermercados em Campina Grande – PB.....	76
MAPA 6	Localização do Partage Shopping Campina Grande – PB.....	80
MAPA 7	Atacarejos em Campina Grande – PB.....	83
MAPA 8	Vias Comerciais de Campina Grande –PB.....	86
MAPA 9	Vias Comerciais de Bairro em Campina Grande – PB.....	89
MAPA 10	Localização do Bairro das Malvinas.....	94
MAPA 11	Estruturação da Cidade de Campina Grande – PB.....	104
MAPA 12	Delimitação do Centro do Bairro das Malvinas.....	114

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Representação da Noção de Centralidade.....	31
FIGURA 2	Sistematização da Noção de Centro de Bairro.....	46
FIGURA 3	Anel viário de Campina Grande.....	54
FIGURA 4	Reestruturação Urbana e da Cidade: Alça Leste.....	58
FIGURA 5	Região de Influência de Campina Grande – PB.....	64
FIGURA 6	Nível de Concentração dos Estabelecimentos Comerciais e de Serviços em Campina Grande – PB.....	106

LISTA DE FOTOGRAFIAS

FOTOGRAFIA 1	Rua Marquês do Herval.....	50
FOTOGRAFIA 2	Rua Venâncio Neiva.....	51
FOTOGRAFIA 3	Terminal Rodoviário “Rodoviária Velha”	52
FOTOGRAFIA 4	Terminal de Integração de Campina Grande – PB.....	53
FOTOGRAFIA 5	Construção da Alça Leste.....	59
FOTOGRAFIA 6	Makro Atacado – Av. Senador Argemiro de Figueiredo.....	60
FOTOGRAFIA 7	Hipermercado Extra – Av. Severino Cabral.....	60
FOTOGRAFIA 8	Faculdade de Ciências Médicas.....	73
FOTOGRAFIA 9	Loja da Cacau Show no interior do Hipermercado Extra.....	77
FOTOGRAFIA 10	Shopping Center Partage.....	81
FOTOGRAFIA 11	Rua Campos Sales.....	90
FOTOGRAFIA 12	Rua do Sol.....	91
FOTOGRAFIA 13	Rua Aprígio Nepomuceno.....	92
FOTOGRAFIA 14	Rua Odon Bezerra.....	93
FOTOGRAFIA 15	Primeiras unidades residenciais do Conjunto Álvaro Gaudêncio.....	98
FOTOGRAFIA 16	Departamento Estadual de Trânsito.....	102
FOTOGRAFIA 17	Hospital Regional de Emergência e Trauma.....	103
FOTOGRAFIA 18	Empresarial na Av. Francisco Lopes de Almeida.....	117
FOTOGRAFIA 19	Consumidores na Farmácia Dias.....	118
FOTOGRAFIA 20	Loja de Material de Construção na Rua das Juremas.....	119
FOTOGRAFIA 21	Loja de Calçados na Rua das Juremas.....	119
FOTOGRAFIA 22	Restaurante na Rua das Juremas.....	120
FOTOGRAFIA 23	Posto Bancário na Rua das Juremas.....	120
FOTOGRAFIA 24	Loja de Aviamentos e Studio Fotográfico na Rua das Umburanas.....	121
FOTOGRAFIA 25	Escritório Contábil na Rua das Umburanas.....	121
FOTOGRAFIA 26	Estabelecimentos comerciais de baixo padrão organizacional no Centro de Bairro.....	128
FOTOGRAFIA 27	Loja de Confecções do Período Atual na Rua das Umburanas.....	129
FOTOGRAFIA 28	Rede Associativista: Supermercado Smart.....	133
FOTOGRAFIA 29	Rede de Lojas: Farmácia Redepharma.....	133
FOTOGRAFIA 30	Rede de Lojas: Farmácia Dias.....	133

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Tipologias de Áreas Centrais.....	37
QUADRO 2	Transporte Coletivo em Campina Grande – PB.....	53
QUADRO 3	Quantificação dos Estabelecimentos Comerciais e de Serviços das Vias Comerciais de Bairros.....	88
QUADRO 4	Número de Estabelecimentos Comerciais e de Serviços no Bairro das Malvinas Por Tipologia e Ramo da Atividade.....	107
QUADRO 5	Quantificação de Estabelecimentos Comerciais no Centro de Bairro.....	111

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Ramos Comerciais em Destaque no Centro do Bairro.....	111
GRÁFICO 2	Taxa de ocupação e vacância no Centro de Bairro.....	113
GRÁFICO 3	Perfil do Público Consumidor.....	124
GRÁFICO 4	- Periodicidade de Deslocamento da População do Bairro das Malvinas Para o Centro.....	126

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	18
CAPÍTULO I: CENTRALIDADE E NOVAS ÁREAS CENTRAIS: O CENTRO DE CAMPINA GRANDE-PB.....	26
1. Centro e Centralidade: discussão teórico-conceitual.....	28
1.1. Áreas Centrais e Centralidades: reestruturação urbana e da cidade.....	38
1.2. Subcentro e Centro de Bairro.....	41
1.3. O Centro de Campina Grande-PB.....	49
1.4. Os Processos de Reestruturação em Campina Grande.....	57
CAPÍTULO II: A PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO: CENTRALIDADES E NOVAS ÁREAS CENTRAIS.....	61
2. A Cidade de Campina Grande como Centro Regional.....	63
2.1. Os Serviços de Educação e Saúde e a Organização do Espaço Intraurbano de Campina Grande-PB.....	67
2.2. Hipermercados, Shopping Center e Atacarejos.....	74
2.3. As Áreas Centrais em Campina Grande: vias comerciais, vias comerciais de bairro e centro de bairro.....	84
2.4. O Centro de Bairro.....	94
CAPÍTULO III: O CENTRO DO BAIRRO DAS MALVINAS.....	96
3. Do Conjunto Habitacional ao Bairro das Malvinas: uma síntese da sua história.....	98
3.1. A Estruturação da Cidade e a Centralidade Urbana.....	101
3.2. O Comércio do Bairro das Malvinas.....	105
3.3. Centro do Bairro das Malvinas.....	110
3.4. Os estabelecimentos comerciais do Bairro das Malvinas: estruturação e organização.....	127
3.5. As Redes Comerciais.....	130
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	137
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	141
APÊNDICES.....	146

INTRODUÇÃO

A construção de um trabalho acadêmico é sempre marcada por constantes questionamentos, dúvidas e escolhas teóricas e metodológicas que se constituem como ponto de partida para o desenrolar de toda a pesquisa. Durante o percurso desta investigação, iniciado no curso de Graduação em Geografia da Universidade Federal de Campina Grande, foram essenciais os diálogos, as conversas, as orientações e, principalmente, o contato com diversas perspectivas teóricas e metodológicas que possibilitaram um novo olhar para o recorte espacial analisado.

A contribuição dada pelos trabalhos da Rede de Pesquisadores Sobre Cidades Médias – ReCiMe¹, como também pelo Grupo de Pesquisa Produção do Espaço e Redefinições Regionais – GasPERR e Grupo de Estudos Urbanos – GeUrb, foram de extrema relevância para a sistematização desse trabalho, especialmente no que se refere ao arcabouço teórico e as metodologias utilizadas em campo.

A temática Centralidade Urbana foi/é bastante investigada na Geografia brasileira. O contato com pesquisas nesta perspectiva trouxe uma instigação a mais para construir um trabalho que não se limitasse apenas ao que já foi discutido, mas que contribuísse com a elaboração de novas noções e que alimentasse o conceito de Centralidade e Centro de Bairro dentro dos estudos da Geografia Urbana e do Comércio.

A pesquisa que será apresentada nessa dissertação possui como tema principal a centralidade urbana e as novas áreas centrais. O objetivo deste trabalho é compreender a produção do espaço urbano da cidade de Campina Grande a partir do surgimento/conformação de áreas centrais em espaços mais distantes do Centro Principal. Embora não sejam desconsiderados os papéis regionais de Campina Grande, o foco desse trabalho é a análise intraurbana, as áreas centrais e as funcionalidades exercidas por essas áreas, tendo em vista que grande parte das pesquisas sobre o tema focam na centralidade regional.

Conforme evidencia Santos (1981), a urbanização brasileira está predominantemente associada ao desenvolvimento das atividades terciárias, caracterizando-a como uma Urbanização Terciária. Couto (2011) reforça que “o terciário é uma especialização necessária e vital para as cidades chamadas de

¹Rede de pesquisa voltada aos estudos das Cidades Médias do Brasil, Argentina e Chile que busca reflexões sobre o aprofundamento teórico-conceitual de modo a superar a noção de Cidades Médias.

“Centro Regional” a ponto de ser essa atividade a força regionalizadora dos dias atuais” (COUTO, 2011, p. 11).

Para a realidade de Campina Grande, o comércio explica o processo de urbanização, assim como possibilita compreender as atuais funcionalidades que apresentam a sua estrutura urbana. Diniz (2015) afirma que o comércio é uma atividade econômica de fundamental importância para esta cidade, pois determinou o seu crescimento urbano e relevou o seu papel no contexto regional, principalmente com o grande aumento da produção algodoeira.

Segundo Diniz e Castilho (2009), mediante as inovações e mudanças ocorridas no espaço comercial campinense, outras formas de comércio varejista cresceram significativamente em função da desigual estrutura socioeconômica vigente nos espaços comerciais e residenciais da cidade. Essas formas se revelam tanto no Centro quanto nos Bairros da cidade e são dotadas de diversidade.

De acordo com a Região de Influência das Cidades², Campina Grande é classificada como Capital Regional de nível B, tendo em vista os papéis regionais que exerce na rede urbana. Esta classificação permite, de acordo com estudos realizados pela Rede de Pesquisadores Sobre Cidades Médias – ReCiMe, classificá-la como uma Cidade Média.

Conforme Spósito e Góes (2015), as Cidades Médias funcionam como ponto de difusão e circulação das ideias, é nesses espaços onde estão concentrados grandes equipamentos de consumo individual e coletivo, comércio e serviços de alta complexidade. Por sua vez, são esses elementos que difundem as ideias, estilos de vida e padrões de consumo.

Spósito (2010) afirma que são consideradas Cidades Médias àquelas que exercem funções de intermediação em sua rede urbana, enquanto as cidades de Porte Médio são definidas, unicamente, pelo seu tamanho demográfico. As Cidades Médias desempenham, do ponto de vista funcional, papéis que se revelam no âmbito regional, e são elos de articulação econômica entre grandes centros metropolitanos. Já as pequenas cidades, em hierarquias que estruturam a rede urbana de forma mais complexa.

² Pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE que busca definir a hierarquia dos centros urbanos e delimitar as regiões de influência a eles associadas a partir dos aspectos de gestão federal e empresarial e da dotação de equipamentos e serviços, de modo a identificar os pontos do território a partir dos quais são emitidas decisões e é exercido o comando em uma rede de cidades.

A diversificação e multiplicação de estabelecimentos comerciais altera o uso do solo, principalmente nos bairros que possuíam características puramente residenciais. Essa alteração é propiciada pelo aumento demográfico e pelo crescimento da estrutura urbana que são vetores responsáveis pela multiplicação dos estabelecimentos comerciais. Comumente, esses estabelecimentos tendem a se estruturar em ruas de bairros ou em um conjunto de ruas, quando se observa a existência de um novo Centro, denominado como Centro do Bairro.

O centro principal é o nó de circulação, a basilar área central. É para onde convergem todos os fluxos da cidade e da rede urbana. O Centro de Bairro é considerado como um novo Centro, que abrange menor escala de influência dentro da estrutura urbana e possui estabelecimentos comerciais de demanda diária.

As Áreas centrais³ e o Centro Principal estabelecem relações de compartilhamento e complementariedade em suas funções, são áreas diferenciadas que exercem centralidades distintas na estrutura urbana. Essa dinâmica permite compreender a centralidade da cidade em múltiplas escalas, principalmente na intraurbana.

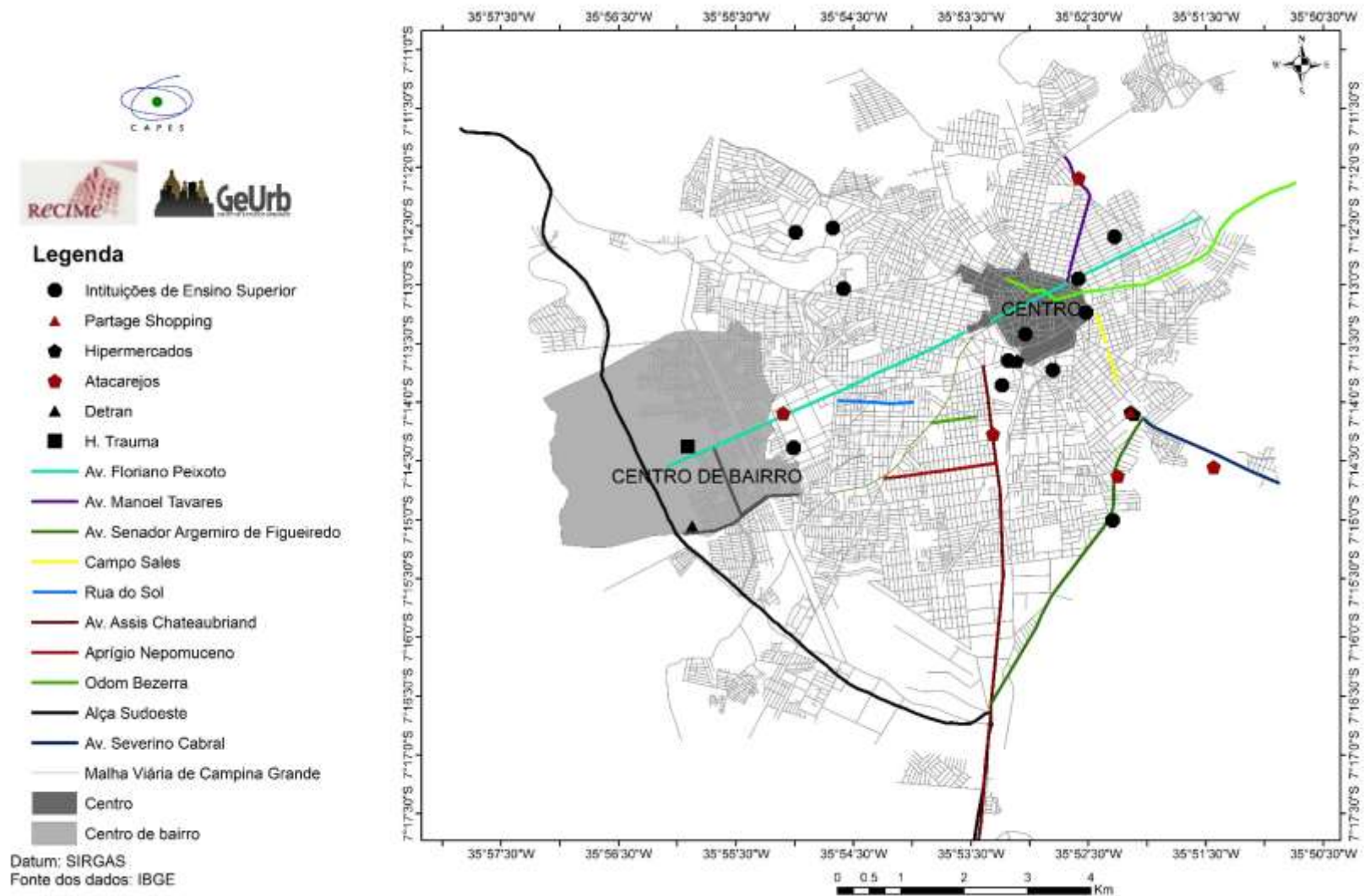
Face ao surgimento de áreas centrais, outros ramos de estabelecimentos comerciais passam a integrar a estrutura urbana. Os tipos de estabelecimentos encontrados nessas áreas vão desde as redes comerciais dos bairros até as grandes estruturas comerciais, como Hipermercados, Atacarejos, Shoppings Centers, que estão localizados em vias, rodovias e até mesmo no Centro.

Esses equipamentos além de atribuírem outras feições à cidade, reestruturam a lógica da centralidade quando reforça à multipolicentralidade⁴. Mediante esse contexto, a cidade passa a congregar múltiplas centralidades e áreas centrais. Essas áreas se materializam de distintas maneiras, desde a concentração de estabelecimentos em um bairro até equipamentos comerciais de grande representatividade. Este processo pode ser verificado no Mapa apresentado a seguir:

³ O termo “áreas centrais” refere-se a compreensão da cidade e sua estruturação através de áreas que por características e potenciais exercem papéis centrais na estrutura urbana. De acordo com Corrêa (1993) são consideradas áreas centrais: subcentros regional e de bairro, lojas de esquina, distritos e etc.

⁴ O termo multi(poli)centralidade refere-se à existência múltiplas áreas centrais, ou seja, a cidade constituída de diversos espaços que apresentam centralidade no contexto da sua estrutura. Essa discussão será apresentada posteriormente no tópico sobre Centro e Centralidade.

Mapa 1: Centralidades e Novas Áreas Centrais em Campina Grande – PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

Sendo assim, objetivou-se com essa pesquisa compreender como a diversificação e a multiplicação dos estabelecimentos comerciais na cidade atribuem uma nova forma de organização ao espaço intraurbano e o que esse fato expressa para a dinamização estrutura urbana. Desse modo, constitui-se como objetivos específicos:

- Discutir o conceito de Centro, Centralidade, Novas Áreas Centrais, Novas Centralidades, Centro de Bairro, Subcentro e Reestruturação urbana e da cidade;
- Analisar o papel do Centro da cidade de Campina Grande;
- Verificar a produção do espaço urbano de Campina Grande a partir da centralidade dos serviços de saúde e educação, bem como das áreas centrais e novas centralidades;
- Investigar o Centro do Bairro das Malvinas em Campina Grande a fim refletir sobre a sua estruturação e papel para constituição da centralidade em Campina Grande-PB.

Para atingir os referidos objetivos, foram traçados caminhos metodológicos, que se refere ao Método e aos procedimentos utilizados para análise das áreas centrais, especificamente o Centro de Bairro. O trabalho apresentado toma como ponto de partida à contraposição de elementos para entender a dinâmica da estrutura urbana de uma Cidade Média e as suas formas de centralidade, com o objetivo de investigar a produção do espaço urbano aliado à relação do Centro e da Centralidade.

Desse modo, procurou-se investigar a Centralidade, partindo do pressuposto de que esta produz e estrutura o espaço urbano. Para isso foram utilizadas abordagens de caráter quantitativo e qualitativo, tendo em vista a necessidade de dados concretos e subjetivos, pois, só assim, é possível entender as contradições do processo estudado.

Para compreender os conceitos de Centro, Centralidade, Descentralização, Novas Áreas Centrais, Restruturação Urbana e de Cidade, buscou-se uma construção teórico-conceitual, considerando as variadas produções acadêmicas de geógrafos, arquitetos, urbanistas e sociólogos. No tocante à classificação das áreas centrais identificadas na pesquisa (Centro de Bairro, Ruas Comerciais, Vias Comerciais e Vias Comerciais de Bairro), foi utilizado um quadro de tipologias com base em Sales (2014).

Consequente, com base nos dados obtidos em campo, foi realizado o mapeamento com o software ArcGis. Na análise do Centro Principal, foi aplicado como procedimento de pesquisa os trabalhos de campo exploratórios, os dados da Secretaria de Planejamento Urbano - SEPLAN e a utilização do banco de dados do Cadastro Nacional de Endereços Para Fins Estatísticos – CNEFE/IBGE (2010).

A partir dessa construção teórica e de campo, iniciou-se os estudos sobre o Centro de Bairro, no qual o ponto de partida se deu mediante os dados do CNEFE que de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), “é produto do Censo Demográfico iniciado no ano de 2000, aperfeiçoado em 2007 e atualizado e divulgado no ano de 2010 e trabalha com 35 variáveis de dados alfanuméricos”.

De acordo com Sales *et.al* (2014), “a partir dos endereços é possível geocodificar os dados mediante a associação do cadastro a base territorial utilizando os mapas e malhas digitais urbanos e rurais” (SALES *et.al*, 2014, p. 87). A partir da variável identificação de estabelecimentos disposta na Base de Dados, foi identificada a expressividade de estabelecimentos comerciais e de serviços na cidade de Campina Grande por ruas e bairros.

Com base nos dados disponibilizados na base de dados do CNEFE foi realizado um levantamento do número de estabelecimentos comerciais existentes no Bairro das Malvinas e no Centro Principal. Partindo dos dados coletados foi construída uma tabela que contém os tipos e ramos de estabelecimentos de maior expressividade. A partir da construção da referida tabela e da verificação do número de estabelecimentos por rua foram delimitadas as ruas que passaram a ser consideradas nesta pesquisa como Centro de Bairro.

Desse modo, foi possível eleger o recorte da pesquisa e fazer um levantamento dos dados e ramos dos estabelecimentos comerciais concentrados nas ruas estudadas. Para melhor compreensão das áreas pesquisadas foram aplicados formulários destinados a duas categorias: os proprietários de estabelecimentos comerciais e os consumidores.

Para obter resultados mais precisos e concisos, a aplicação dos formulários nos estabelecimentos comerciais e de serviços foi realizada a partir de uma amostragem. De acordo com Gerardi e Nentwing (1981), “em algumas situações um levantamento completo é inviável, senão impossível, devido a restrições de custo,

tempo, material, mão de obra e etc., o que condiciona a adoção da amostragem como solução” (GERARDI e NENTWING, 1981, p.3)

Segundo as autoras, a amostra é uma parte representativa da população, enquanto a amostragem é o processo de retirada da amostra. Desse modo, a amostra foi escolhida mediante a base de dados do CNEFE e a amostragem se deu a partir da verificação de levantamento de uso do solo e dos dados disponibilizados.

A amostragem foi retirada de forma sistemática, a partir da expressividade dos estabelecimentos comerciais existentes no Centro do Bairro, ou seja, com base na quantificação e nos ramos mais expressivos foram escolhidos os estabelecimentos nos quais seriam aplicados os formulários. A utilização desse procedimento possibilitou a obtenção dos dados representativos, partindo dos ramos e do número total de estabelecimentos localizados nas ruas do Centro de Bairro.

Para os consumidores, o objetivo dos formulários foi de complementar as informações já coletadas nos estabelecimentos, como também entender as relações de consumo estabelecidas no Centro e no Centro de Bairro. Além dos formulários, foram aplicadas entrevistas com antigos moradores do Bairro, a fim realizar uma síntese histórica do processo de formação, estruturação e conformação dos estabelecimentos comerciais, e com os proprietários de estabelecimentos comerciais de maiores capitais vinculados às redes comerciais, para compreender o padrão organizativo e as escolhas locacionais. Desse modo, apoiando-se na discussão apresentada, estruturou-se esta dissertação em três capítulos.

O primeiro capítulo consiste em uma revisão teórica sobre as noções de Centralidade, Centro, Novas Áreas Centrais, Centro de Bairro, Subcentro e Reestruturação urbana e da cidade. Nele é apresentada uma discussão sobre o Centro Principal de Campina Grande, suas características e funcionalidades, como também os processos de Reestruturação urbana e da cidade, de acordo com a sua ocorrência em determinados espaços/áreas.

O segundo capítulo versa sobre a produção do espaço urbano e a centralidade, nesse capítulo serão apresentados os principais serviços de saúde e educação e a sua relação com a ampliação dos papéis regionais da cidade, como também, na configuração da centralidade intraurbana. Será discutida também a constituição de novas centralidades, a partir dos grandes equipamentos comerciais e as áreas centrais, que, neste caso, serão analisadas a partir das vias comerciais, do Centro de Bairro e das vias comerciais de bairro.

O terceiro capítulo buscará discutir e apresentar o Centro de Bairro das Malvinas, essa discussão terá início com uma síntese histórica de formação do Bairro e em seguida estará estruturada por uma análise do comércio do bairro, do Centro do Bairro, do consumo, da estruturação dos estabelecimentos e das redes comerciais. São apresentados elementos básicos para colaboração na construção da noção sobre o Centro de Bairro, que ainda não possui uma vasta literatura na Geografia Urbana e do Comércio. Esse ensaio será construído com base na perspectiva teórica dos dois principais autores adotados, Berry (1969) e Sales (2014), como também nos dados de campo obtidos no Centro de Bairro estudado.

CAPÍTULO I:

**Centralidade e Novas Áreas Centrais: o Centro
de Campina Grande-PB**

Centralidade e Áreas Centrais são conceitos que estão sendo cada vez mais discutidos na Geografia e apresentam extrema relevância para explicar processos que ocorrem na cidade. Objetivando compreender melhor esses processos, iniciou-se a construção deste capítulo a partir do entendimento do par dialético conceitual Centro e Centralidade, na tentativa de sistematizar os percursos teóricos das referidas noções conceituais, sua relevância, bem como esclarecer as abordagens utilizadas no decorrer da pesquisa.

As bases teóricas utilizadas se apoiam nas contribuições de diversos autores que discutem a temática a partir de distintas perspectivas, dentre as quais citamos geógrafos, sociólogos, arquitetos e urbanistas. A discussão sobre as Áreas Centrais e Novas Centralidades no contexto da reestruturação urbana e da cidade aparecem nesse capítulo com a intenção de compreender como a conformação das áreas centrais e centralidades reestruturam a cidade, no ponto de vista urbano e morfológico.

Com base no entendimento das Áreas Centrais e Centralidades será enfatizado de forma mais específica a discussão do Subcentro e do Centro de Bairro, dois tipos de áreas centrais com características e funcionalidades distintas. Nesse ponto, buscou-se esclarecer quais elementos que estruturam ambas áreas centrais e suas diferenças em termos morfológicos e funcionais.

Como forma de aprofundar as questões teóricas apresentadas na pesquisa, será analisado o papel do Centro de Campina Grande e a sua importância, enquanto a principal área central da cidade. Nesse sentido, serão trabalhados os principais elementos que reforçam e afirmam a centralidade do Centro na escala intraurbana e regional.

Por fim, serão discutidos os processos de reestruturação urbana e da cidade em Campina Grande. A discussão apresentada neste tópico estará baseada a partir de uma área da cidade onde os investimentos e as alterações produtivas e espaciais são mais evidentes. No geral, esse capítulo tratará de questões teóricas e conceituais que embasam toda a construção do trabalho, principalmente em relação ao objeto de estudo da pesquisa, que é o Centro de Bairro e sua estruturação no contexto de uma Cidade Média.

1. Centro e Centralidade: discussão teórico-conceitual

A discussão sobre os conceitos de Centro e Centralidade é realizada na Geografia Brasileira há algumas décadas. A sistematização dos referidos conceitos se deu em momentos distintos, no entanto, passaram a compor um par dialético que explica a funcionalidade das cidades a partir de diversos elementos, dentre eles a concentração, os fluxos, as demandas, o alcance espacial, entre outros.

Consoante Sales (2014), “a leitura sobre centralidade urbana ressurgiu como possibilidade de entender o modo pelo qual a sociedade contemporânea está produzindo o espaço urbano.”(SALES, 2014, p.30). Dessa forma, faz-se necessário apresentar o contexto do seu surgimento nos estudos da Geografia Urbana.

A abordagem do conceito de área central iniciou com os pesquisadores da Escola de Chicago a partir da Ecologia Urbana. De acordo com Whitacker (2010), essa abordagem voltada para a cidade e para os conflitos que nela se materializam é explicada pela disputa de territórios e pela acomodação e distanciamento de usos que se complementam e se repelem.

Segundo Tourinho (2004), a ideia de centro como “lugar de concentração comercial e de serviços, que serve para uma região vizinha, estabelecendo uma área de influência e uma hierarquia de centros” (TOURINHO, 2004, p. 267) já fazia parte do pensamento urbanístico desde a década de 1933, quando Walter Christaller introduziu o seu ponto de vista através da teoria dos lugares centrais⁵.

A abordagem sobre o Centro como elemento morfológico na cidade abrange diversas áreas do conhecimento, dentre as quais podemos citar a geografia, a sociologia urbana, o urbanismo e a arquitetura, que trabalham com percepções distintas, porém, complementares. Para iniciar esta reflexão, nos apoiamos em algumas definições de Centro com base em alguns autores. Villaça (2001) ao trabalhar com a definição do Centro ou Centro Principal, como é denominado pelo autor, escreve que:

Nenhuma área é ou não é centro; como fruto de um processo – movimento – torna-se centro. No social, nada é; tudo torna-se ou deixa de ser.

⁵ Introduzida na década de 1920 pelo geógrafo alemão Walter Christaller a teoria das localidades centrais se apoia na ideia que: o lugar central é definido como “centro urbano”, todos os centros urbanos (pequenos, médios e grandes) ou até os semi-rurais podem ser considerados como localidades centrais, haja vista que todos são dotados de funções centrais, ou seja, dispõem de atividades de distribuição de bens e serviços para uma população externa residente na região complementar ou de influência. (SPÓSITO, Eliseu S. Geografia e Filosofia. São Paulo: Editora Unesp, 2004.)

O centro surge então a partir da necessidade de afastamentos indesejados, mas obrigatórios. Ele, como todas as “localizações” da aglomeração, surge em função de uma disputa: a disputa pelo controle (não necessariamente minimização) do tempo e energia gastos nos deslocamentos humanos.

O centro surgirá à medida que se desenvolver uma comunidade organizada e, com isso, um ponto do território que minimiza o somatório dos deslocamentos do conjunto dos membros da aglomeração. Tal ponto seria aquele no qual toda a comunidade se reuniria no menor tempo possível. (VILLAÇA, 2001, p. 238, 239)

O centro é fruto de uma construção social e surge a partir de necessidades. Nesse sentido, constitui-se como principal área de determinada estrutura urbana⁶ para a qual há convergência de diversas camadas sociais que buscam utilizar o comércio e os serviços. Assim, o Centro é fruto dos processos e atuações dos agentes sociais que produzem o espaço urbano.

É importante, após essa exposição, trazer a definição do *Central Business District* (CDB). Essa expressão vai além de uma definição social e perpassa o que defende Villaça (2001). A difusão desta denominação buscou, em determinado momento (depois dos anos 1950), atribuir uma nova conotação a definição de Centro. O estudo que levou a formulação dessa definição considerou a realidade de nove cidades norte-americanas.

De acordo com Tourinho (2004) *apud Proudfoot* (1937-1959) o CDB é definido como “a zona central do comércio, considerado como o coração comercial da cidade, onde se encontram as lojas de bens de uso corrente e também lojas de departamento, localizada na área de maior acessibilidade da cidade” (TOURINHO (2004) *apud PROUDFOOT*, 1937-1959, 282). Nesse contexto, a ideia que se tem de Centro é difundida como “coração da cidade”, ou mesmo a localidade da estrutura urbana onde se concentra o comércio.

Para a autora essa definição buscou atribuir ao Centro uma conotação mais funcional, como forma de compreender a sua dinâmica em cidades americanas. Mesmo que não se aplique exatamente a realidade das cidades brasileiras, por não apresentar as mesmas características e funcionalidades, ainda é possível identificar alguns aspectos coerentes à realidade de diversos centros.

⁶ A opção pelo uso do termo “estrutura urbana” deve-se ao fato desta expressão remeter a um sistema socialmente organizado dos elementos básicos que definem um conjunto urbano no espaço. A explicação do termo não leva em consideração apenas os elementos estruturais/urbanos, mas também os aspectos sociais.

Na Geografia brasileira contemporânea, alguns autores, de forma muito explicativa, definem o centro. De acordo com Spósito (2001) o centro é:

O nó de circulação é o ponto de onde todos se deslocam para a interação dessas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispersor ao mesmo tempo (SPOSITO, 2011, p.6)

Para Maia (2009):

O Centro é simultaneamente o lugar do encontro e da reunião a um só tempo, é também um lugar onde se estabelecem relações de trabalho, moradia, passagem, e lazer, por isto, integra e dispersa. O centro é centro por expressar, de forma mais contundente a dinâmica da cidade, ou seja, não existe cidade, nem realidade urbana sem um centro. A sua importância é inquestionável para a vida urbana. (MAIA, 2009, p. 183)

As referidas autoras classificam o Centro como área da cidade onde se estabelecem diversos tipos de relações, ao mesmo tempo que tem a capacidade de integrar, dispersar e expressar de forma contundente a dinâmica das cidades. Assim, é evidente que não exista realidade urbana sem um Centro, pois é nele onde as dinâmicas sociais são mais evidentes e as diversas relações são estabelecidas.

Santos (1959) considera que o centro é “a parte de uma aglomeração urbana que apresenta a maior animação e conhece a mais forte atividade, sob todas as suas formas. Isso lhes atribui à individualidade, em relação aos demais elementos do organismo urbano.” (Santos, 1959, p. 18). Para o autor o Centro é uma porção do espaço urbano bastante peculiar, pois oferece formas e relações que não são evidentes em outros lugares.

Na perspectiva sociológica, Manuel Castells (1971) trouxe relevantes contribuições para entender o Centro Urbano. As colocações evidenciadas pelo referido autor põem em cheque várias observações para definição do Centro. Para ele:

O centro urbano, bem como a cidade, é primordialmente produto e, por conseguinte, expressão manifesta das formas sociais em ação e da estrutura da sua dinâmica interna.

O centro urbano não pode, por conseguinte, ser considerado como uma entidade espacial definida de uma vez para sempre, mas como reunião de funções ou atividades que desempenham um papel de intercomunicação entre os diferentes elementos de uma estrutura urbana.

O centro é um lugar multifuncional cujas funções são, em comparação com as de outros lugares, muito mais amplas. Há, pois, muitos centros a níveis diferentes, mas todos têm algo essencial em comum:

comunicação funcional entre os diversos escalões do espaço urbano. (CASTELLS, 1971, 186, 187, 189)

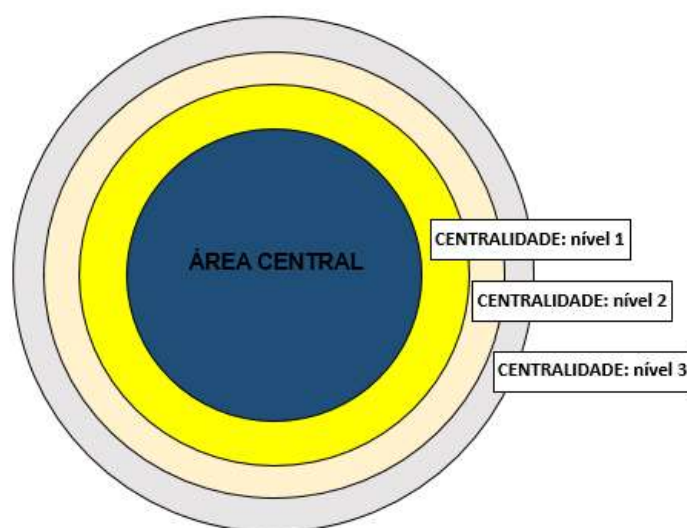
A forma de abordagem do conceito de Centro exposta por Castells, embora revele uma análise sociológica, coloca elementos que necessitam e devem ser pensados. Um deles é a entidade espacial do Centro, que não pode ser definida, tendo em vista que estes espaços estão em constantes transformações e que por sua vez são realizadas pelos agentes sociais que produzem o espaço urbano.

Além disso, o Centro é o principal espaço da cidade que é dotado de multifuncionalidade, ou seja, integra em seu interior elementos ou equipamentos que são capazes de desempenhar diversas funções e atender diversos tipos de demandas. Partindo dessa noção, necessitamos compreender a centralidade para entender a relação que estabelece com o Centro.

O debate sobre centralidade tem sua origem nos estudos do geógrafo alemão Walter Crhistaller, na década de 1930, quando se iniciou a análise das condições centrais de determinados espaços a partir do princípio da concentração. Com base nesse princípio seria possível estabelecer o raio de influência que determinada área exerce nos limites de sua localização, seja na escala da cidade ou da rede urbana.

Desse modo, para entender a centralidade de uma dada área, parte-se da concentração, localização e das demandas que esta consegue atender em determinado raio de abrangência, vejamos a seguinte representação.

Figura 1: Representação da noção de centralidade



Fonte: elaborado a partir de noções teóricas/conceituais de Centro e Centralidade adotadas na pesquisa

Conforme observado na representação da Figura 1, a centralidade de uma dada área se expressa em níveis de abrangência. Nesse sentido, cada área exerce papéis funcionais para outros espaços, que podem estar localizados de forma imediata ou mais distante. O papel de cada área central vai se constituir ou se ampliar mediante os bens de consumo e de serviços oferecidos, desde um *mix* tradicional (comércio de vizinhança), a demandas mais amplas, como é o caso dos modernos centros de consumo.

Lefebvre (1999) define a centralidade como essência do fenômeno urbano, é como o movimento dialético que a constitui ou a destrói, que cria ou estilhaça. Seria, então, igual ao que ela reúne, pois esta exige um conteúdo e não importa qual seja este conteúdo, objetos, pessoas, mercados, etc.

Conforme discutido por Lefebvre (1999), a centralidade é um movimento, um fenômeno, mas que exige conteúdo. Tourinho (2004) ressalta que:

Embora a centralidade não seja uma característica física, mas sim somatória de atributos que beneficiam o centro, é importante entender que sua manifestação se dá no território da cidade de uma forma física, a partir da inter-relação que cada uma das partes do território têm, por um lado com o padrão referencial, ou seja, com o centro, e, por outro, a relação que esse centro, e esses centros têm com o território. Estas relações fazem parte da centralidade, elas são, propriamente ditas, a centralidade. Assim, poderíamos pensar que não é o centro quem afeta o território, mas sim a centralidade como somatória das relações multidirecionais entre o centro, os centros e o território da cidade. (TOURINHO, 2004, p.391)

Nesse sentido, a centralidade enquanto conteúdo é um atributo que beneficia o Centro. Sendo assim, as áreas denominadas centrais são beneficiadas por esse conteúdo, pois necessitam de relações para que possam existir. Logo, a centralidade se constitui através de relações que complementam a lógica dos espaços denominados centrais.

De acordo com Spósito e Góes (2013) “a centralidade é a relação entre os espaços com maior densidade de meios de consumo, coletivos ou individuais, e que representam estes espaços em termos de valor histórico e simbólico, bem como a possibilidade de se ter acesso a eles” (SPÓSITO e GÓES, 2013, p. 121). Para tanto, o Centro está associado às localizações e a Centralidade aos fluxos que afluem, assim como as representações que sobre essas áreas se constituem.

A centralidade perpassa a delimitação física/espacial do Centro, para isso, se materializa a partir dos fluxos/relações existentes. Desse modo, pode-se afirmar que a centralidade pode ser observada sob diversas materializações, como, por exemplo, na ocorrência de empreendimentos de grandes capitais (Shopping Center, Atacarejos) localizados em pontos da estrutura urbana, como também a partir da emergência de novas áreas centrais, ou seja, bairros, ruas, vias ou áreas denominadas Centros de Bairro ou Subcentros.

Ainda de acordo com Whitacker (2003), a centralidade é definida pelo conteúdo que proporciona fluxos ao Centro, constituindo-se como cambiante, à medida que não se define pela localização, mas pelo movimento e pela articulação das diferentes localizações. A Centralidade diz respeito à “fluidez” e o Centro à “perenidade”, uma vez que a centralidade se refere à dinâmica de definição/redefinição das áreas centrais e dos fluxos no interior da cidade.

Para o supracitado autor, é relevante pensar a Centralidade como expressão de um processo e reflexo das divisões técnicas e sociais do trabalho, seu processo de constituição compreende a sobreposição de temporalidades que se materializaram em formas urbanas que passam a assumir novos usos e funções determinando novos conteúdos às formas pretéritas.

Conforme Whitacker (2003), a centralidade pode ser classificada em alguns tipos: múltipla, quando há a diversificação de áreas centrais; cambiante, quando ocorre em decorrência e incorrente aos fluxos e fluidez; complexa, quando articula fluxos em redes e escalas complexas e complementares e a recentraliza de maneira segmentada e especializada; e polinucleada, quando ocorre a recentralização de novas áreas centrais.

Na estrutura da cidade, a Centralidade pode se manifestar de diversas formas, seja a partir da diversificação, dos fluxos, das redes e até mesmo da recentralização. Estas tendências são distintas, todavia, ao mesmo tempo se relacionam e permitem entender como a Centralidade se manifesta no espaço e estabelece relações com o Centro.

Conforme Pereira (2001),

A Centralidade se redefine constantemente, pelo fluxo de pessoas, mercadorias, ideias, informações, não estando associada somente ao que está fixo no espaço, mas ainda pelas apropriações e pelas relações que se estabelecem com ele no decorrer do tempo (PEREIRA, 2001, p. 64).

Na análise elaborada por Sales (2014), baseada na obra de Crhistaller, são apontados dois elementos que são indispensáveis para compreender a Centralidade e a constituição de áreas centrais, são eles: limite crítico da demanda e o alcance máximo e mínimo. Para a autora, o limite crítico da demanda é aquela quantidade mínima (população com demanda, acessibilidade e preço) necessária para determinar a oferta de um bem, enquanto o potencial de localização refere-se ao modo como a área central exerce sua influência a partir do tipo e da distribuição do bem, que determinará o alcance espacial mínimo e máximo, que por sua vez é fortemente condicionado pelas condições de acessibilidade.

Desse modo, é coerente afirmar que além da articulação e dos fluxos, a Centralidade de uma área é expressa pela influência exercida por outros espaços da cidade, pelas demandas e pelo alcance espacial, ou seja, as práticas de consumo.

Fica evidente que os autores mencionados articulam distintas ideias quando definem o Centro e a Centralidade, no entanto, deixam claro que as temporalidades e as metamorfoses pelas quais passam as funções urbanas, condicionam o surgimento de novas formas, substituindo por aquelas mais pretéritas. A Centralidade condiciona as transformações dessas formas que se diferenciam mediante a realidade urbana em que se materializa.

Para entendermos melhor esses apontamentos é importante destacar outros processos que se apresentam associados à Centralidade, como, por exemplo, a formação de novas centralidades.

Spósito (2001) destaca que devemos entender o processo de formação de novas centralidades dentro de uma perspectiva histórica de localização das atividades comerciais e de serviços. Para a autora a dinâmica deste processo tem como determinantes: a mudança nos papéis de cada cidade, numa divisão territorial do trabalho no plano da rede urbana; os ritmos de crescimento econômico e demográfico das cidades; a expansão do tecido urbano; a instalação de novas infraestruturas de circulação e transporte; a implantação do gradiente intraurbano dos preços fundiários e imobiliários; os investimentos públicos e privados; e as dinâmicas de diferenciação socioespacial no uso do solo para fins residenciais, comerciais e de serviços.

É necessário destacar que esses processos podem ser considerados como condicionantes para conformação de novas áreas centrais na estrutura urbana

quando é possível identificar alguns aspectos, dentre eles está o aumento demográfico. Para a mesma autora:

A descentralização não revela a dispersão ou distribuição das atividades tradicionalmente centrais pela cidade, mas, ao contrário, revela formas de centralidade. Ao negar a concepção de centro único e monopolizador, recria centralidade, multiplicando-a através da produção de novas estruturas que permitem novas formas de monopólios, porque (re) especializam e (re) centralizam as atividades comerciais e de serviços, reproduzindo em outras áreas da cidade as condições de qualidades centrais. (SPOSITO, 1991b, p.13)

Mediante o exposto, devemos compreender a descentralização enquanto um processo que ocorre no espaço intraurbano. Ao que se pode inferir, a descentralização revela novas formas de Centralidade que passam a existir a partir da multiplicação ou do deslocamento de estabelecimentos comerciais e de serviços de um ponto para outro.

Para tanto, é importante entender a multipolicentralidade, que de acordo com Pereira (2001), refere-se às diferenças locais que irão propiciar diferentes centralidades, dependendo de suas características e complexidades funcionais, e permitir a diferenciação socioeconômica dessas áreas de concentração, segundo seus frequentadores e consumidores, gerando uma centralidade diversificada ou uma policentralidade nos termos apresentados anteriormente.

De acordo com Spósito (2013), a multipolicentralidade e policentralidade são processos distintos, uma vez que a multicentralidade corresponde a “conformação de mais de uma área de concentração comercial e de serviços nas cidades, influenciando a perda relativa do peso e da importância do Centro “principal” em estruturas espaciais tipicamente monocêntricas” (SPÓSITO, 2013, p. 65), enquanto a policentralidade “são dinâmicas mais recentes observadas que se combinam com as sistematicamente mencionadas, mas superando a lógica que orienta a sua formação” (SPÓSITO, 2013, p.67).

Dessa forma, a autora evidencia que esses processos são orientados por lógicas diferentes, tendo em vista que a multicentralidade é fruto da constituição de áreas centrais além do Centro e, por sua vez, é fomentada pela iniciativa de pequenos capitais, construídas e ocupadas em um intervalo temporal relativamente curto. Já a policentralidade se distingue da multicentralidade por ser oriunda da construção de grandes empreendimentos, como os Hipermercados, Shoppings Centers, que são

capazes de exercer atração sobre todo o conjunto da cidade e não se caracterizar hierarquicamente inferior ao Centro.

De acordo com Spósito (1991), o processo de expulsão da área central em Cidades Médias ainda é mais lento, uma vez que os processos de estruturação, estágio de crescimento e sistemas viários e de transportes ainda não permitem a descentralização significativa de atividades comerciais e de serviços.

Essa é uma tendência observada nos espaços das Cidades Médias brasileiras que estão passando por constantes processos de redefinição de suas centralidades na escala intraurbana, mas ainda não é possível afirmar que venha ocorrendo de forma muito significativa em todas essas cidades.

O que se observa nestas realidades é a instalação de centralidades nos mais diversos níveis e escalas de abrangência. Estas podem se materializar a partir da implantação de modernos equipamentos de comércio e consumo, como é o caso dos Shoppings Centers, através da descentralização dos serviços públicos e da expansão de atividades comerciais destinadas a menores capitais, como é o caso do comércio de Bairro que constitui o que denominamos de Centro de Bairro. Para Sales (2014):

No compasso do crescimento territorial, demográfico e econômico que as Cidades Médias assumem diante das novas funções territoriais e papéis econômicos, o número e os tipos de estabelecimentos comerciais e de serviços aumentaram e se diversificaram. (SALES, 2014, p. 201).

Com base em alguns estudos sobre centralidade urbana, a autora aponta algumas tipologias de áreas centrais: Central Business District (CBD); Artérias Comerciais; Subcentros; Centro de Bairro; Ruas Comerciais de Bairros; Pequenos Clusters e os Centros de compra regional no Brasil conhecidos como os Shoppings Centers.

Convém aqui, com base nesse estudo, tratar sobre algumas das classificações pontuadas que podem ser analisadas nesta pesquisa. Vamos tratar, com base nas definições de Sales (2014), de alguns tipos de áreas centrais, dentre elas: Subcentro, Centro de Bairro, Vias Comerciais e Vias Comerciais de Bairro.

Quadro 1: Tipologias de Áreas Centrais

Tipologia de áreas centrais com base em Berry (1958) e Kelley (1995)	
Subcentro	Surgem mediante o processo de crescimento territorial da cidade. Contraditoriamente, a partir da necessidade de afastamento de uma parte da população do centro e da necessidade dessa mesma população de proximidade com ramos de atividades que correspondem a suas demandas mais cotidianas, ou mesmo de estratégias concebidas por agentes hegemônicos. Uma das características principais deste tipo de área central é o alcance regional que se expressa a partir da centralidade exercida por estabelecimentos comerciais que exercem centralidade para além da escala da cidade e geralmente não estão localizados na área central principal. (p. 187)
Centro de Bairro	O alcance espacial desses centros limita-se à sua vizinhança, porém seus limites não são definidos. Geralmente, têm na sua estruturação uma rua ou uma avenida como espinhal dorsal, na qual estão agregados os estabelecimentos, cada vez mais rarefeitos ao longo das quadras. Seus estabelecimentos fazem referência ao seu padrão de consumo. São constituídos por estabelecimentos que atendem a demandas domésticas de compra não planejada (mercadinho, padaria, açougue), bem como serviços pessoais e individuais, como (salão de beleza, <i>lan house</i> , bar, etc.). (p. 188)
Vias Comerciais	Apresentam vantagens locacionais e possuem produtividade espacial para determinados ramos do varejo. Possui produtividade dupla servindo à necessidade de deslocamento da população para as áreas residenciais mais distantes do centro e ao mesmo tempo favorece a organização do consumo. (p. 189)
Vias Comerciais de Bairro	São vias que se destacam na malha urbana por dois tipos de especificidades: possuem historicidade ou uma funcionalidade específica, seja para servir, exclusivamente, a um padrão de consumo ou para manifestar especialidade em determinados ramos. (p. 189)

Fonte para elaboração: SALES, Andrea Leandra Porto. Situação Espacial das Franquias na América do Sul: Argentina, Brasil e Chile. (Tese de Doutorado)

Conforme evidenciado no Quadro 1, as áreas comerciais classificadas divergem em termo de características funcionais, mas se complementam dentro da estrutura urbana, correspondem, assim, a variados tipos de áreas centrais que podem exercer relações de complementariedade e compartilhamento de funções. A classificação pode apontar para uma primeira definição conceitual que será tratada nesta pesquisa, que é a diferenciação de um Subcentro e um Centro de Bairro.

Sob esse olhar, entende-se a centralidade como um atributo do espaço intraurbano das cidades e, ao mesmo tempo, procura-se compreender como se processa as diferenciadas tendências de centralidades no espaço urbano. Essa discussão traz suporte para articular uma definição das áreas que conformam Centralidade na cidade estudada.

1.1. Áreas Centrais e Centralidades: reestruturação urbana e da cidade

Assim como a discussão sobre Centro e Centralidade, as áreas centrais são fruto de estudos desenvolvidos por duas escolas, a escola norte-americana e a europeia. Essas escolas possuem abordagens que permitem leituras distintas sobre as áreas centrais.

De acordo com Sales (2014), a escola norte-americana iniciou os estudos sobre áreas centrais a partir das demandas do estado capitalista e dos problemas econômicos e aplicou o termo “áreas” para designar territórios homogêneos dentro da cidade, em condições físicas, econômicas, populacionais, sociais e culturais. Já a escola europeia, que também exerce forte influência nos estudos sobre Centralidade, pautou suas análises inicialmente com a noção do núcleo primaz e, posteriormente, aproximando o debate das áreas centrais ao consumo.

Embora se constituam como abordagens distintas, ambas alimentam as noções que estão sendo trabalhadas nos estudos sobre áreas centrais e centralidade. Nesse sentido, para a realidade brasileira, procura-se entender como se efetiva a conformação dessas áreas, tendo em vista a complexidade dos processos de reestruturação urbana e da cidade.

As áreas centrais exercem funcionalidades e se estruturam de formas distintas. Segundo Sales (2014), “em toda cidade há uma tendência à conformação de uma área central, e todo centro é um tipo de área central, muito embora nem toda área central seja um centro” (SALES, 2014, p.159).

Spósito (2013) afirma que até muito recentemente as Cidades Médias tiveram os seus processos de estruturação comandado pela presença unívoca do Centro Principal, mas conhecem, atualmente, o acelerado processo de reestruturação, alicerçado pela instalação de novos espaços comerciais e de serviços, com destaque para Hipermercados e Shoppings Centers. Para a autora:

No processo de estruturação mais recente observa-se a concentração de atividades terciárias tipicamente centrais ao longo de vias de maior circulação de veículos, traduzindo-se na configuração de eixos comerciais e de serviços importantes. (SPÓSITO, 1991, p.4)

Além dessas vias, as atividades terciárias tendem a se agrupar em conjunto de vias, nos bairros, bem como em outros espaços, como os Subcentros, galerias comerciais, dentre outros. Além da constituição de áreas centrais, no contexto atual de reprodução do capital, outras grandes estruturas comerciais estão sendo incorporadas na cidade como, por exemplo, os Atacarejos.

Mediante as metamorfoses ocorridas no âmbito do comércio e dos serviços, surge a propagação de novas tipologias comerciais em todas as porções do espaço intraurbano, dentre elas, os bairros. Estas atribuem às determinadas áreas (conjunto de ruas) a característica de Centro de Bairro, que concentra um expressivo número de estabelecimentos comerciais voltados para o suprimento de demandas locais em menor escala.

No geral, estes estabelecimentos do ramo terciário se caracterizam em: panificadoras, mercadinhos, supermercados (redes de supermercados), farmácias (redes de farmácias), frigoríficos, lojas de confecções e calçados, lojas de fábrica, salão de cabeleireiros, estabelecimentos de ensino, estabelecimentos de saúde, consultórios, escritórios, dentre outros.

É a partir das modernizações dos ramos alimentício, farmacêutico, confecções, calçados, etc., e da sua expansão na malha intraurbana que é possível a existência de novas áreas centrais, estabelecendo, assim, a articulação desse setor e suas modernizações e as centralidades.

A multiplicação dos estabelecimentos comerciais e de serviços contribui diretamente para reestruturação do espaço intraurbano, pois as novas e modernas formas comerciais, tais como: shoppings centers, supermercados, hipermercados, redes de farmácias, dentre outros tipos de estabelecimentos modernos, conformam centralidades que estão para além da escala do Centro.

A constituição destas áreas, juntamente o surgimento das novas centralidades, reestrutura as cidades e as relações urbanas que adquirem um maior grau de complexidade, tendo em vista as articulações e as formas de reprodução do capital, que redefinem o papel da cidade na rede urbana.

De acordo com Soja (1993), a reestruturação remete à “noção de uma “freada”, senão de uma ruptura nas tendências seculares, e de uma mudança em direção a uma ordem e uma configuração significativamente diferentes da vida social, econômica e política” (SOJA, 1993, p. 193).

Para o autor a reestruturação não é um processo mecânico e nem automático, é uma forma de promover choques nas situações e práticas sociais preexistentes e desencadeadoras de uma intensificação de lutas competitivas pelo controle das forças que configuram a vida material.

Como evidencia o autor, a forma urbana tende a se reestruturar mediante uma sequência de acontecimentos ou espacializações, para que isso aconteça, cada fase de reestruturação é adaptada com vestígios de geografias passadas e de rearranjos espaciais seletivos. Nesse sentido, a ideia de reestruturação urbana e regional remete às formas de reorganização ou rearranjos espaciais, que são fruto de transformações econômicas, sociais e políticas.

Consoante com Jaramilo e Cuervo (1990), os fenômenos espaciais têm uma inércia significativa, sendo de se esperar que determinações mais globais demorem a se materializar na instância socioespacial. Assim, cada realidade urbana tende a incorporar os elementos de ordem global em distintos períodos, o que leva-nos a afirmar que os processos de reestruturação são fruto de transformações mais amplas que se materializam na forma urbana mediante a atuação de diversos agentes sociais.

Na tentativa de compreender a referida leitura espacial, Spósito (2007) analisa este processo na escala da cidade e diferencia a estruturação, reestruturação urbana e reestruturação da cidade. Para ela,

A estruturação ou reestruturação urbana refere-se a dinâmicas e processos atinentes aos espaços regionais e/ou ocorridos no âmbito das redes urbanas; a estruturação ou reestruturação da cidade a dinâmicas e processos que ocorrem na escala intraurbana” (SPÓSITO, 2007, p.3).

Segundo a autora, em algumas Cidades Médias, embora se reconheça mudanças, denotando que é contínuo o processo de estruturação urbana, não se aplica a ideia de reestruturação, porque as transformações não são profundas ou

significativas, se comparado o período atual aos papéis que elas desempenhavam em tempos pretéritos.

Santos (1990), ao discutir o processo de involução metropolitana, deixa claro que “o movimento urbano dentro da cidade resulta de uma combinação entre temporalidade das coisas e temporalidade das ações, privilegiando cada fração do espaço urbano para um conjunto particular de atividades” (SANTOS, 1990, p.187).

Cada temporalidade define as transformações que ocorrem no espaço urbano. A organização das atividades revela padrões de reestruturação que são frutos de investimentos públicos ou privados que repercutem nas relações urbanas e alteram a cidade em termos morfológicos.

A reestruturação urbana e da cidade são dois processos para compreendermos a reprodução do capital, transformações econômicas, sociais e políticas que alteram o modo de vida urbano e estruturam a cidade em termos morfológicos e espaciais.

Nesse sentido, do ponto de vista produtivo, podemos aferir que a reestruturação da cidade pode também ser afirmada a partir da instalação dos empreendimentos de grandes capitais (hipermercados, shoppings, atacarejos) e da conformação de áreas centrais para diferentes fins produtivos e de consumo.

Dessa forma, buscou-se neste trabalho entender como a cidade de Campina Grande se reestrutura, mediante a instalação de novos capitais e o surgimento de áreas centrais e centralidades, partindo do pressuposto que estes dinamizam o espaço intraurbano e alteram as relações urbanas nos dois níveis escalares: da cidade e da rede urbana.

1.2. Subcentro e Centro de Bairro

As áreas centrais, diferentemente das centralidades, são definidas a partir da concentração de estabelecimentos comerciais e de serviços em um dado espaço que exerce influência sobre outros espaços/áreas da cidade. Segundo Spósito (2013), as áreas centrais são “espaços que ancoram a constituição de centralidades, mas não são a mesma coisa que elas”, tendo em vista que para a referida autora a centralidade “não é um lugar ou uma área da cidade, mas sim, a condição e expressão de central que uma área pode exercer ou representar” (SPÓSITO, 2013, p. 72).

A definição de Subcentro e de Centro de Bairro já são bastante antigas dentro da Geografia, por esse motivo alguns elementos apontados não dão conta de responder a realidade das Cidades Médias, tendo em vista as suas estruturas urbanas

e o processo de reestruturação urbana e da cidade. O Subcentro e o Centro de Bairro se constituem como dois tipos de áreas centrais que se materializam de maneiras distintas no espaço, a depender de alguns fatores como: tamanho demográfico, organização da estrutura urbana, limite crítico da demanda e o alcance espacial.

O limite crítico da demanda influenciará de forma direta no surgimento e conformação da área central, uma vez que o potencial de consumo e de deslocamento de uma dada população definirá o tipo da área central. Além disso, o alcance espacial será elemento chave para classificação da área central, pois, a depender das condições de acesso e da localização, a influência dessa área pode se dar em diversas escalas, desde a do Bairro até da cidade.

O Centro de Bairro e o Subcentro possuem algumas diferenciações básicas, dentre elas estão a estrutura espacial/organizacional, a diversificação dos estabelecimentos comerciais, o alcance espacial e as demandas. Para Tourinho (2004), “o Subcentro pode ser entendido como uma “reverberação” do Centro em determinados pontos do território com a finalidade de se afirmar como tal, ao mesmo tempo em que facilita ou se adapta ao crescimento da cidade” (TOURINHO, 2004, p.336 - 364). Conforme a autora,

o sistema de Subcentros é resultado de um processo de descentralização complementar, originalmente de caráter espontâneo, que estendia no território da cidade as noções de Centro, as qualidades do central, ainda que nas versões segregadas. (TOURINHO, 2004, p.336 - 364).

A referida estudiosa parte da concepção de que o Subcentro baseia-se na lógica da complementariedade, tendo em vista a estrutura policêntrica que assume as cidades neste contexto de multicentralidade, o que implica dizer que através da diversificação das áreas centrais o Subcentro exerce papel complementar no processo de centralização do espaço intraurbano.

Para Villaça (2001), a expressão Subcentro serve para designar aglomerações diversificadas e equilibradas de comércio e serviços que não são os do Centro principal. Segundo o autor, o Subcentro desempenha papel complementar de centro de atividades, sendo assim, consiste em:

Uma réplica em tamanho menor do centro principal, com o qual concorre em parte sem, entretanto, a ele se igualar. Atende aos mesmos requisitos de otimização e acesso apresentados pelo centro principal. A diferença é que o subcentro apresenta tais requisitos

apenas para uma parte da cidade, e o centro principal cumpre-os para toda a cidade. (VILLAÇA, 2001, p.293)

As formas/definições do Subcentro podem variar de acordo com alguns elementos, dentre eles o perfil econômico e social do Bairro em que se encontra localizado e a distância da área central principal. A estruturação dos estabelecimentos comerciais pode ser diferenciada, a saber, a forma como se estrutura o Bairro em termos de concentração comercial e de serviços, que pode ser por setores (ruas) ou espalhado por toda a extensão do bairro. Para Whitacker (2003), os Subcentros podem ser caracterizados como:

Áreas onde se alocam as mesmas atividades do centro principal com diversidade comercial e de serviços, mas em escala menor, e com a incidência de atividades especializadas. Tais atividades voltadas para um público mais restrito, funcional ou economicamente (como por exemplo, livrarias especializadas, galerias de arte, oficinas de confecção de calçados sob medida e etc.). Estas atividades estavam localizadas predominantemente no centro principal, a partir da década de 80, têm ocorrido à procura por novas localizações, ou em função do aumento do preço da terra no centro e/ou porque o público ao qual se destinam já não circulam com tanta frequência nesta área. (WHITACKER, 2003, p.10)

De acordo com o autor, os Subcentros, muitas vezes, surgiram em áreas distantes do Centro Principal ou eram originariamente centros de núcleos urbanos que foram incorporados e absorvidos pela área principal, ligando-se a ela e passando a integrar a sua estrutura urbana.

Os Subcentros estão localizados, sobretudo, em espaços mais distantes do Centro Principal, mas que não deixam de estabelecer relações de complementariedade e compartilhamento de funções na estrutura urbana, já que nas Cidades Médias esta configuração pode ser diferenciada, ou seja, nem sempre os Subcentros estarão localizados distantes do Centro Principal.

Dessa forma, o que se poderia classificar como ramos/natureza de estabelecimentos comerciais para o Subcentro? Grzegorzcyk (2000) diz que os estabelecimentos comerciais localizados nos Subcentros possuem algumas características:

Estes podem ser filiais de lojas do centro tradicional ou, em alguns casos, de comerciantes que abandonam a área central ou ainda de outros que iniciam suas atividades nestas áreas. Os estabelecimentos comerciais e de serviços localizados nos Subcentros procuram tirar proveito da distância ou do tempo que o consumidor levaria para

adquirir bens ou serviços no centro principal, e um dos seus fatores de êxito é a proximidade com o consumidor. O tempo de ir e vir pode ser decisivo para realização do consumo de bens e serviços. (Grzegorzcyk, 2000 p.171)

As características dos estabelecimentos comerciais e de serviços explicitadas pelo autor são bastante relevantes para a situação espacial dos Subcentros, principalmente quando se refere ao tempo de deslocamento. O Subcentro é, de certo modo, uma estratégia para atender diversos tipos de demandas sem que haja deslocamento até o Centro Principal, somente acontecendo quando há necessidade da utilização de estabelecimentos comerciais pertencentes a ramos inexistentes no Subcentro.

Conforme Sales (2014), os Subcentros destacam-se na estrutura urbana por dividirem o peso funcional com o Centro Principal, possuem estabelecimentos de natureza pública e privada, porém são áreas territorialmente menores, com predominância de uso residencial e de limites imprecisos de definição, possui alcance regional assim como o Centro Principal e, além disso, estas áreas podem apresentar vantagens locais para a instalação de algumas empresas.

Além da concentração de estabelecimentos comerciais de natureza privada, os Subcentros também recebem equipamentos/serviços públicos que se descentralizam, com o intuito de promover melhores condições de acesso àquela população que reside mais distante do Centro, tornando assim, estes equipamentos, acessíveis para grande parte da população e da demanda, levando em consideração que estas áreas devem ter potenciais para fluxos e demandas, bem como, condições de acessibilidade.

Mesmo que possuam similaridades no seu processo de conformação, o Subcentro diferencia-se do Centro de Bairro pela sua área de influência, estrutura organizacional e pela diversificação de estabelecimentos que vai desde o abastecimento diário até as lojas de manutenção, suporte técnico e serviços especializados em alguns ramos, como, por exemplo, hidráulico, elétrico, automotivo, etc.

A expressividade do Subcentro está para além das formas e relações. Esta é também expressa pelo fluxo de pessoas, ou seja, pela influência que exerce. Os Subcentros, especificamente, são caracterizados por atender demandas que ultrapassam a escala do Bairro. Grzegorzcyk (2000) escreve que:

Os Subcentros não atendem apenas a população local, por muitas vezes, consumidores de bairros vizinhos ou de outras partes da cidade podem para lá dirigir-se para fazer suas compras. Os Subcentros caracterizam-se por essa menor intensidade de fluxos em relação ao centro tradicional. (Grzegorzcyk, 2000 p. 171)

Para esclarecer o que é, de fato, um Subcentro, devemos explicitar algumas considerações: a primeira é que estes são áreas que agrupam atividades comerciais e de serviços com menor intensidade, em relação ao Centro, e exercem centralidade no contexto intraurbano; a segunda é que a conformação destas áreas se deve, especialmente, à expansão do setor terciário aliado ao período informacional; a terceira é que estas áreas não têm sua influência limitada à escala do Bairro, mas podem atingir o raio das áreas próximas e, dependendo da diversificação dos estabelecimentos de comércio e serviços, atender demandas para além da escala do bairro e da cidade.

A discussão sobre o Centro de Bairro ainda não possui uma literatura extensa para que seja possível trazer uma definição clara, no entanto, sabe-se, de acordo com Sales (2014) e Berry (1963), que estes espaços têm como características o adensamento de atividades comerciais para demandas básicas e que sua estruturação está baseada em ruas principais ou em uma avenida principal.

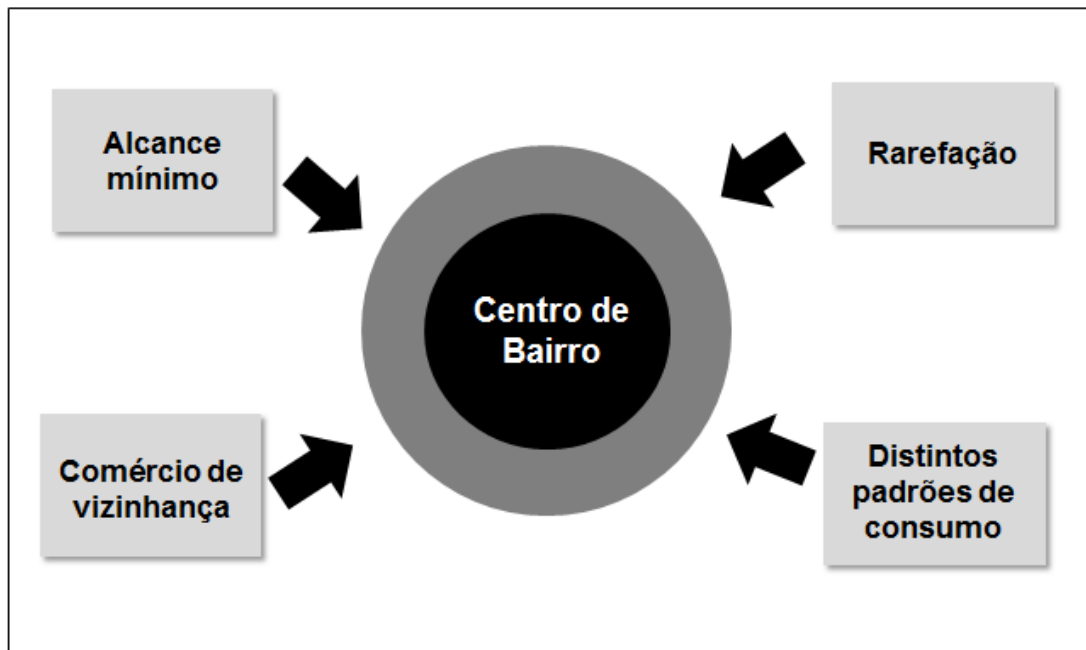
A conceituação de Centro de Bairro adotada nesta pesquisa tem como ponto de partida os estudos de Berry, que denominou os tipos de áreas centrais de acordo com o seu nível hierárquico. Para Berry (1963) a funcionalidade das áreas comerciais se efetiva a partir de sua capacidade de atração ou dos estabelecimentos comerciais e é definida mais pela sua funcionalidade do que pela sua posição/localização no espaço urbano.

Segundo Berry (1963), o Centro de Bairro (*Neighborhood Center*) possui características específicas, dentre elas o nível hierárquico na estrutura urbana, tipologias de estabelecimentos comerciais e padrão de estruturação. O nível hierárquico se apresenta inferior à outras tipologias, pois nesse tipo de área central é comum a concentração de estabelecimentos comerciais de vizinhança e a estruturação geralmente se dá com o suporte de uma avenida espinhal dorsal que comanda um conjunto de ruas imediatas.

Dentro desta perspectiva, Sales (2014) define o Centro de Bairro a partir da baixa concentração de estabelecimentos comerciais e do alcance espacial mínimo.

Mediante essa caracterização básica dos referidos autores, pode-se apresentar a seguinte sistemática.

Figura 2: Sistematização da Noção de Centro de Bairro



Fonte: OLIVEIRA, Taynan Araújo. Baseado em: Berry(1963) e Sales (2014).

Os elementos apresentados de forma sistemática dão sustentação para compreensão da noção de Centro de Bairro. O alcance espacial mínimo se refere ao grau de centralidade exercida pela área central, assim, para o Centro de Bairro pode-se considerar que a centralidade se concretiza em nível mínimo, ou seja, nas áreas mais próximas a sua localização.

A centralidade do Centro de Bairro limita-se a um conjunto de áreas imediatas a partir da existência de uma população circunvizinha com um potencial de consumo determinado. No entanto, a instalação de serviços públicos de maior expressividade pode modificar o alcance da centralidade para o nível máximo e apontar possibilidades para conformação de um Subcentro.

O comércio pode ser classificado como de vizinhança, tendo em vista os ramos dos estabelecimentos comerciais que estão voltados para o atendimento de demandas básicas de compra não planejada, como, por exemplo, farmácias, supermercados, pequenas lojas, panificadoras etc. Muito embora, nos Centros de

Bairro de alto padrão os estabelecimentos sejam maioria de redes comerciais ou franquias e, por muitas vezes, os proprietários não são moradores do bairro.

Os estabelecimentos comerciais existentes nesses centros vão ficando mais rarefeitos ao decorrer das quadras e os ramos estão classificados em: alimentício, farmacêutico, varejista, entre outros. Embora a rarefação seja uma característica peculiar de todas as áreas Centrais, no Centro de Bairro essa característica é mais notória, haja vista que o menor número de estabelecimentos e a área territorial total ocupada é inferior em relação ao Centro Principal, por exemplo. Consoante Corrêa (1993),

Por toda a cidade ocorrem pequenos agrupamentos de lojas localizadas em esquinas, duas a cinco lojas que atendem às demandas frequentes da população que habita os quarteirões imediatos, os comerciantes são moradores do bairro e conhecidos dos fregueses. (CORRÊA, 1993, p.53).

Geralmente as ruas/vias que estruturam este tipo de área central são as que reconhecem maior movimentação/fluxos dentro do bairro, seja de veículos ou de pessoas. A estruturação do Centro de Bairro é iniciada a partir de uma via dorsal, uma via que corta a estrutura urbana em alguma dimensão, em direção ao Centro ou não e que acessa importantes equipamentos de comércio e serviços de natureza pública ou privada. Nas demais ruas imediatas tende a se concentrar outros tipos de estabelecimentos comerciais de ramos variados.

O Centro de Bairro possui estruturas de padrões de consumo diferenciados. No caso dos Centros de Bairro voltados para maior poder aquisitivo, observa-se uma paisagem de consumo com padrão organizativo mais elevado, com a presença significativa de estabelecimentos com estrutura organizacional superior, que é o caso, por exemplo, das franquias, das redes comerciais, das galerias comerciais etc.

Para os Centros de Bairro de menor poder aquisitivo, o baixo padrão organizativo predomina em grande parte dos estabelecimentos comerciais, configurando o que está denominado como baixo padrão da paisagem de consumo. O Centro de Bairro destinado à população de menor poder aquisitivo possui um público consumidor com demandas diferenciadas, pois, conforme observado, o potencial de consumo da população de áreas mais afastadas do Centro é inferior ao daquela população que reside em áreas mais próximas ao Centro ou em espaços que passaram pelo processo de reestruturação, como é o caso dos bairros onde estão

localizados os espaços residenciais fechados e os grandes equipamentos comerciais, tais como os Hipermercados, Shopping Centers, Atacarejos.

A literatura portuguesa que apresenta a discussão sobre o Centro de Bairro define este tipo de área central de forma semelhante aos estudos já apontados anteriormente. No entanto, se levarmos em consideração a estrutura urbana das cidades portuguesas, percebemos que se trata de realidades completamente diferenciadas.

Para Cachinho (1991), os Centros de Bairro “são regra geral, levado a cabo por pequenos promotores locais ou da região, e escolhem quase sempre para local de implantação as áreas residenciais suburbanas carentes em estruturas comerciais” (CACHINHO, 1991, p.88). De acordo com o autor “os centros (áreas centrais) tornaram-se indubitavelmente no elemento da paisagem urbana onde melhor se projetam as práticas da sociedade de consumo”. (CACHINHO, 1991, p.167)

Embora as características principais do Centro de Bairro sejam os ramos dos estabelecimentos e o alcance espacial, outros elementos também são essenciais para reflexão sobre este tipo de área central. Dentre estes elementos pode-se destacar a alteração do uso do solo, que é a construção de estabelecimentos comerciais no espaço residencial; as modificações na estrutura fundiária com a construção de estabelecimentos de área territorial maior, como é o caso dos empresariais; a descentralização de estabelecimentos localizados no Centro Principal e a dinamização nos fluxos de veículos e pessoas a partir do aumento das vias e da instalação de estabelecimentos comerciais maiores.

A partir da multiplicação das atividades terciárias, o Centro de Bairro se constitui com maior expressividade, neste caso, há a incorporação de modernas formas comerciais aliadas ao pequeno comércio já existente. Nesse sentido, o setor terciário passa a se tornar complexo, tendo em vista as inovações mercadológicas e de consumo incorporadas pelos estabelecimentos comerciais mais tradicionais, bem como o surgimento de estruturas comerciais com padrões organizativos superiores àqueles que orientam a conformação inicial desta área central.

1.3. O Centro de Campina Grande-PB

O Centro é o espaço da cidade que reconhece a maior movimentação e concentra grande parte dos estabelecimentos comerciais e de serviços que atendem diversos tipos de demandas. Para a realidade de uma Cidade Média, o Centro cumpre dupla funcionalidade, ou seja, é o principal espaço da cidade, em termos de concentração comercial e de serviços, além de exercer forte centralidade na rede urbana. Pesavento (2007) diz que:

O centro é o núcleo original, o ponto de partida nodal de uma aglomeração urbana. O centro é, pois, o marco zero de uma cidade, o local onde tudo começou, o seu núcleo de origem. Assim sendo, o centro é um espaço privilegiado no tempo. (PESAVENTO, 2007, p. 2)

De acordo com a referida autora, três elementos essenciais presidem a formação do centro urbano a articular três dimensões no espaço-tempo. Primeiramente, os elementos estruturais do traçado e da organização do espaço físico/construído que se revelam em termos de uma materialidade; Posteriormente, a apropriação do espaço no tempo, construindo a experiência do vivido, transformando o espaço em território a partir das relações de sociabilidade; Por fim, a dotação de uma carga imaginária de significados, transformando-o em um lugar simbólico e das sensibilidades.

O centro, além de uma delimitação espacial dotada de uma estrutura física, é também um espaço de relações sociais, embora adquira outras conotações e funcionalidades, a depender do contexto urbano em que se analisa. Nesse sentido, a construção do centro de Campina Grande remonta um período histórico que envolve transformações urbanísticas e “reorganização” contínua do espaço. Maia (2009) escreve que:

O processo de urbanização de Campina Grande é marcado a partir do início do século XX, por projetos que implementaram grandes alterações nos traçados das ruas originais, nas edificações, nos espaços públicos, bem como nos largos”. (MAIA, 2009, p.797)

A autora evidencia que a reforma urbanística alterou a morfologia urbana mudando o traçado das ruas e o estilo arquitetônico, como forma de atribuir o caráter de cidade moderna, ordenada e bela.

O Centro foi fruto dessas modernizações e adquiriu novas feições morfológicas, a sua localização remete ao núcleo primaz, espaço onde se deu a formação inicial da estrutura urbana. Esse fato é verificado a partir de alguns elementos morfológicos

encontrados no Centro, como, por exemplo, a Catedral, a Estação Velha, os Museus, Cinema.

Atualmente, o Centro é caracterizado pela diversificação de estabelecimentos comerciais que atendem a diversos tipos de demandas, dentre os ramos destacam-se confecções, calçados, farmacêutico, franquias alimentação e vestuário. E para os serviços: estabelecimentos de educação e saúde, agências bancárias e os órgãos administrativos.

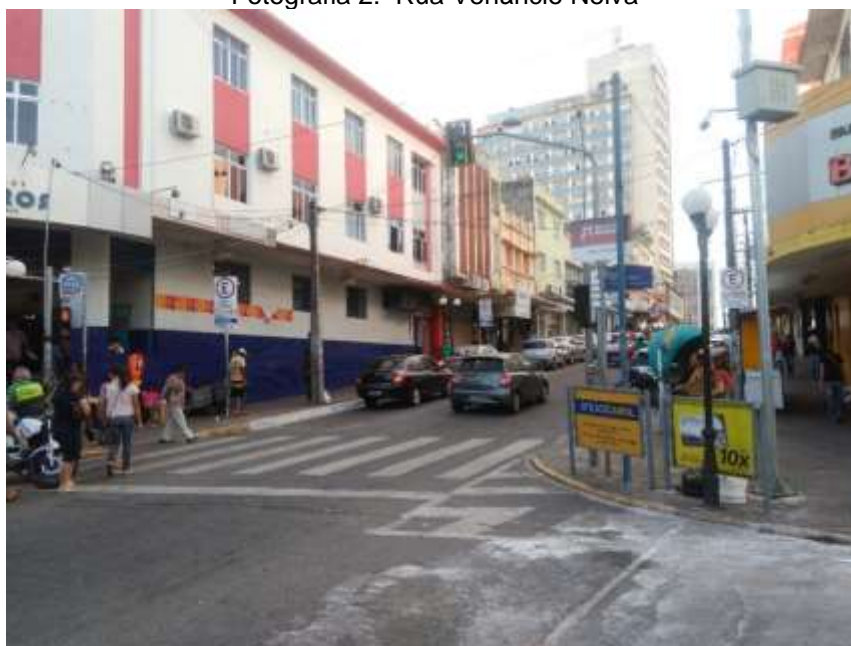
Com base nos dados do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE, 2010), pode-se afirmar a existência de 8.444 estabelecimentos comerciais e de serviços fixos concentrados nas ruas que compõem o centro. Dentre as ruas do centro destacamos: Rua Marques do Herval, Rua João Suassuna, Rua Maciel Pinheiro, Rua Venâncio Neiva, Rua Afonso Campos e Rua Presidente João Pessoa.

Fotografia 1: Rua Marquês do Herval



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Fotografia 2: Rua Venâncio Neiva



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

A Rua Marques do Herval e a Rua Venâncio Neiva, conforme mostradas nas imagens acima, são duas ruas do Centro de Campina Grande. A primeira, destaca-se pela presença do prédio das antigas Lojas Brasileiras (LOBRAS)⁷ onde hoje funciona o Shopping Centro Edson Diniz (Camelô), a segunda, é uma rua que se localiza nas proximidades do calçadão e possui estabelecimentos comerciais diversos, tais como farmácias, supermercados, lojas de confecções, dentre outros.

Dentro da realidade das Cidades Médias, o Centro ainda se constituiu como a mais forte centralidade, segundo Spósito (2010), nas Cidades Médias, a área central principal exerce expressiva centralidade, ainda que estejam presentes outras formas de expressão deste processo.

Para a referida autora, os Centros Principais têm a sua renovação como decorrência do aumento dos comércios de pequenos capitais, muitas vezes informal, que em vários casos se expressam na instalação de áreas a ele destinadas, os camelódromos, muitos deles nomeados como Shoppings Centers, o que mostra o prestígio simbólico que essas grandes superfícies têm no Brasil.

Em Campina Grande, observa-se que o Centro adquiriu estabelecimentos comerciais de outros ramos como, por exemplo, as lojas de produtos importados, lojas de assistência técnica e até mesmo a forte proliferação do comércio ambulante. Esses

⁷ As Lojas Brasileiras (LOBRAS) foi uma tradicional rede brasileira de lojas de departamentos e variedades.

elementos transformam o Centro e suas características funcionais e, além disso, ampliam os fluxos que condicionam a centralidade.

De acordo com Pereira (2001), a área central, na maioria das vezes, reforça sua centralidade quando o tecido urbano se estende e outras formas de comércio se apresentam, pois, mesmo com a descentralização, é nessa área que permanece uma diversidade e quantidade de estabelecimentos voltados para o atendimento de toda cidade, em contraposição às vias especializadas e Subcentros que se destinam a uma clientela mais restrita.

O centro de Campina Grande tem sua centralidade justificada pelo fluxo de população da sua região de influência e da própria cidade que se utiliza dos estabelecimentos comerciais para consumo, trabalho e até comercialização de produtos, bem como pelos equipamentos nodais que são de extrema relevância para justificar a sua centralidade, pode-se destacar dentre estes equipamentos o terminal rodoviário e o terminal de integração.

Fotografia 3: Terminal Rodoviário “Rodoviária Velha”



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

A Rodoviária Velha é um equipamento nodal de grande relevância para o Centro de Campina Grande, pois é o ponto de maior circulação de transportes oriundos das cidades que compõem a rede urbana campinense. Além disso, este espaço é utilizado para comercialização de produtos alimentícios e de pequenas lojas

de produtos importados, como também revela a forte presença de atividades comerciais informais.

Fotografia 4: Terminal de Integração de Campina Grande-PB



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

O Terminal de Integração também se constitui como um importante equipamento nodal, pois é o nó de circulação do transporte coletivo que abrange toda a estrutura urbana. Como se pode verificar, o transporte coletivo possui, em grande parte, formato radial, mesmo que possua destinos específicos para determinados Bairros, sempre convergem para o Centro e para o terminal de integração. Vejamos o número de transportes coletivos em Campina Grande:

Quadro 2: Transporte Coletivo em Campina Grande-PB

Linha	Sentido	Número
Azul	Norte/Sul	101/111
Amarela	Transversal	020/202/222/022A/220B
Verde	Leste/Oeste	300/300A/303/333
Vermelha	Radial e Circular Sul	004/004 ^a /404/444
Laranja	Transversal	660/066
Cinza	Transversal	077/077A
Branca	Radial	090A/090B/900A/900B/901/911/009
Inter Áreas	-	092/245-A.B /263-A.B/944/904/945/955
Distritais	-	902: Estreito/ 902: Catolé de Boa Vista/903 A: São José da Mata/ 903 B: Mutirão/ 910: Genipapo/ 910: Continental/Cuités

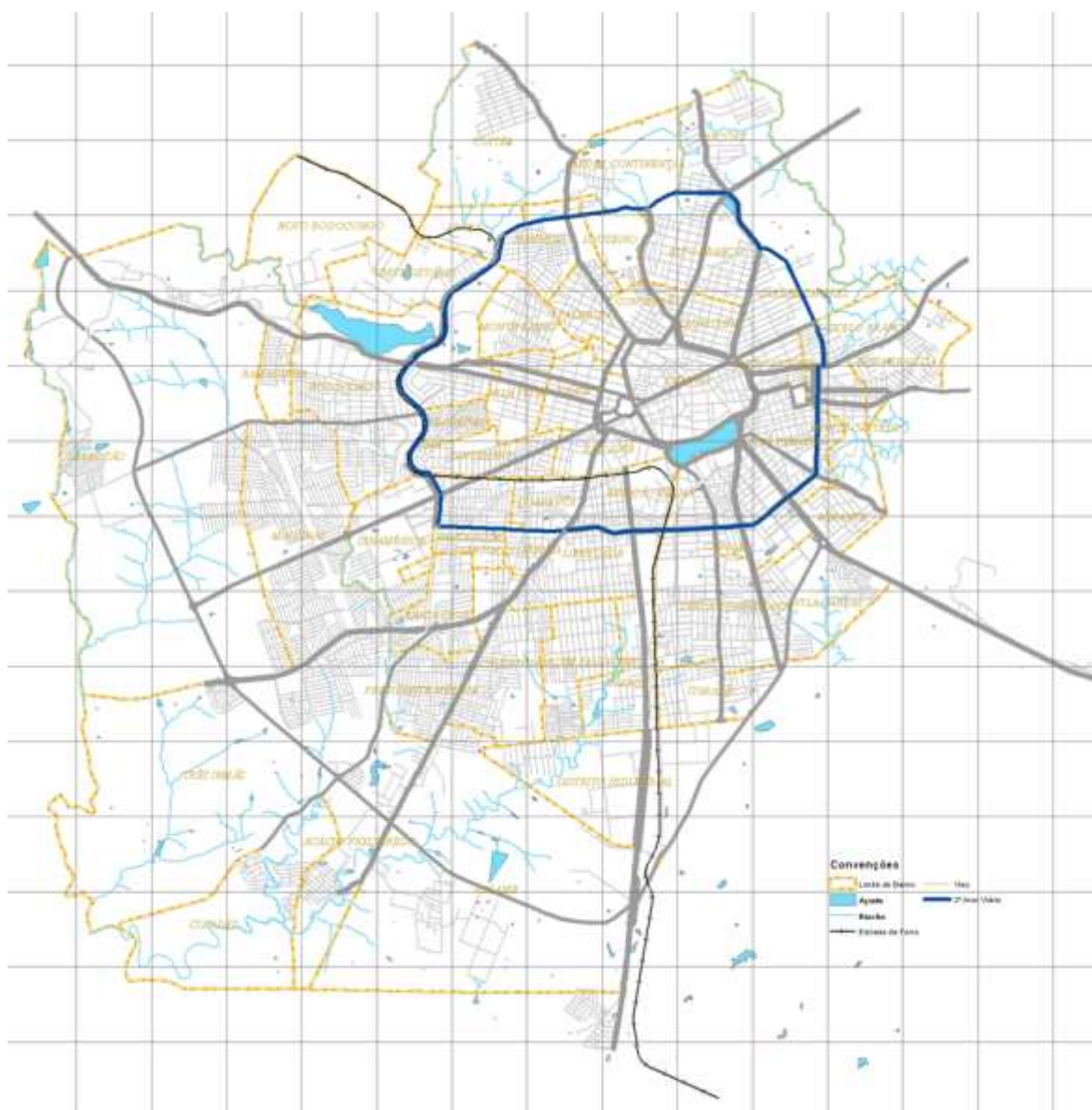
Fonte para Elaboração: <http://www.onibusdaparaiba.com/2012/08/transporte-coletivo-urbano-de-campina.html>

O transporte coletivo em Campina Grande é dividido em linhas que fazem diferentes trajetos. Embora apenas algumas indiquem o formato radial, todas elas

convergem até o Centro Principal, seja os circulares, transversais, norte e sul, leste oeste ou até mesmo as linhas Inter área e distritais. Esse fato aponta a forte centralidade do Centro para toda a cidade e município de Campina Grande.

A Secretaria de Planejamento Urbano - SEPLAN e a Secretaria de Transporte Público de Campina Grande –STTP iniciaram a proposição do projeto denominado de segundo anel viário. Trata-se de uma dimensão de 17km de via destinado a interligar 21 bairros sem passar pelo centro da cidade.

Figura 3: Anel viário de Campina Grande



Fonte: Secretária de Planejamento Urbano/SEPLAN.

A implementação desse projeto pode alterar a convergência do sistema de transporte coletivo até a área central, não destinando-os aos fluxos de pessoas e

transportes especificamente para o Centro. No entanto, até que a construção do anel viário seja implementada, o fluxo contínuo do transporte público é considerado um dos elementos que reforça a centralidade do Centro.

No Centro da referida cidade estão localizados importantes serviços públicos, como os de educação e saúde. Os estabelecimentos de educação e saúde são importantes vetores para reforçar a centralidade da cidade e do Centro, dentre estes serviços estão escolas, clínicas, hospitais, faculdades particulares, órgãos administrativos, dentre outros.

Além desses serviços, pode-se apontar a relevância do sistema bancário para centralidade do Centro, pois, conforme verificado a partir de levantamentos, as agências bancárias estão localizadas no Centro Principal ou nas suas imediações.

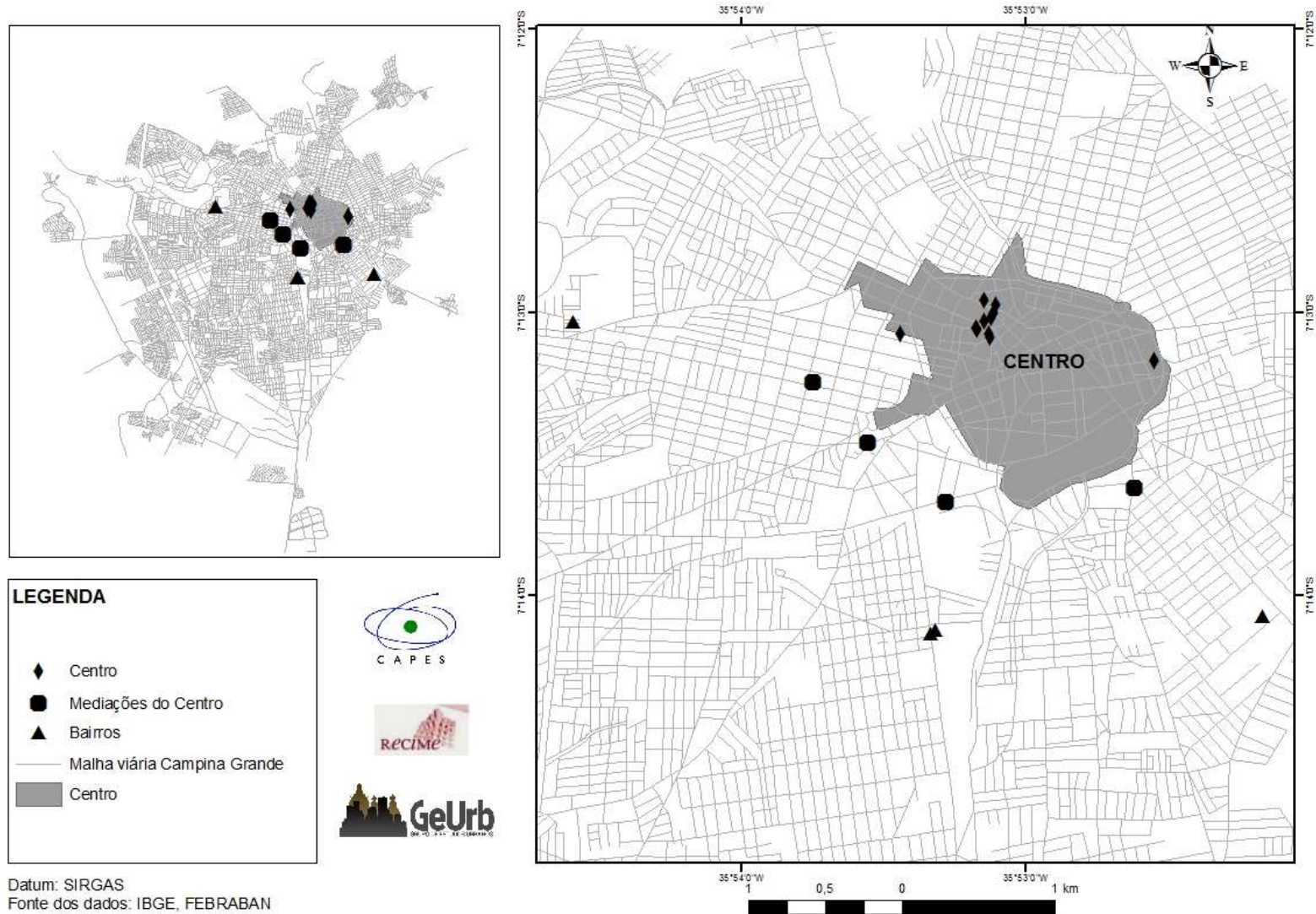
Para Spósito (1991), o fechamento de agências bancárias em muitas cidades pequenas e, até mesmo, a centralização destas no centro principal das Cidades Médias, são elementos que reforçam cada vez mais a Centralidade do Centro, pois há necessidade de que a população possa convergir, ainda que uma vez em cada mês, até o Centro Principal.

De acordo com levantamento realizado no sítio eletrônico da Federação Brasileira de Bancos – FEBRABRAN⁸, há em Campina Grande sete tipos de bancos de natureza pública e privada, dentre eles: Banco do Brasil, Banco Santander, Banco do Nordeste, Banco Itaú, HSBC, Banco do Bradesco e Caixa Econômica Federal. Esses bancos estão distribuídos em 24 agências, além dos Postos de Atendimento Eletrônico – PAE e dos caixas eletrônicos.

A concentração das agências bancárias é maior no Centro e nas suas imediações, havendo apenas duas agências mais afastadas do Centro, uma localizada no Partage Shopping e duas na Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. (Verificar no Mapa).

⁸ <https://portal.febraban.org.br/> Acesso em: Novembro de 2016

Mapa 2: Concentração das Agências Bancárias em Campina Grande -PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

Conforme observado no Mapa 1, as agências estão mais concentradas no Centro, e esse é um dos vetores que reforça a sua centralidade, tendo em vista que o fechamento e até mesmo a inexistência de agências bancárias nas pequenas cidades que são polarizadas por Campina Grande e a baixa concentração nos bairros alimentam a necessidade de convergência até o centro.

Dentre os bairros mais populares da cidade, o Bairro da Liberdade é o que concentra duas agências bancárias. As demais estão localizadas dentro da delimitação do centro ou em bairros próximos, como é o caso do Bairro da Prata e o São José.

No Shopping Center e na Universidade Federal de Campina Grande estão localizadas agências de distintas naturezas que cumprem funções específicas. Na Universidade, as agências atendem as demandas da comunidade docente e estudantil, já no Shopping, os serviços bancários se destinam à parcela da população que frequenta o ambiente com mais continuidade.

A distribuição das agências bancárias na estrutura urbana revela como o Centro expressa sua centralidade, seja na escala da cidade ou da rede urbana. Esse fato afirma que o Centro cumpre demandas que outras áreas centrais existentes não conseguem atender, bem como afirma a inexistência de áreas centrais com papéis similares.

1.4. Os Processos de Reestruturação em Campina Grande – PB

Os processos de reestruturação são mais perceptíveis em determinadas áreas da cidade, principalmente naquelas onde ocorre um maior investimento produtivo, no que se refere à forte concentração da produção imobiliária e dos grandes equipamentos comerciais.

Em Campina Grande, a concentração desses investimentos se dá, sobretudo, na porção leste da estrutura urbana, que, recentemente, vem passando por significativas alterações urbanas e morfológicas. Estas se efetivam a partir da produção imobiliária, com os espaços residenciais fechados e os condomínios horizontais e através da chegada dos grandes equipamentos comerciais.

Nessa porção da estrutura urbana verifica-se fortes investimentos do Estado, que oferece uma infraestrutura logística, no que se refere à abertura de vias, implementação de rodovias e de “alças” que servem para facilitar o fluxo e a mobilidade espacial nessa área da cidade.

A criação da alça leste, juntamente com a chegada de grandes espaços residenciais como o *Alpha Ville*, vem alimentando um processo de reestruturação em Campina Grande, aliado a esses investimentos o surgimento dos Atacarejos, Hipermercados e Shopping Center que redefine a lógica da centralidade na escala intraurbana.

Figura 4: Reestruturação Urbana e da Cidade: Alça Leste



Fonte: Secretária de Planejamento Urbano – SEPLAN/Campina Grande

De acordo com os dados do Projeto da Secretaria de Planejamento Urbano, a alça leste possuirá uma extensão de 6,1km, interligando a BR 230 na altura do Hotel Garden à Rua Gonçalves Dias. A avenida trará benefícios aos moradores da Zona Leste, mais especificamente dos bairros Mirante, Nova Brasília, José Pinheiro e Monte Castelo, pois facilitará a acessibilidade desses moradores aos seus locais de trabalho e de moradia. No recente processo de reestruturação, a abertura da alça leste, aliado

aos fortes investimentos produtivos, redefine a lógica das novas centralidades. (Fotografia 6 – Construção da Alça Leste)

Fotografia 5: Construção da Alça Leste



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Essa porção da estrutura urbana passa a concentrar fortes investimentos produtivos que se ligam a uma das principais avenidas da cidade, a Avenida Severino Bezerra Cabral. Nas imediações desses bairros estão os maiores empreendimentos comerciais da cidade, a exemplo do Extra Hipermercado, Shopping Center Partage, Makro Atacado e o Atacadão.

Esses empreendimentos redefinem a lógica da centralidade no espaço intraurbano, pois atendem a distintas demandas locais e regionais. A sua instalação nessa área da cidade muda as práticas de consumo de uma dada população, pois esses espaços tornam-se principais centros de consumo. O Centro mantém o seu papel de principal centralidade e também se reestrutura à medida que recebe novos estabelecimentos comerciais e adequa-se a distintos padrões de consumo, capaz de atender as demandas de toda a população da cidade e da rede urbana. (Fotografias 6 e 7 – Makro Atacado e Hipermercado Extra).

Fotografia 6: Makro Atacado – Av. Senador Argemiro de Figueiredo



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Fotografia 7: Hipermercado Extra – Av. Severino Cabral



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Nesse sentido, torna-se cada vez mais complexo compreender a produção do espaço urbano, tendo em vista que essas novas lógicas alteram as formas de produção/organização do espaço. Para isso, é necessário articular outras discussões, no que se refere a centralidade e suas múltiplas dimensões, sendo assim será apresentado na próxima seção deste trabalho a produção do espaço urbano a partir das novas áreas centrais e das novas centralidades.

CAPÍTULO II:
**A Produção do Espaço Urbano: centralidades e
novas áreas centrais**

A análise da produção do espaço urbano pode ser realizada se utilizando de enfoques, dentre eles foi eleito a centralidade, com base nos conteúdos, relações e fluxos que propiciam a conformação de áreas com concentração de estabelecimentos que exercem influência para outros espaços, mediante os potenciais de consumo e localização. A partir dos padrões locacionais dos estabelecimentos comerciais, será revelado neste capítulo as reestruturações morfológicas, produtivas e espaciais ocorridas na cidade, com base no surgimento/conformação de áreas centrais.

Inicialmente será apresentada a classificação da Cidade de Campina Grande como Capital Regional de nível B, levando em consideração os estudos da Região de Influência das Cidades – REGIC. Este ponto inicial apresenta uma discussão sobre o papel da cidade na rede urbana e os elementos que ampliam e reforçam a centralidade na escala regional, neste caso, os serviços de saúde e educação. A opção pela discussão do papel regional da cidade serve para embasar os pontos posteriores que tratarão da dinâmica intraurbana e a relação dos serviços com a centralidade.

Além dos serviços, serão identificadas e discutidas as grandes estruturas comerciais, tais como: Atacarejos, Supermercados e Shopping Center que, mediante as suas lógicas e padrões de estruturação e consumo, dão base para compreender os processos de reestruturação urbana e da cidade.

Por fim, realizamos a discussão das áreas centrais, que são caracterizadas pela concentração dos estabelecimentos, demandas, potenciais de consumo e condições de acessibilidade. Dentre essas áreas, serão apresentadas as vias comerciais, que na estrutura urbana funcionam como vias de circulação e acesso aos bairros que possuem forte concentração de estabelecimentos comerciais e as vias comerciais de bairro que funcionam como pequenas áreas comerciais e de serviços que atendem às demandas diárias da população.

Na identificação das áreas centrais é apresentado o Centro do Bairro das Malvinas, objeto de estudo desta pesquisa. Essa identificação está pautada sob as condições de localização e as principais características morfológicas e funcionais do Centro de Bairro. Como aporte para a discussão sobre a centralidade intraurbana e as formas de organização das áreas centrais, serão utilizados mapas para espacializar os estabelecimentos comerciais e de serviços e as áreas centrais, com o

objetivo de compreender os seus distintos padrões locacionais e a estruturação da cidade.

2. A Cidade de Campina Grande como Centro Regional

A cidade de Campina Grande-PB⁹ enquanto Centro Regional do interior da Paraíba exerce significativa influência para diversas microrregiões do estado, dentre elas: Brejo, Cariri, Curimataú, Seridó e Sertão¹⁰. Sua centralidade é justificada pelos serviços oferecidos, saúde e educação, bem como, pelo comércio. De acordo com a Região de Influência das Cidades (2007), Campina Grande é a principal cidade com papéis centrais do interior da Paraíba.

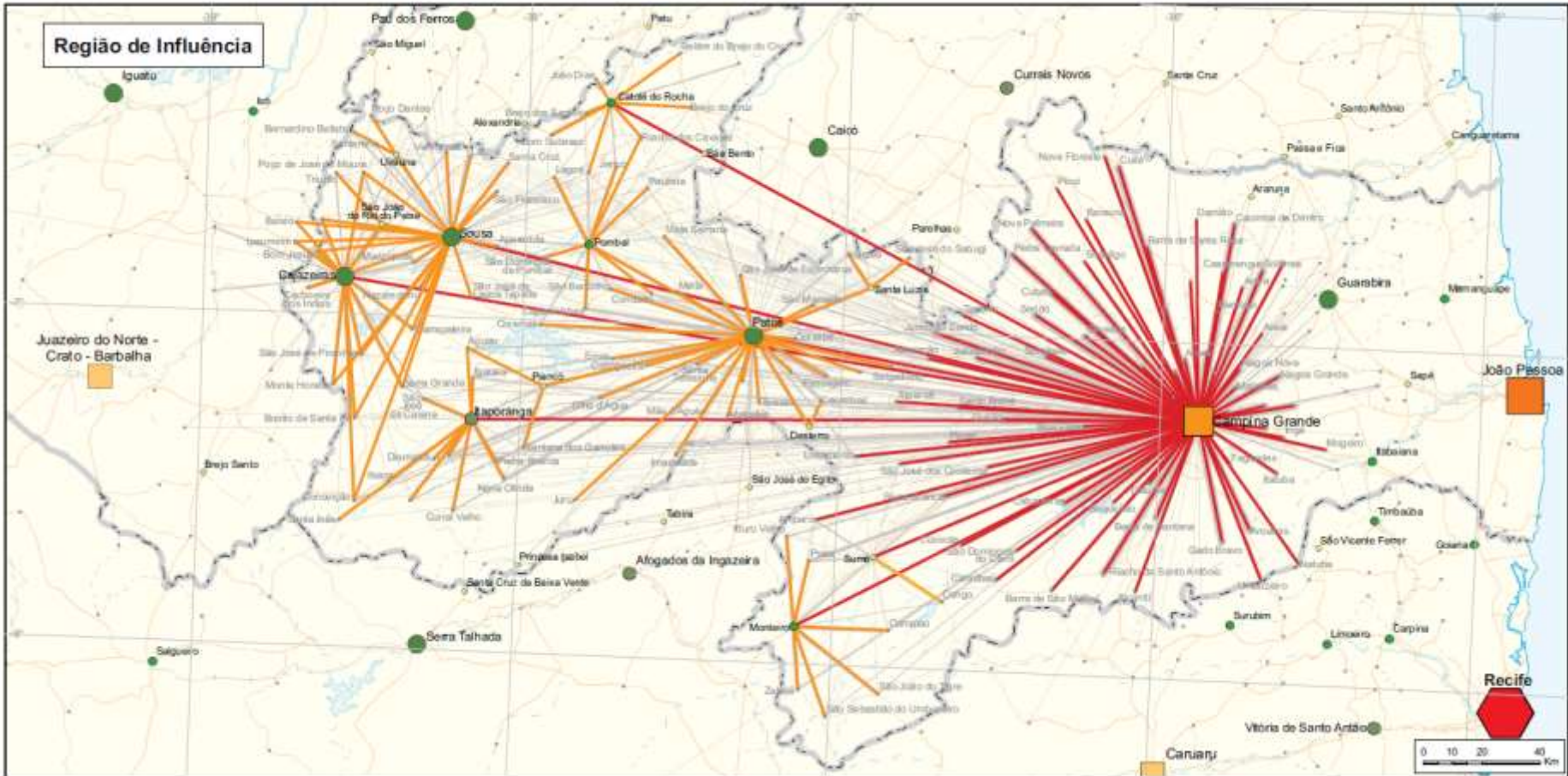
De acordo com os estudos realizados pela REGIC (2007), Campina Grande é classificada como Capital Regional de nível B, essa classificação se refere às cidades com capacidade de gestão inferior às metrópoles e às “capitais regionais A” e tem área de influência em âmbito regional. Segundo os dados apresentados nesse estudo integram este nível 70 centros que, como as metrópoles, também se relacionam com o estrato superior da rede urbana.

Com capacidade de gestão no nível imediatamente inferior ao das metrópoles, têm área de influência de âmbito regional, sendo referidas como destino, para um conjunto de atividades, por grande número de municípios. A partir dessa capacidade de gestão e da concentração dos serviços de alta complexidade, a cidade justifica seu papel de Centro Urbano com acentuada centralidade na rede urbana de todo o estado da Paraíba.

⁹ 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 dos 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 a se chamar, Campina Grande. (DINIZ, 2010, p.22)

¹⁰ Refere-se as delimitações regionais do estado da Paraíba que de acordo com o IBGE está subdividido em 23 Microrregiões e 4 Mesorregiões. De acordo com a Regionalização do IBGE de 2017, que adota como critério a hierarquia urbana, Campina Grande está localizada na região intermediária e imediata de Campina Grande, sendo a segunda composta por 47 municípios.

Figura 5: Região de Influência de Campina Grande-PB



Fonte: Documento REGIC, 2007.

Segundo Corrêa (1989), a rede urbana é “o conjunto funcionalmente articulado de centros que se forma na estrutura territorial onde se verifica a criação, apropriação e circulação do valor excedente” (CORRÊA, 1989, p. 82). Para o autor, a rede urbana, devido a sua complexidade, pode ser considerada como um reflexo, à medida que diante das vantagens locacionais diferenciadas, verifica-se a hierarquia urbana e a especialização funcional que define o Centro Urbano.

Mediante as condições de localização e da especialização funcional, o Centro Urbano passa a configurar sua centralidade regional, entendida com base nos fluxos e relações que são estabelecidos com o conjunto de cidades que estão nas suas mediações, ou seja, na sua rede urbana. Por esse fato, Campina Grande constitui-se como um Centro Urbano Regional, pois estabelece relações e fluxos com grande parte das cidades do estado da Paraíba e de outros estados da Região Nordeste.

Mediante as transformações ocorridas no espaço intraurbano, pode-se inferir que a cidade vem passando por um processo de reestruturação, dada a inserção de novos capitais e a atuação de diversos agentes. Esse processo vem ocorrendo em face de diferentes formas, dentre elas destaca-se a conformação de novas áreas centrais, como, por exemplo, as vias comerciais de Bairro, o Centro de Bairro e a constituição de novas centralidades entendidas a partir dos grandes equipamentos de consumo, tais como: Shopping center, Hipermercados, Atacarejos e as franquias, que foram responsáveis por reestruturar o comércio e a centralidade da cidade de Campina Grande.

Conforme já evidenciado, a centralidade constitui-se um atributo do espaço urbano e pode ser verificada sob diversas formas, sem, necessariamente, estar atrelada à noção de centro enquanto delimitação espacial. Em Campina Grande, a centralidade¹¹ é materializada não só pela realidade do Centro e da sua dinâmica, mas através dos serviços de educação e saúde dos grandes equipamentos de consumo compreendidos por Spósito (2013) como policentralidade, à medida que estas grandes estruturas têm a capacidade de exercer centralidade e não se configurar como inferior ao Centro, bem como das novas áreas centrais classificadas como Centro de Bairro e vias comerciais de bairro.

¹¹ O objetivo desta afirmação não é reduzir a centralidade apenas para este fato, no entanto, consideramos como importante para compreendê-la na escala intraurbana.

Os serviços conformam centralidade em diversas escalas, seja na dimensão do intraurbano ou do interurbano. Estes ampliam e reforçam o papel da cidade na rede urbana a partir da disponibilização de estabelecimentos destinados à oferta de saúde, educação, entre outras. Pela lógica dos serviços amplia-se o debate da centralidade na escala da rede urbana, uma vez que esses elementos além de complexificarem as formas de organização da estrutura urbana, servem para ampliar e reforçar o papel da cidade no contexto regional.

Os grandes equipamentos comerciais exercem centralidade para além do Centro e não se constituem de forma inferior a ele. Em Campina Grande, as grandes estruturas comerciais, no caso dos Hipermercados, Atacarejos e Shopping Center, são tendências recentes que reforçam a centralidade da cidade e complexificam a estrutura urbana em termos de diversificação comercial.

Até a primeira década do Sec. XXI, conforme observou Diniz (2009), a diversidade de estabelecimentos esteve limitada aos supermercados, pequenos mercadinhos, bodegas, dentre outras tipologias comerciais. No entanto, mediante o avanço do capital e da reestruturação da cidade, no que se refere à forte produção imobiliária e ao surgimento de uma população consumidora com potenciais de consumo condizentes ao *mix* oferecido por essas estruturas, ocorreu a chegada de grandes equipamentos que passaram a se concentrar em localizações específicas e estratégicas, ou até mesmo periféricas, pois em muitos casos esses grandes equipamentos de consumo se localizam em áreas mais afastadas do Centro e das áreas centrais, em virtude da necessidade de espaço para estacionamento, estoques e descarga de mercadorias.

Esses equipamentos comerciais tendem a se localizar próximos às vias comerciais, margens de BRs ou avenidas importantes que cortam a estrutura urbana. A centralidade dessas grandes estruturas comerciais é reforçada pelas demandas de consumo, potencial de localização e condições de acessibilidade, uma vez que o público consumidor que se dirige até estes equipamentos procura novas alternativas para realização do consumo, assim como melhores condições de deslocamento.

As áreas centrais em suas diferentes materializações são caracterizadas pela concentração de estabelecimentos comerciais na extensão de ruas, vias, ou em conjunto de ruas. Essas áreas exercem papéis centrais em distintas escalas, variando

de acordo com a tipologia comercial encontrada, como também pelo seu potencial de localização e das demandas de consumo.

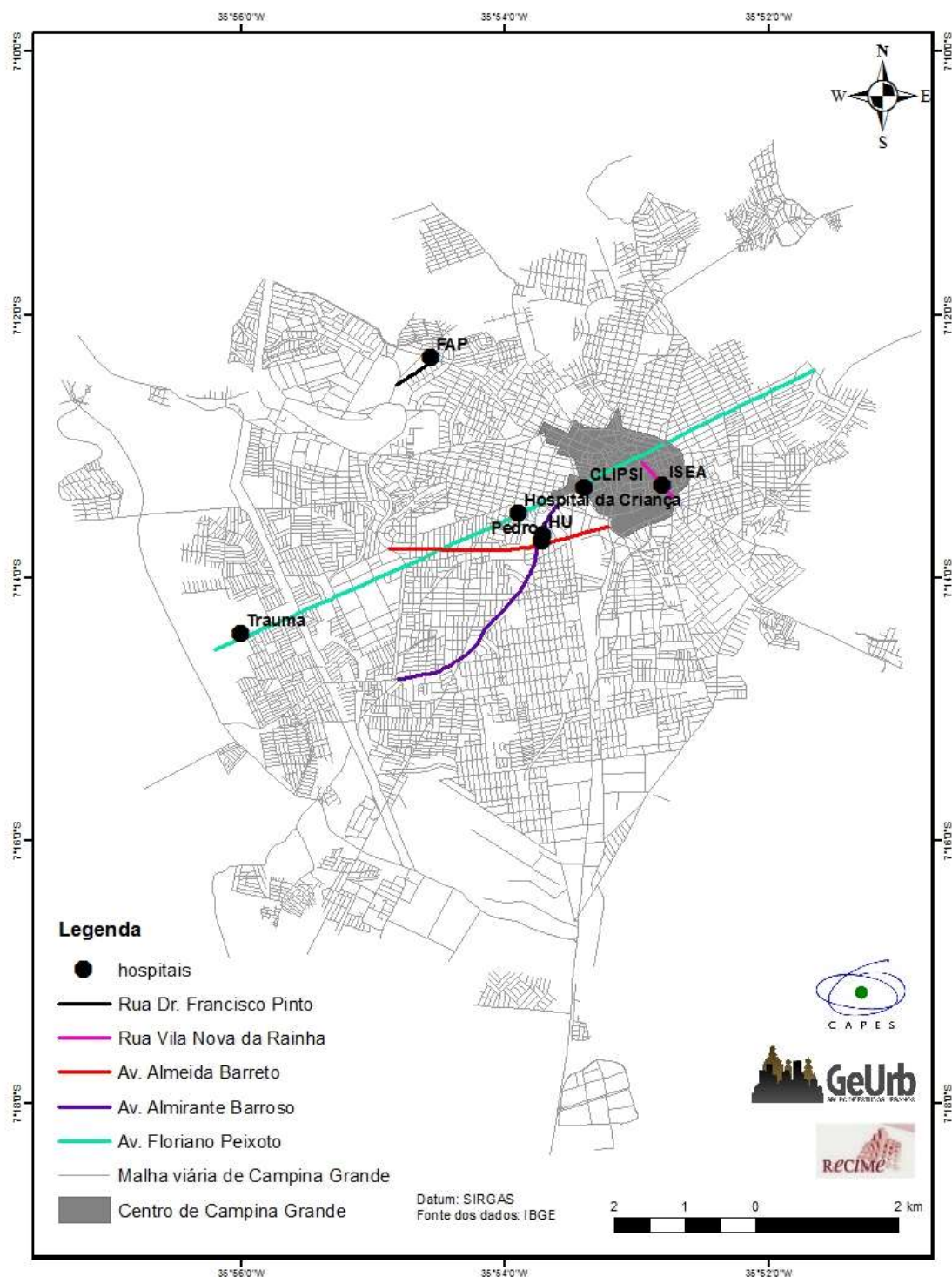
2.1. Os Serviços de Educação e Saúde e a Organização do Espaço Intraurbano de Campina Grande-PB

Em Campina Grande os serviços são elementos importantes para reforçar a centralidade da cidade nas escalas intraurbana e interurbana. A concentração dos serviços de educação e saúde de alta complexidade reforça a centralidade de Campina na rede urbana paraibana, bem como fortalece o papel da cidade enquanto Centro Regional de forte influência para o estado da Paraíba e outros estados da Região Nordeste.

Os serviços de saúde públicos e privados da referida cidade ampliam o seu papel na rede urbana. Conforme afirma Araújo (2012), “o fenômeno da centralidade dos serviços de saúde em Campina Grande é responsável por fluxos que contribuem para afirmação da importância da cidade em um contexto estadual e regional” (ARAÚJO, 2012, p. 102).

De acordo com os levantamentos realizados em campo, verificou-se em Campina Grande a existência de importantes hospitais públicos com demanda regional, como, Hospital Pedro I, Hospital da Clípsi, Hospital Universitário Alcides Carneiro – HU, Hospital Dom Luiz Gonzaga Fernandes – Hospital de Trauma, Hospital da Criança, Hospital da FAP, Instituto Epídio de Almeida. (maternidade).

Mapa 3: Especialização dos principais serviços de saúde em Campina Grande-PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

Os Hospitais identificados no Mapa 2 são referência no estado da Paraíba e na cidade de Campina Grande por oferecerem algumas especialidades como: tratamentos de quimioterapia, atendimento de urgência, saúde da criança, saúde da mulher, maternidade. Conforme observado no Mapa, a concentração desses hospitais está, em grande parte, no Centro ou nas suas imediações, como também em vias importantes, como é o caso da Av. Floriano Peixoto, que concentra grande parte dos estabelecimentos de saúde.

Observa-se que apenas dois estabelecimentos de saúde, Hospital da FAP e Hospital de Trauma, estão localizados em outras áreas da cidade, um no Bairro de Bodocongó, considerado como cidade universitária, e outro no Bairro das Malvinas, objeto de estudo da pesquisa apresentada. No entanto, pode-se considerar que o Bairro da Prata, localizado de forma imediata e periférica ao centro, apresenta uma forte presença de serviços de saúde particulares como, por exemplo, clínicas, hospitais e laboratórios.

Com base nas informações e na representação do Mapa 2, pode-se inferir que o processo de descentralização dos estabelecimentos públicos de saúde ainda é lento, pois apenas dois Hospitais Públicos estão localizados em bairros mais distantes do Centro. O Hospital de Trauma, localizado no bairro das Malvinas, teve sua instalação realizada no ano de 2010. A instalação desse equipamento de serviço público possibilitou a expansão territorial do bairro e alimentou o processo de estruturação da cidade. Além disso, dinamizou os fluxos dentro da cidade, especificamente na via onde está localizado, colaborando na conformação do Centro de Bairro.

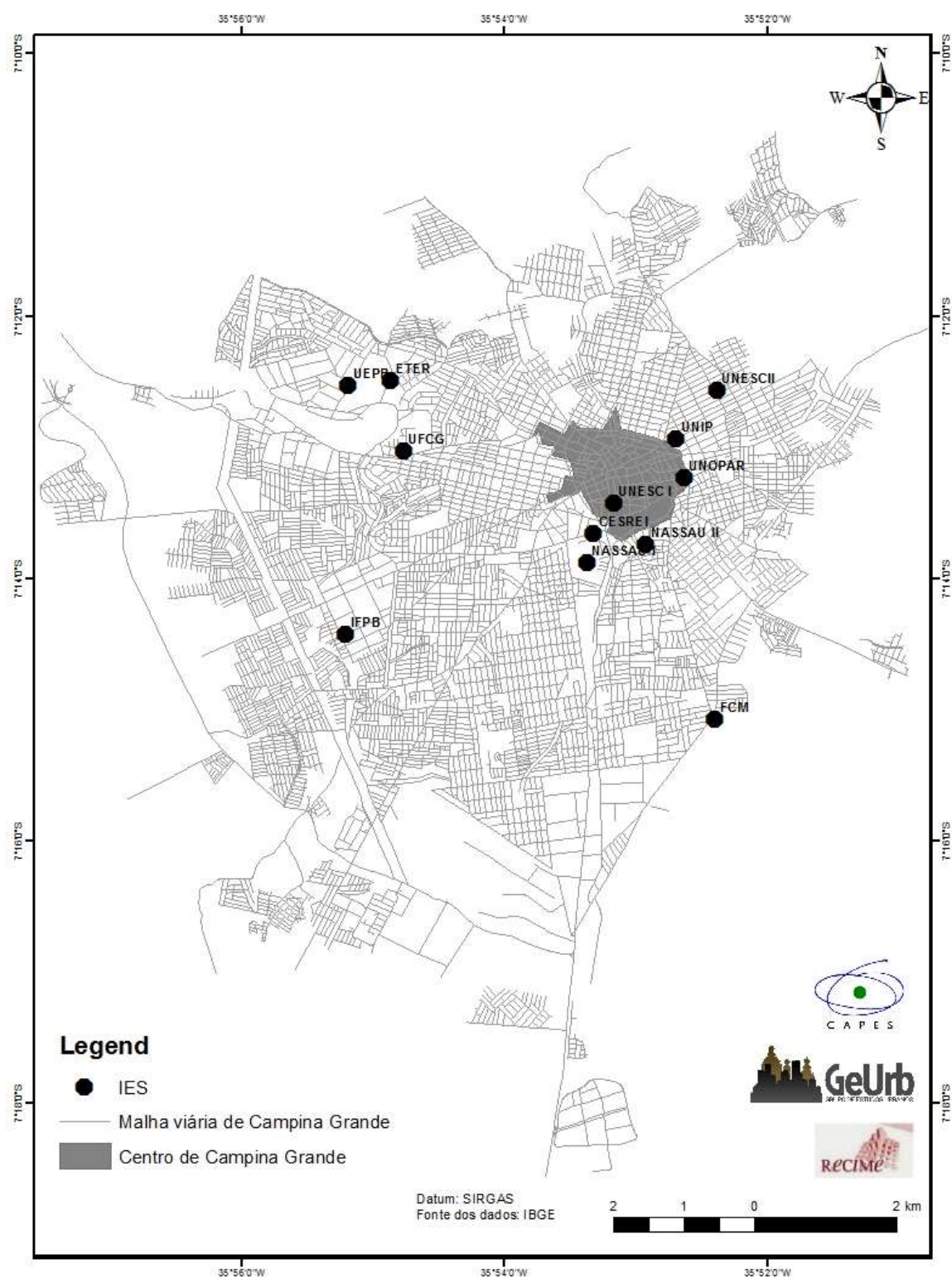
No tocante aos serviços de educação, Campina Grande é considerada como polo universitário. Recebe essa denominação por concentrar um número expressivo de Instituições de Ensino Superior- IES, de natureza pública e privada. De acordo com Araújo (2012), a cidade passou a receber investimentos nesse setor no momento em que se iniciou uma diminuição gradativa das atividades econômicas, chegando a atingir uma quase estagnação na metade do século XX.

Para o referido autor, esse declínio econômico se deu em virtude do fim da economia algodoeira. Com isso, ocorreram fortes incentivos da elite local para

instalação da primeira universidade na cidade.¹² Atualmente, Campina Grande, se destaca pela existência de duas IES públicas e um Instituto Federal: Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e o Instituto Federal da Paraíba (IFPB). Além das instituições privadas: Faculdade Maurício de Nassau (UNINASSAU), União de Ensino Superior de Campina Grande (UNESC), Faculdade de Ciências Médicas (FCM), Faculdade Reinaldo Ramos (CESREI), Universidade do Norte do Paraná (UNOPAR), Universidade Paulista (UNIP), além da Escola Técnica Redentorista (ETER). (Mapa 3 – Espacialização das Instituições de Ensino Superior em Campina Grande-PB).

¹² De acordo com Araújo (2012) a instalação do primeiro estabelecimento de ensino na cidade de Campina Grande se deu por volta dos anos 1950 com a escola Politécnica, embora neste mesmo período já houvesse fortes mobilizações da comunidade local para que fosse instalado o ensino superior. Somente em 1960, a partir de articulações entre o poder público municipal e da igreja, foi fundada a primeira universidade, Fundação Universitária de Apoio ao Ensino – FURNE, que foi estadualizada em 1980 passando a se chamar Universidade Estadual da Paraíba.

Mapa 4: Principais instituições de ensino superior em Campina Grande-PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

As IES reforçam a centralidade regional e ampliam as possibilidades de reprodução do capital na cidade, pois conforme, já identificado por Araújo (2012), essas instituições atraem população oriunda de todo o interior do estado e até de outras regiões brasileiras.

A implantação das IES nas cidades interioranas do estado da Paraíba, assim como em todo o Brasil, se deu em virtude das políticas de descentralização dos campus universitários e do Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades-REUNI, formulado e executado no governo do Presidente Lula. De acordo com Paiva (2015), as medidas desse plano de expansão facilitaram o acesso à educação e, conseqüentemente, à profissionalização, até então muito concentrada.

Aliado a expansão das universidades, ocorreu a ampliação do número de consumidores e do potencial de consumo nas cidades, elemento que afirma o aumento e a diversificação de estabelecimentos comerciais, bem como a constituição de áreas centrais e novas centralidades que alteram a estrutura urbana.

Para Sanfeliu (2011), além dos efeitos tecnológicos, econômicos e empresariais, a universidade, em sua localização física, imprime mudanças espaciais na estrutura urbana. Em relação a esse fato, a autora aponta que as sedes universitárias são grandes geradoras de centralidade, uma vez que articulam fluxos e mobilidade, atraem mais dinâmica social e geram efeitos multiplicadores nas diversas localizações das atividades econômicas.

A construção e ampliação das IES propiciou alterações morfológicas significativas, pois, como pode-se constatar, a construção do IFPB e a ampliação da UFCG foram responsáveis por estruturar áreas da cidade em que ainda não existia uma forte produção imobiliária, como é o caso do Bairro de Bodocongó, onde estão localizadas as duas maiores IES públicas.

Segundo Sanfeliu (2011), as sedes universitárias funcionam como qualificadores dos setores em que se implantam, no sentido físico, social e cultural. Para a autora, as universidades se inserem facilmente nas estratégias de dinamização urbana, pois geram uma nova centralidade e contribuem na recuperação e mudança do espaço urbano, do campus e dos seus arredores. Além disso, na escala do conjunto urbano, os campus e sedes universitárias, se convertem em catalisadores do crescimento e, em outras, participam da consolidação dos entornos urbanos em que se implantam.

No que se refere à localização dessas instituições, podemos inferir mediante a representação do Mapa 3, que os padrões locais são distintos, uma vez que as instituições públicas estão localizadas em áreas mais distantes do Centro, enquanto que as instituições particulares, com exceção da Faculdade de Ciências Médicas, estão alocadas no Centro principal ou nas suas imediações. A FCM localiza-se em uma via de acesso aos bairros do Catolé e Mirante, que, conforme apresentado anteriormente, é uma área de forte concentração de capital e de grandes empreendimentos comerciais e uma densa produção imobiliária.

Fotografia 8: Faculdade de Ciências Médicas



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Essas instituições atendem públicos distintos. As públicas recebem grande quantidade de alunos oriundos de outros estados/regiões que buscam, principalmente, os cursos voltados para área tecnológica, já que a cidade em análise é referência nessa área do conhecimento, enquanto as privadas recebem um expressivo número de alunos do interior do estado que foram beneficiados a partir do Fundo de Financiamento Estudantil (FIES) e buscam pelos cursos na área de saúde.

Através dos serviços, Campina Grande reforça e amplia sua centralidade. Primeiramente, pela forte demanda existente em todo o estado da Paraíba. A população de áreas mais distantes, como é o caso do Sertão, que necessita dos serviços de educação e saúde e pela expressiva presença das instituições e estabelecimentos de saúde de natureza pública e privada.

2.2. Hipermercados, Shopping Center e Atacarejos

As grandes estruturas comerciais (Hipermercados, Shoppings Centers e Atacarejos) explicam, de forma clara, a materialização do capital e as alterações da estrutura urbana, bem como os processos de reestruturação urbana e da cidade. Esses grandes equipamentos comerciais são instalados na cidade por grandes capitais e estruturam o espaço urbano a partir de diferentes lógicas e padrões de localização. De acordo com Salgueiro(1989), os Hipermercados:

São estabelecimentos comerciais de maior dimensão, com superfície de venda superior a 2.500 m², que oferecem um vasto leque de produtos alimentares e de consumo corrente, exclusivamente com predomínio do livre serviço, e dispõem de um parque de estacionamento para clientes. (SALGUEIRO,1989, p. 152)

Os Hipermercados são estruturas comerciais que surgiram na Europa , aproximadamente nos anos de 1960. Conforme escreve Salgueiro (1989), esses estabelecimentos aparecem quase sempre na coroa suburbana ou periurbana, por vezes em espaços desligados das zonas habitacionais. Tal fato justifica-se pela estrutura física desses equipamentos que requer espaços maiores do que os que estão disponíveis nas áreas centrais, bem como pelo preço do solo urbano, que é menor em áreas mais afastadas do Centro e de outras áreas habitacionais da cidade.

Para Ortigoza (2010), o Hipermercado, devido ao seu tamanho e estratégia de localização, propicia uma nova estruturação para o espaço urbano, já que faz uso de grandes superfícies para sua atividade comercial. A autora destaca que os Hipermercados se constituem como estratégias de varejo com grande potencial administrativo, pois conseguem se manter competitivos devido à diversidade de produtos, preços promocionais e facilidades de crédito.

A estratégia do Hipermercado difere completamente dos Supermercados, visto que os Supermercados não assinalam esta competitividade ou possuem grande potencial administrativo. Além disso, a própria estrutura física de ambos os estabelecimentos revela o seu padrão organizativo, que quando comparados são extremamente diferentes.

O Hipermercado altera também a lógica das práticas de consumo e de abastecimento, pois a sua localização possibilita mudanças significativas no planejamento para o consumo de produtos destinados às primeiras necessidades. Conforme expõe Cachinho e Salgueiro (2016), as compras de bens para necessidades básicas de uso quotidiano passam a ocorrer de forma concentrada e

longe da residência, obrigando um deslocamento de automóvel e no padrão mais comum.

Dessa forma, os Hipermercados representam uma outra alternativa para o consumo. O grau de atração desses empreendimentos se expressa pela diversificação de produtos, condições de pagamento e pela lógica da centralidade que é definida a partir do seu potencial de localização em determinada estrutura urbana.

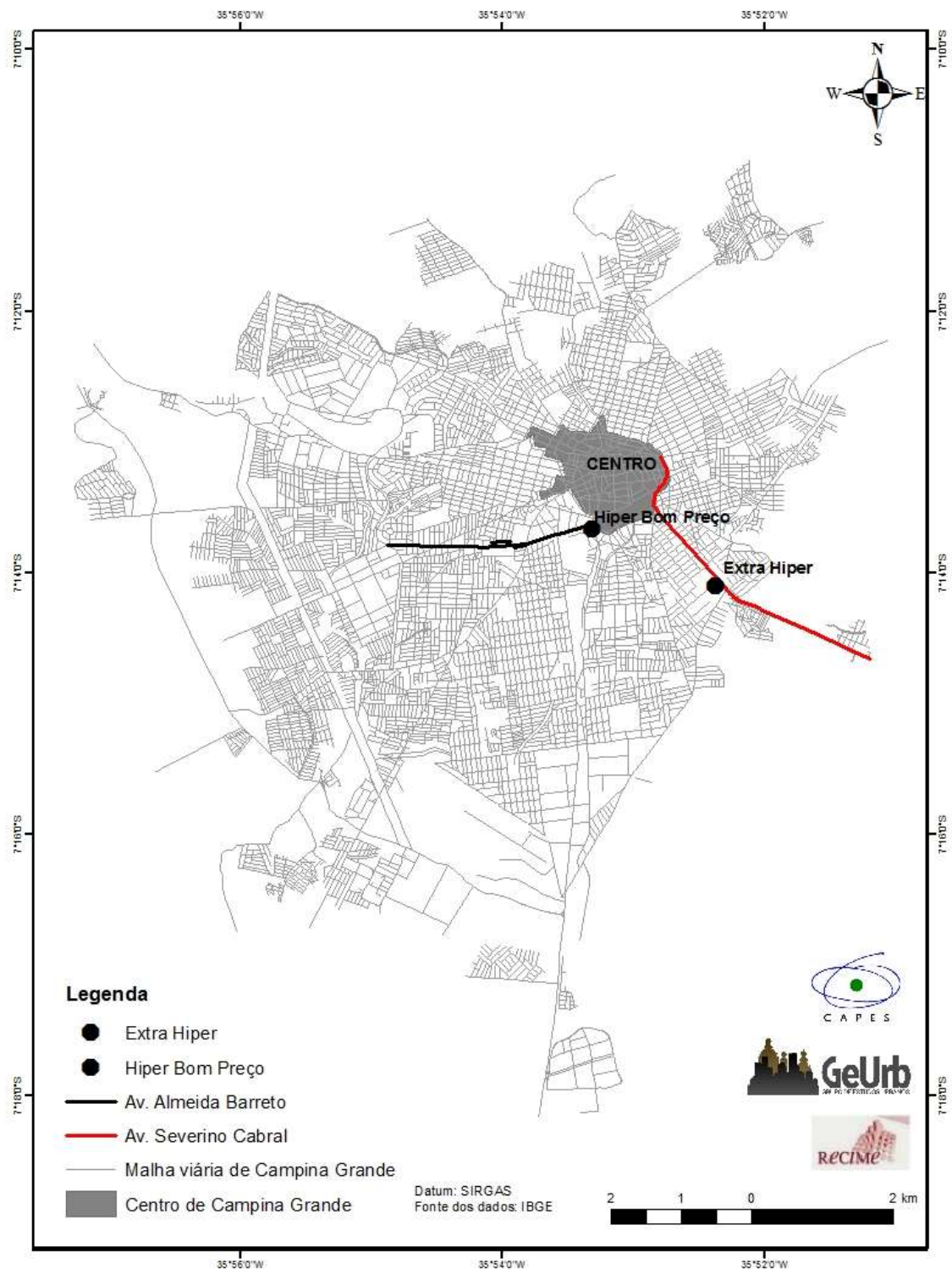
Dentre as tipologias de estabelecimentos comerciais existentes em Campina Grande, verificou-se ainda a presença de Minimercados e Supermercados. Sobre os Minimercados Salgueiro(1989) escreve que:

Os Minimercados são produto da evolução da mercearia tradicional, encontrando-se ao alcance do pequeno comerciante, os supermercados aparecem integrados a uma cadeia e os hipermercados exigem um volume financeiro só acessível a uma empresa poderosa ou a um consórcio, assumindo com frequência expressão supranacional. (SALGUEIRO, 1989, p.174)

Os Minimercados e os Supermercados são estabelecimentos comerciais comumente localizados nos bairros, principalmente os minimercados que utilizam de padrões organizacionais bastante distintos e peculiares para o comércio de Bairro. Os Supermercados são fruto de lógicas diferenciadas, porque o seu padrão de organização, a área territorial ocupada, os produtos, as formas de pagamento, facilidades de crédito e até mesmo as articulações que estabelecem com outros estabelecimentos, como é o caso das redes comerciais, configuram um novo padrão organizativo de estabelecimento comercial neste ramo. Além disso, os Supermercados são estabelecimentos que se localizam nos bairros e no Centro, concentram-se também em áreas da cidade que não possuem condições centrais consolidadas.

No que se refere aos Hipermercados, identificou-se em Campina Grande a existência de três: Hiper Bompreço Centro, Hiper Bompreço Shopping Center Partage, e Extra Hiper.

Mapa 5: Hipermercados em Campina Grande-PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

O Hipermercado Hiper Bompreço, localizado no Centro, atende à demanda da população que utiliza o comércio e os serviços da cidade diariamente, seja ela da cidade ou de outras cidades, já os Hipermercados localizados próximo ao Shopping Center e nas suas imediações, O Hiper Bompreço e o Extra Hiper, atendem à demanda da população local, como por exemplo, aquela população que reside em espaços residenciais fechados, condomínios e em bairros próximos ao Shopping, ou até mesmo de outras cidades que estão inseridas na rede urbana campinense.

Esses equipamentos comerciais atendem desde as necessidades básicas até os serviços bancários, franquias de alimentação, etc. Sua estrutura é dotada de um conjunto de funcionalidades, na qual o consumidor consegue consumir produtos e serviços diversos em um único espaço, conforme apresentado na Fotografia 9: interior do Hipermercado Extra.

Fotografia 9: Loja Cacau Show no Interior do Hipermercado Extra



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

A inserção de outros tipos de estabelecimentos, produtos e marcas tende a complexificar a organização do Hipermercado e redefine a lógica da centralidade. Conforme Sales (2014), a conformação dos estabelecimentos de franquias, como é o caso apresentado, além de redefinir a centralidade conforma um centro de consumo em potencial, que mesmo apresentando outros tipos de estabelecimentos em seu interior não perde a sua especificidade. O Shopping Center, de acordo com a Associação Brasileira de Shopping Centers – ABRASCE, o Shopping Center:

É um centro comercial formado por um grupo de estabelecimentos de comércio essencialmente varejistas, planejado e desenvolvido como uma única propriedade e gerido de forma centralizada, possuem Área Bruta Locável - ABL, normalmente, superior a 5 mil m², formados por diversas unidades comerciais, com administração única e centralizada, que pratica aluguel fixo e percentual e dispõe de vagas de estacionamento compatível com sua área de vendas. (<http://www.abrasce.com.br/>)

Segundo Pintaui (1992), o Shopping Center surgiu no período do pós guerra, quando os Estados Unidos conheceu o intenso processo da expulsão cosmopolita, já no Brasil esses centros comerciais tiveram suas primeiras unidades instaladas nas metrópoles no início dos anos 1980 e seguiu as tendências da oligopolização para reprodução do capital, em andamento no país desde o decênio anterior. Para Silva e Gonçalves (2001), o shopping center é entendido como um fenômeno moderno da sociedade capitalista, que tem tido repercussões na forma de viver da sociedade urbana. Sendo que, o cotidiano é perpassado, cada vez mais, pela artificialidade destes espaços privados.

De acordo com a ABRASCE, no Brasil esses empreendimentos comerciais são classificados em dois tipos: Tradicional (Mega, Regional, Médios e Pequenos) ou Especializado que correspondem aos *Outlet*, *Life Stile* ou Temáticos (Grandes, Médios e Pequenos). O critério utilizado para definir o tamanho é a ABL, que varia de acordo com a tipologia e o porte. Mediante essa classificação, o Partage Shopping Campina Grande corresponde ao nível Tradicional/médio com ABL de 21.747 m².

A localização do Shopping Center é um fator imprescindível para o seu sucesso, escreve Moacyr (1997), que os estudos precedentes à instalação leva em consideração a área de influência do empreendimento a partir de alguns indicadores, como: densidade demográfica, renda, hábitos de consumo e lazer da população, distância de outros centros comerciais, levantamento e mapeamento do comércio local e da concorrência, condições de acesso (infraestrutura), potencial de consumo e concorrência futura.

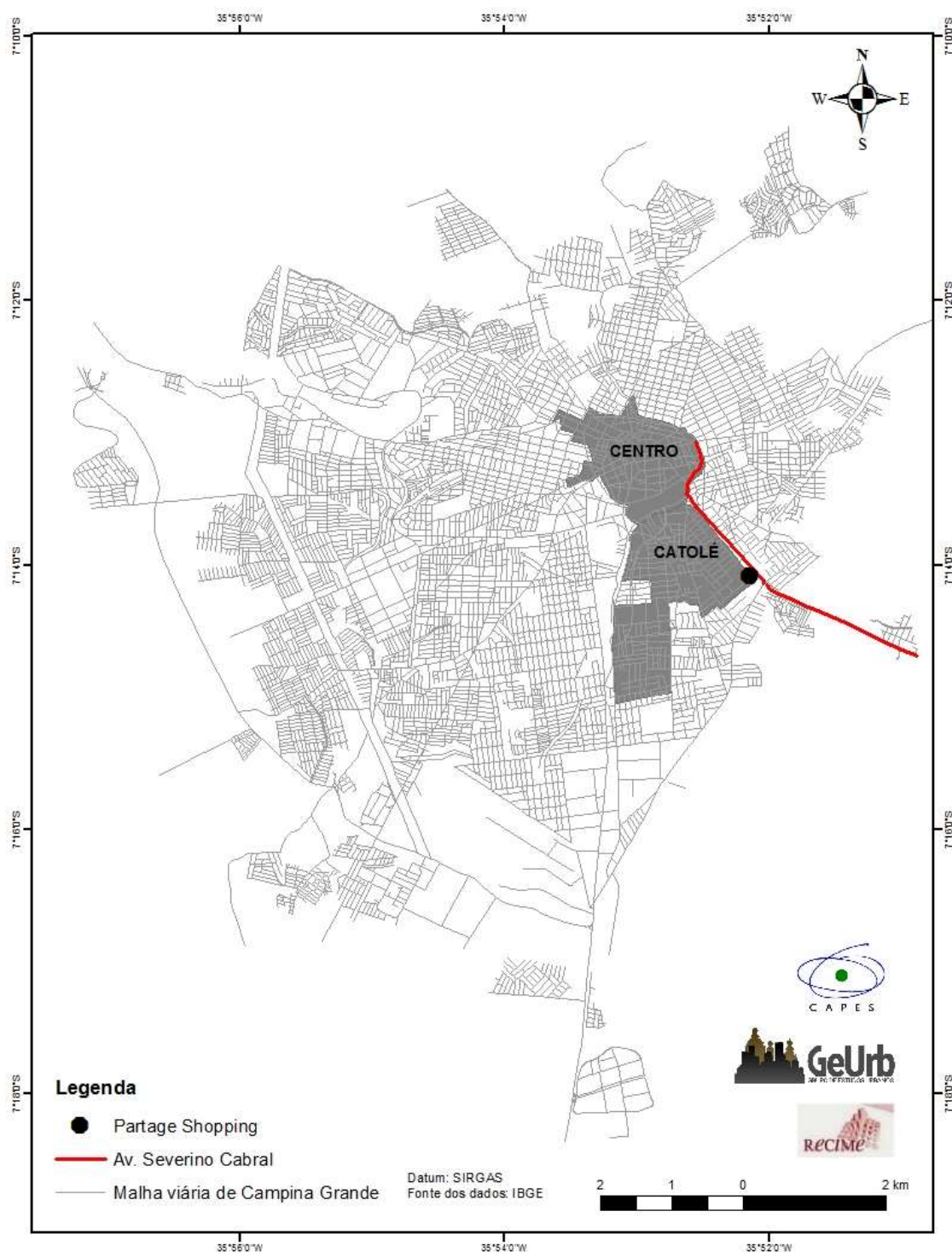
O Partage Shopping Campina Grande¹³ está localizado em uma das principais avenidas que corta a estrutura urbana – Avenida Severino Bezerra Cabral - Bairro do Catolé – e foi instalado desde o ano de 1999, aproximadamente 17 anos. Sua

¹³ O Partage Shopping (antes denominado de Boulevard Shopping) é o maior centro comercial do interior do estado da Paraíba. Em 07 de Abril de 2014 o Grupo Partage alterou o nome dessa estrutura comercial para Shopping Center Partage. A origem do nome Partage vem do idioma francês, que significa partilhar, alinhado com o slogan da empresa “Transformando cidades e pessoas”.

localização deve-se, sobretudo, a importância desta via comercial que se verifica mediante a sua localização como ponto de entrada e saída da cidade, bem como pela sua interligação com o Centro.

Além disso, a localização do Shopping Center nesta via afirma lógicas voltadas para o cumprimento do papel regional da cidade, uma vez que o ponto de localização do Centro Comercial torna-se acessível para toda a população que se desloca do interior da Paraíba, como também para aqueles que estão na região mais próxima a Campina Grande.

Mapa 6: Localização do Partage Shopping Campina Grande-PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

De acordo a ABRASCE, o Partage Shopping ocupa uma área total de 47.104 m² com área construída de 2.486.476 m², possui um total de 92 lojas, sendo seis lojas âncoras: Hiper Bom Preço, Insinuante, Lojas Americanas, Marisa, Renner e Riachuelo. Recentemente, o Shopping Center Partage passou por reformas e conta com dois pisos de lojas, cinco salas de cinema e 806 vagas de estacionamento.

Fotografia 10: Shopping Center Partage



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Segundo a ABRASCE, o Shopping Center Partage atende consumidores dos níveis A, B, C e D, sendo em sua maioria do nível B e C. De acordo com os dados disponíveis no sítio eletrônico da associação¹⁴, temos a seguinte distribuição: Classe A: 9%; Classe B: 29%; Classe C: 62%; Classe D: 0%. O Shopping Center Partage é o único Shopping de Campina Grande e do interior da Paraíba, exerce, por esse fato, importante papel para a cidade e para a rede urbana, atuando como elemento que reforça a sua centralidade.

O Shopping Center é um centro comercial que incorpora alta concentração de capital, sua materialização em uma Cidade Média altera algumas lógicas urbanas e reforça a centralidade da cidade, pois, embora exista um Centro Principal, este espaço comercial passa a desempenhar importantes papéis no contexto da estrutura urbana e se apresenta como uma importante centralidade na cidade.

Os atacadões ou atacarejos são estruturas comerciais que visam o atendimento das demandas diárias, como, por exemplo, a alimentícia. Os produtos

¹⁴ Endereço do sítio eletrônico: <http://abrasce.com.br/> Acesso em: 10 de Dezembro de 2016.

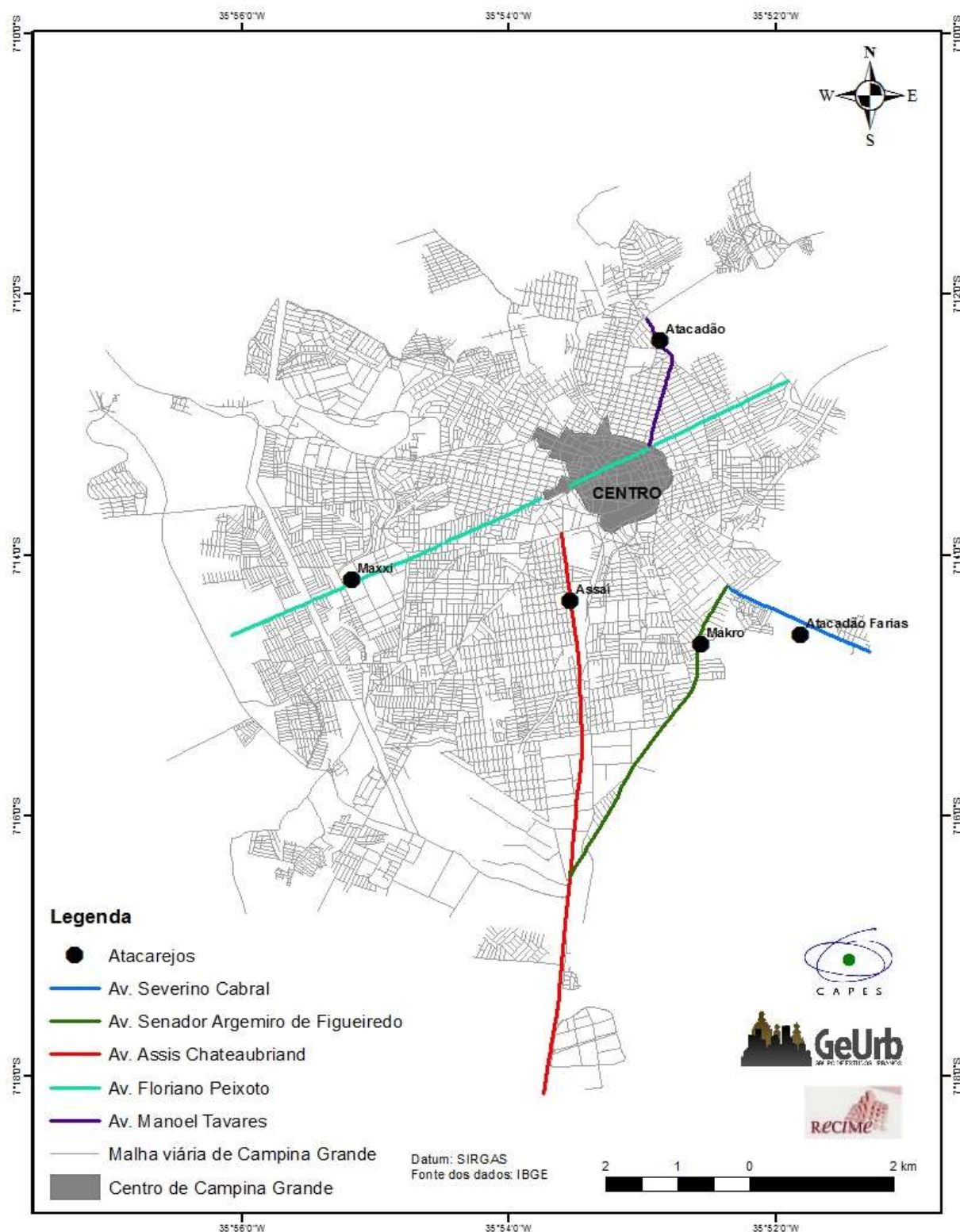
são comercializados nesses estabelecimentos comerciais a partir da lógica do atacado e do varejo.

Segundo Calsavara (2011), “o atacarejo é uma modalidade de distribuição onde o atacado vende diretamente para o consumidor final, substituindo o papel desempenhado pelo varejista” (CALSAVARA, 2011, p.5). Para o autor, o atacarejo ou atacado de *cash and carry* (pegue e pague) faz parte do fenômeno atual de integração vertical, no qual ocorre a venda tanto para os atacadistas quanto para o consumidor final.

De acordo com o autor, essa modalidade de distribuição teve o Makro Atacadista como pioneiro, que já atua no mercado há trinta e quatro anos e tem se dedicado à modalidade de *cash and carry* há aproximadamente dez anos. Esse tipo de estabelecimento comercial oferece suas vantagens para o consumo, pois possui um sortimento de mercadorias a preços baixos e vendem na modalidade varejista, ou seja, comercializa produtos a baixo custo para os consumidores finais, definindo os preços com base no mercado local, diferentemente da modalidade atacadista, que comercializa produtos em grande quantidade para consumidores com cadastro de pessoa jurídica- CNPJ.

Os Atacarejos localizam-se em pontos acessíveis e possuem um design de loja a baixo custo, no entanto, a sua localização não é em áreas tipicamente centrais, mas naquelas mais distantes do Centro e das áreas que concentram estabelecimentos comerciais. Em Campina Grande, identificou-se a existência de cinco estabelecimentos comerciais desta tipologia, são eles: Atacadão; Atacadão Farias; Maxxi Atacado; Assaí Atacadista; Makro Atacado.

Mapa 7: Atacarejos em Campina Grande-PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

Os atacadões ou atacarejos localizam-se em vias comerciais e outros em vias comerciais que se ligam às rodovias, como é o caso do Marko e do Atacadão Farias representados, no Mapa 6. A localização desses empreendimentos é diretamente influenciada pela disponibilidade de terreno, já que necessitam de grandes áreas para que possam estabelecer a sua estrutura que necessita de amplos espaços para descarga de mercadorias, estacionamento etc.

Os atacarejos recebem fluxos constantes de pessoas que buscam menores preços e melhores condições para consumo, nesse caso, a viabilidade do consumo é facilitada pelo preço, visto que as mercadorias chegam ao consumidor final com baixo custo devido ao padrão de organização no sistema de mercadorias, ao mesmo tempo em que é dificultada em alguns casos pela falta de acessibilidade com o transporte público.

É perceptível, na última década, que ocorreu na cidade que centramos nossa pesquisa a chegada de novos e grandes empreendimentos comerciais, o que complexifica a centralidade da cidade e altera as formas de produção do espaço urbano. Embora seja necessário esclarecer que as demandas de consumo e as estratégias locacionais (potencial de localização) são imprescindíveis para explicar estes empreendimentos e sua essência na estrutura urbana.

2.3. As Áreas Centrais em Campina Grande: vias comerciais, vias comerciais de bairro e centro de bairro

Em Campina Grande as áreas centrais têm se multiplicado em diversos pontos da estrutura urbana, sem necessariamente estar articulada à delimitação física do centro. Esse fato é perceptível quando observa-se a constituição de áreas como, por exemplo, vias comerciais, vias comerciais de bairro e Centro de Bairro. Essas áreas concentram estabelecimentos comerciais e de serviços diferenciados e emanam centralidade na escala de um bairro, de um conjunto de bairros, da cidade e até mesmo da rede urbana, a depender do potencial de consumo e da localização.

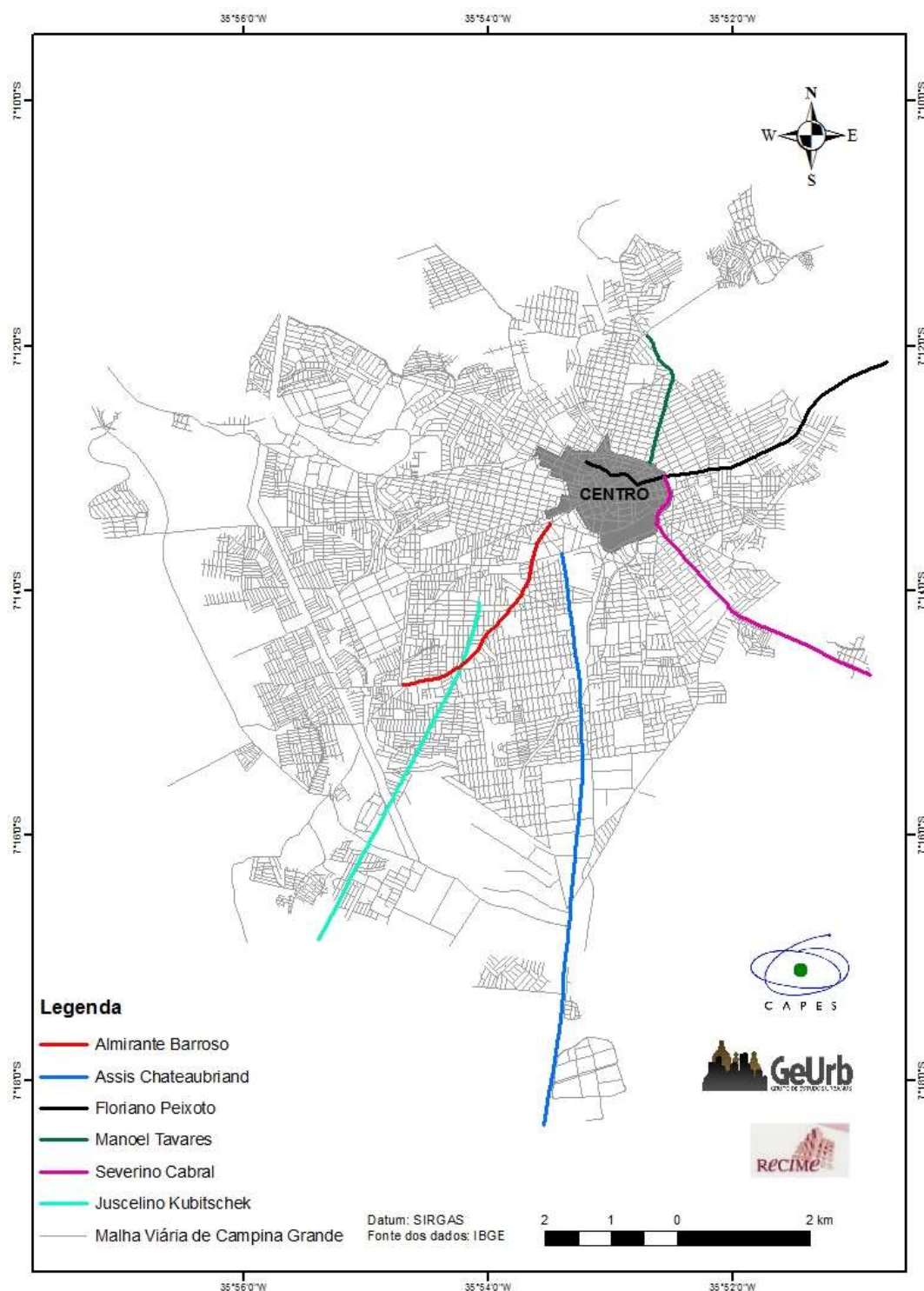
De acordo com Sales (2014), o Centro de Bairro destaca-se pelos serviços individuais e pelos estabelecimentos de compras não planejadas, já as avenidas pela produtividade que oferecem ao estabelecimento e pelos espaços que oferecem para a sua organização, como, por exemplo, vitrines, estacionamento.

As vias comerciais funcionam como artérias para o desenvolvimento da cidade, elas se localizam em bairros populosos, distantes da área central ou em alguns casos

de bairros que no passado já tiveram importância na organização do espaço comercial da cidade, como também nos bairros luxuosos que contam com a presença de galerias comerciais denominadas por Sales (2014) como equipamentos de consumo pela continuidade territorial.

O Centro de Bairro, conforme apresentado no capítulo I e com base na definição de Sales (2014), se estrutura a partir de uma avenida espinha dorsal, na qual estão concentrados estabelecimentos cada vez mais rarefeitos ao decorrer das quadras, os estabelecimentos fazem referência ao padrão de consumo da população e atendem demandas pessoais e de compras não planejadas. Identificou-se em Campina Grande a existência de algumas vias comerciais conforme representado no Mapa 7.

Mapa 8: Vias Comerciais de Campina Grande -PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

Com base na identificação realizada, pode-se confirmar a existência de importantes vias comerciais, Avenida Marechal Floriano Peixoto; Avenida Almirante Barroso; Avenida Severino Cabral; Avenida Manoel Tavares; Avenida Juscelino Kubitschek e Avenida Assis Chateaubriand, que foram eleitas, de acordo com dados do CNEFE, e identificadas com maior expressividade na concentração de estabelecimentos comerciais.

Dentre essas vias, a Av. Marechal Floriano Peixoto é uma das que mais se destaca, tendo em vista a sua funcionalidade e a relação estabelecida com o Centro. Sales (2014, p.178) afirma que a avenida foi o “caminho” pelo qual se deu a expansão do centro tradicional no sentido oeste, localizado o Shopping Center Edson Diniz (Camelô). O fluxo torna-se mais fluído e por ela se estabeleceu a contiguidade comercial entre os bairros que hoje constituem, junto com os bairros José Pinheiro, Lauritzen, Palmeira e Conceição, o Centro Principal de Campina Grande.

Conforme se observa no Mapa 7, as vias representadas cortam a extensão da malha urbana até o Centro Principal. Com base nesse fato, pode-se inferir que, devido a sua extensão, os estabelecimentos tendem a se concentrar com mais frequência em determinados pontos do que em outros. Além disso, essas vias auxiliam no deslocamento da população na malha urbana, já que sempre ocorre uma convergência contínua da população até o Centro, conforme apresentado no capítulo anterior. Essas vias se constituem como relevantes pontos de análise da centralidade na escala da cidade, tendo em vista a concentração e diversificação comercial existente.

Os equipamentos de consumo como os Hipermercados, Shopping Center e os Atacarejos estão localizados em sua maioria nessas vias como forma de facilitar o acesso da população. Além desses equipamentos de consumo, identificou-se que nas vias comerciais estão concentrados estabelecimentos diversos, como, por exemplo, concessionárias, franquias do ramo de alimentação, lojas de móveis planejados, bares, restaurantes.

A concentração dos tipos de estabelecimentos comerciais vai depender do Bairro onde o trecho da avenida está localizada, a exemplo do Bairro do Catolé (trecho da Av. Severino Bezerra Cabral), que concentra desde o Shopping, as franquias, os hipermercados, as concessionárias, dentre outros. Identificou-se ainda à existência de algumas vias comerciais nos bairros, cada uma com suas particularidades, mas

que exercem importantes papéis nas áreas onde estão localizadas. Essas vias foram selecionadas com base na representatividade que exercem no contexto dos Bairros, bem como pela concentração de estabelecimentos comerciais em número expressivo. Vejamos o quadro abaixo:

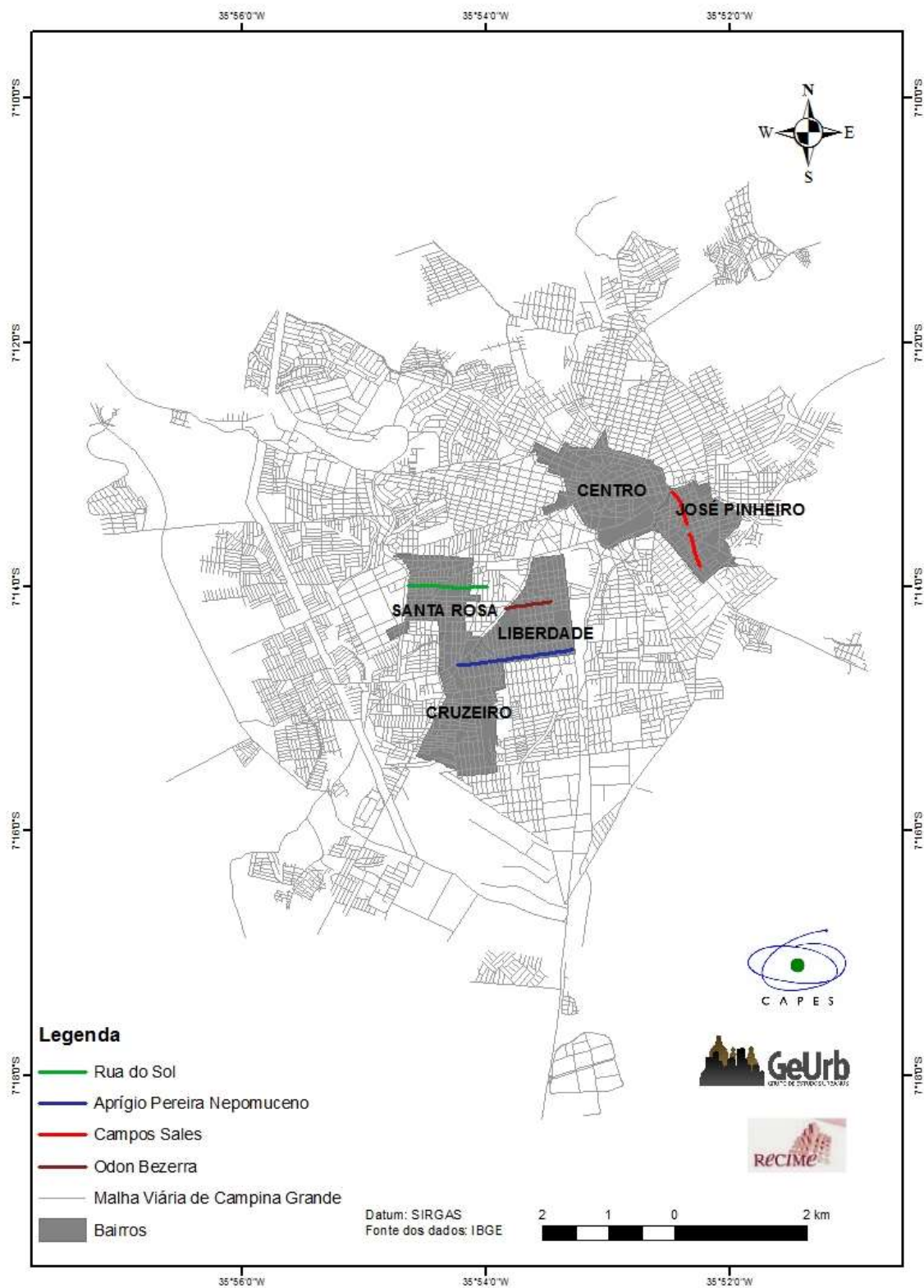
Quadro 3: Quantificação dos Estabelecimentos Comerciais e de Serviços das Vias Comerciais de Bairros

Via/Bairro	Quantidade	Estabelecimentos Em Destaque
Rua Odon Bezerra/ Liberdade	80	Lojas de confecções, salão de beleza, oficinas, lojas, restaurantes e pizzarias.
Rua Campos Sales/ José Pinheiro	101	Farmácias, panificadoras, salões de beleza, lojas de confecções e calçados, mercadinhos, consultórios, correspondentes bancários.
Rua Aprígio Nepomuceno/ Cruzeiro-Liberdade	61	Fábricas, material de construção, distribuidoras, armazéns, oficinas, lojas de confecções.
Rua do Sol/ Santa Rosa	54	Panificadoras, farmácias, restaurantes, lanchonetes, lojas de equipamentos eletrônicos, oficina.

Fonte dos Dados: CNEFE, 2010.

As vias comerciais de bairros, apresentadas no Quadro 2, atendem demandas diárias da população, através do comércio de vizinhança, e dispõem de alguns serviços, como: pequenos consultórios, serviços bancários correspondentes (Caixa Aqui, Pag Fácil), que podem minimizar o deslocamento até o Centro. O surgimento dessas vias comerciais deve-se à distância para o consumo de compras não planejadas entre o bairro e o centro, já que os estabelecimentos existentes evidenciam a realização do consumo para as primeiras necessidades, ou seja, para aquisição de produtos e serviços domésticos básicos. Observe no mapa abaixo as principais vias comerciais de bairro de Campina Grande – PB.

Mapa 9: Vias Comerciais de Bairro em Campina Grande – PB



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

A Rua Campos Sales está localizada no bairro do José Pinheiro, no sentido norte e sul. Esta via se destaca como um importante espaço comercial e no passado funcionou como Centro comercial que atendia demandas de toda a cidade.

Em períodos anteriores esta via comercial caracterizava-se apenas pela presença de estabelecimentos de pequeno porte, como é o caso das bodegas, definidas por Diniz (2011) como um comércio típico da Região Nordeste do Brasil que constitui um objeto do pequeno comércio muito antigo na história de várias cidades, povoados e comunidades rurais e sítios da região nordestina.

Na atualidade, essa via se caracteriza como uma área de concentração de estabelecimentos de tipologia básica, voltada para as primeiras necessidades, havendo ainda a presença de serviços importantes como os correspondentes bancários, consultórios, escritórios.

Fotografia 11: Rua Campos Sales



Fonte: Pesquisa de Campo, 2017. Acervo: Taynan Araújo.

De acordo com Diniz (2011), o número reduzido de residências nesta rua explica-se pela densa atividade comercial concentrada. Na rua Campos Sales encontram-se muitas casas comerciais: lojas de materiais de construção, supermercados, mercadinhos, lojas diversas, bares, dentre outros. A via é estruturada a partir de dois rolamentos e estabelece limites com as seguintes ruas: Amélia Vieira, João Lélis, Castro Alves, Adelino de Melo, Marinheira Agra, Estácio de Sá, Joana Darc de Arruda, Tomé de Souza e Maximiano Machado.

A Rua do Sol está localizada no Bairro Santa Rosa, no sentido leste oeste, e conecta-se ao Bairro do Quarenta. A via apresenta forte concentração comercial e conta com dinâmicas diurnas e noturnas, sendo que no período noturno se destaca pelo funcionamento de estabelecimentos comerciais do ramo gastronômico.

Devido a sua extensão, a concentração de estabelecimentos se efetiva em um ponto específico, não se concretizando de forma contínua e por toda a extensão da via. Os estabelecimentos são voltados para as demandas diárias e ocorre uma especialização no ramo gastronômico, já que apresenta estabelecimentos comerciais como bares, restaurantes etc.

Fotografia 12: Rua do Sol



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Todos os estabelecimentos podem ser considerados de pequeno capital, no entanto, é possível identificar a presença do sistema de crédito e das modificações no padrão organizativo e arquitetônico. A via possui dois rolamentos e limita-se com as ruas: Santa Helena, Colômbia, Equador, Bolívia, Antônio Arruda, Dorinha Vasconcelos e Av. Presidente Costa e Silva.

A Rua Aprício Nepomuceno localiza-se no limite de dois bairros, Cruzeiro e Liberdade, no sentido leste oeste, e é caracterizada por estabelecimentos comerciais de demandas diárias que estão dispersos na sua extensão. A concentração dos estabelecimentos comerciais dá-se em pontos específicos, podendo ocorrer um grande intervalo entre as residências e comércios, que se mesclam na via.

Fotografia 13: Rua Aprício Nepomuceno



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Os ramos dos estabelecimentos identificados são voltados para as demandas diárias e observa-se a presença do sistema de crédito e as modificações no padrão arquitetônico e organizativo dos estabelecimentos. A via possui dois rolamentos e limita-se a Rua José Gonçalves Lucena até a Avenida Assis Chateaubriand.

A Rua Odon Bezerra está localizada no Bairro Liberdade, no sentido leste oeste, localidade relativamente próxima ao Centro. Essa via se destaca pela expressividade de estabelecimentos no ramo gastronômico, com uma grande quantidade de bares, lanchonetes, pizzarias, sorveterias, etc. e do comércio para demandas diárias.

Além disso, conta com serviços importantes, como é o caso das agências bancárias (Banco do Brasil e Banco do Nordeste). A dinâmica desta rua é observada diariamente, embora no período noturno seja bastante expressiva, haja vista o destaque no ramo gastronômico e a centralidade que alguns estabelecimentos desse ramo exercem para toda a cidade.

Os ramos dos estabelecimentos são diferenciados, uma vez que existem diversos tipos de estabelecimentos, tanto de pequeno capital quanto as redes comerciais. Grande parte dos estabelecimentos adotam o sistema de crédito e estruturam o seu padrão organizativo a partir de lógicas distintas.

Fotografia 14: Rua Odon Bezerra

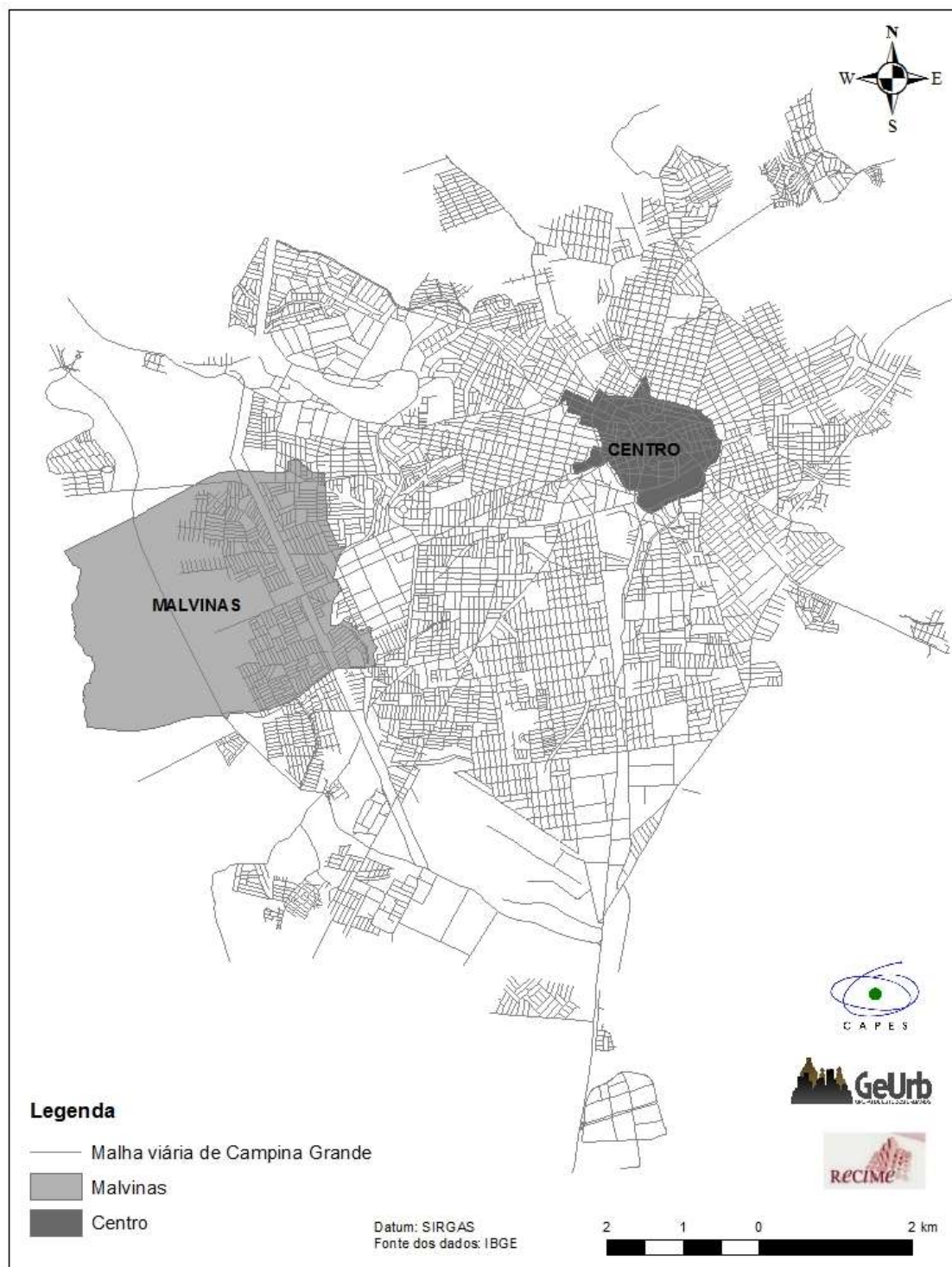


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

A via possui dois rolamentos e limita-se a Av. Assis Chateaubriand e a Avenida Almirante Barroso.

2.4. O Centro de Bairro

Mapa 10: Localização do Bairro das Malvinas



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

Paralelo à existência do Centro Principal, observamos na realidade de Campina Grande a conformação de uma nova área central, o Centro do Bairro das Malvinas, localizado à 6km do centro principal. Dentre as áreas centrais identificadas, o Centro do Bairro das Malvinas é um importante espaço comercial da cidade de Campina Grande. Mediante o processo de estruturação da cidade a partir da transferência de importantes serviços públicos estaduais, como é o caso do Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN e do Hospital de Trauma, o bairro cresceu significativamente em níveis populacionais, unidades residenciais e estabelecimentos comerciais.

Aliado a estes fatores, ressalta-se uma transformação nos fluxos existentes dentro do Bairro, com a abertura de vias que se tornaram áreas de concentração de estabelecimentos comerciais. Esse processo propiciou o surgimento do Centro de Bairro, que se caracteriza pelo agrupamento de estabelecimentos comerciais nas vias centrais do bairro, ou seja, naquelas ruas/vias onde ocorre maior fluxo e movimentação. Esse Centro de Bairro consegue atender diversas demandas, bem como, influenciar bairros próximos com população de renda inferior, que eventualmente se desloca até o Centro.

Desse modo, o Centro do Bairro passa a funcionar como importante espaço comercial para a população residente neste espaço, tendo em vista a diminuição significativa no deslocamento até o Centro. As ruas comerciais, ou o conjunto delas, Centro de Bairro, denomina o que classifica-se como área central, definida, de acordo com Sales (2014), por três elementos básicos: localização, demandas de consumo e concentração/diversificação de estabelecimentos comerciais.

Nesse sentido, será analisada no próximo capítulo a área central denominada de Centro de Bairro das Malvinas, com o objetivo de compreender as suas características funcionais e estruturação na malha urbana da cidade de Campina Grande.

CAPÍTULO III:

O Centro do Bairro das Malvinas

O terceiro capítulo deste trabalho objetiva tratar sobre o ponto central da pesquisa: o Centro de Bairro. A discussão desenvolvida ao decorrer do capítulo estará articulada às formulações teóricas apresentadas sobre as áreas centrais e o Centro de Bairro. Com isso, objetiva-se compreender e contribuir com as noções já construídas por outros autores que se dedicaram a estudar os padrões morfológicos, funcionais e de estruturação do Centro de Bairro.

Inicialmente, será apresentada uma descrição histórica sobre a formação do Bairro¹⁵ das Malvinas, com base em entrevistas realizadas com antigos moradores, como também em referenciais bibliográficos que discutem o processo de formação urbana de Campina Grande, Paraíba, e a construção dos conjuntos habitacionais.

Ainda nesse ponto, serão evidenciados elementos concretos que explicam o processo de estruturação da cidade e do Bairro como, por exemplo, o Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN) e o Hospital de Emergência Trauma que, no compasso do processo de descentralização, afirmam novas lógicas de organização da estrutura urbana com a abertura de avenidas que cortam a cidade e concentram um número expressivo de estabelecimentos comerciais.

A análise sobre o comércio do bairro, especificamente no que se refere às ruas estudadas, será realizada, inicialmente, com a base de dados do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE), que dispõe sobre a concentração de estabelecimentos comerciais no bairro e nas ruas estudadas. Posteriormente, com base na aplicação dos formulários e entrevistas nos estabelecimentos comerciais, será apresentado e discutido o Centro do Bairro das Malvinas, levando em consideração suas características, fluxos, relações de consumo, padrão de organização dos estabelecimentos, tipologias, etc.

Por conseguinte, será abordado o padrão e estruturação dos estabelecimentos comerciais no Centro do Bairro, a partir dos padrões organizativos e arquitetônicos, face à lógica dos dois circuitos da economia urbana de Santos (1970) e Silveira (2014). Por fim, será discutido o papel das Redes Comerciais para o Centro de Bairro e as suas estratégias locacionais, como também, será apresentado um ensaio sobre a noção do Centro de Bairro, que leva em consideração as formulações teóricas de

¹⁵ De acordo com Souza (2013) o conceito de bairro pode estar relacionado ao “espaço vivido”, a identidade socioespacial ou até mesmo a subespaços definidos de acordo com critérios específicos. Nesta pesquisa adotamos o recorte espacial do bairro com base na delimitação oficial de bairros definido pelos órgãos competentes da cidade de Campina Grande-PB.

Berry (1969), Porto-Sales (2014) e os dados obtidos através da pesquisa de campo no Centro do Bairro das Malvinas.

3. Do Conjunto Habitacional ao Bairro das Malvinas: uma síntese da sua história

O Conjunto Habitacional Álvaro Gaudêncio foi construído através do Banco Nacional de Habitação (BNH), na década de 1980. Segundo Lima (2010), as políticas habitacionais exerceram relevante influência na morfologia e na urbanização da cidade de Campina Grande, até o ano de 1986.

A construção do Conjunto Álvaro Gaudêncio foi realizada pela Companhia Estadual de Habitação (CEHAP), mas, antes que fosse entregue, oficialmente, o mesmo foi ocupado pela população, em 23 de março de 1983. De acordo com Lima (2010), vários fatores impulsionaram este fato, dentre eles: o alto fluxo migratório, a demora na conclusão das obras e a pequena oferta de casas para população de menor renda familiar que não tinha sido atendida pelos programas habitacionais.

Fotografia 15: Primeiras unidades residenciais do Conjunto Álvaro Gaudêncio



Fonte: Acervo do Blog Retalhos Históricos de Campina Grande (<http://cgretalhos.blogspot.com.br/>
Acesso em: 13 de julho de 2016)

No período em que foi ocupado o Conjunto Habitacional já dispunha da estrutura física com casas finalizadas. No entanto, a ocupação foi realizada pelos moradores quando ainda não havia as condições mínimas de moradia como, por exemplo, o saneamento básico e a rede de energia elétrica.

O Bairro foi denominado Malvinas pelos seus ocupantes em referência ao conflito entre a Argentina e a Inglaterra pela posse das Ilhas Malvinas. Para Lima (2010), ocorreram diversas resistências até que a CEHAP promoveu o cadastramento da população que já ocupava o conjunto e estes passaram, então, a ter direito legal sobre as casas.

A ocupação do Conjunto Habitacional Álvaro Gaudêncio teve início quando a população de outros bairros da cidade de Campina Grande/PB, tomou conhecimento da construção e finalização das unidades residenciais. Os ocupantes do Conjunto Habitacional, então, traçaram diversas estratégias para permanecer no local, até que a infraestrutura básica fosse adquirida. Este período foi marcado por uma forte ausência do sistema de transporte para deslocamento até o Centro, bem como, saneamento, energia elétrica, etc. Na entrevista realizada em uma das visitas ao bairro, o Morador A (2016) enfatiza que “na época da ocupação só tinha mato, não tinha luz, não tinha água, nem calçamento, eu descia lá em Bodocongó, que na época só tinha um ônibus circulando, para que eu pudesse conseguir uma lata de água”.

Os meios de deslocamento para outras áreas da cidade eram bastante escassos, haja vista a inexistência do transporte público e a distância relativa do Conjunto Habitacional para o Centro. Nas entrevistas, os Moradores A e B expuseram como se dava o deslocamento:

[...] o acesso para o centro era muito difícil, só tinha um ônibus, que não parava no conjunto, andávamos um pouco a pé para chegar até em casa (MORADOR A, 2016). [...] era muito difícil se locomover para outros locais da cidade, até que depois de muito tempo foi criada uma rota de ônibus que circulava e parava no conjunto” (MORADOR B, 2016).

As baixas condições estruturais e a ausência de estabelecimentos comerciais e de serviços básicos dificultavam a organização da vida cotidiana no Conjunto e, devido aos precários modos de acesso e locomoção na cidade, os moradores ocupantes do Conjunto traçaram estratégias de organização dentro do espaço ocupado. Por esse motivo, começaram a surgir os primeiros estabelecimentos comerciais, localizados nas próprias residências, que seria o que Berry (1963) chama de conformação do Centro de Bairro, um processo que funda-se por iniciativas locais, sendo os estabelecimentos localizados nas próprias residências ou no lugar delas. Em relatos, o Morador B expôs:

Logo quando a gente chegou aqui não tinha nenhum comércio, até que os próprios moradores daqui do bairro começaram a abrir as mercearias nas próprias casas, principalmente, naquelas de esquina. Então, a gente sempre que precisava ia até lá e comprava o que estava precisando em casa (MORADOR B, 2016).

Desde então, o comércio do bairro esteve voltado para o abastecimento diário, ou seja, para as necessidades domésticas básicas. Além disso, a localização sempre se constituiu como um fator preponderante, haja vista que as casas de esquina, conforme coloca o entrevistado, foram sempre o ponto principal de localização dos estabelecimentos comerciais.

Vargas (2001) aponta que a esquina é uma localização funcional em dado espaço, já que se torna um ponto de convergência e movimentação mais contínua. Por esse fato, desde o contexto de sua formação, que os estabelecimentos localizados em esquinas, ou nas avenidas principais, são “privilegiados” em relação aos fluxos, às demandas.

No decorrer dos anos, o Conjunto Habitacional passou por significativas modificações espaciais, a infraestrutura básica foi adquirida e, aos poucos, a distância para a cidade foi relativizada, até que passou a ser denominado como Bairro das Malvinas. O Morador A afirmou que:

O bairro mudou muito, hoje é grande, temos muitas coisas boas, o Hospital de Trauma, o DETRAN, tem feira, é tudo perto da gente. Hoje é um bairro importante, é próximo ao centro, pegando a Av. Floriano Peixoto consigo chegar no centro em 15 minutos, por que antes era muito afastado, parecia ser mais perto para Lagoa Seca ¹⁶do que para o centro (MORADOR A, 2016).

O processo de estruturação, a partir da descentralização dos equipamentos públicos, propiciou o crescimento do Bairro com a abertura de vias, aumento dos fluxos, do número de unidades residenciais e da multiplicação de estabelecimentos comerciais em várias ruas. O Bairro das Malvinas adquiriu um caráter comercial, principalmente, nas ruas onde ocorre uma maior movimentação/fluxo de veículos e pessoas, Como relata o Morador B:

O comércio do bairro é muito importante, pois gera renda e emprego, atrai o povo de fora e começa a movimentar algumas ruas. O bairro é uma nova cidade, tem de tudo e evita que haja a necessidade de se deslocar até o centro. Eu prefiro consumir no bairro, pois só assim ajudo no comércio daqui e não vou até o centro, só quando há necessidade de comprar algo que não tem aqui (MORADOR B, 2016).

¹⁶ Município paraibano localizado na região de influência de Campina Grande.

O comércio do bairro tornou-se diverso, embora ainda seja bastante perceptível a presença de estabelecimentos para demandas diárias. O deslocamento da população até o Centro, mesmo que ainda seja constante, é bastante inferior, se comparado a períodos anteriores, e ocorre para demandas mais específicas como, por exemplo, agências bancárias, serviços públicos e ramos comerciais destinados a compras planejadas, dada a ausência de lojas de móveis, eletrodomésticos, etc.

Nesse sentido, pode-se inferir que o Bairro das Malvinas se apresenta como uma área da cidade que reconhece expressiva concentração de estabelecimentos comerciais e revela, de forma contundente, o processo de redefinição da centralidade intraurbana em Campina Grande/PB.

3.1. A Estruturação da Cidade e a Centralidade Urbana

A porção sudoeste da cidade de Campina Grande/PB na qual está localizado o Bairro das Malvinas, é considerada, atualmente, como um vetor da estrutura urbana que vem se expandindo mediante a chegada de grandes infraestruturas e a disponibilidade de solo urbano. Embora iniciado como um Conjunto Habitacional, na atualidade, o Bairro Malvinas é o maior da cidade. De acordo com o censo do IBGE (2010), sua população estava estimada em 38.713 habitantes o que corresponde a 10,5% da população da cidade.

A estruturação do bairro vem se concretizando a partir do aumento do número das unidades residenciais; da transformação de usos do solo urbano com o aumento e concentração de estabelecimentos comerciais; e da descentralização dos importantes serviços públicos de demanda regional, como o Hospital de Emergência e Trauma e o DETRAN.

Com isso, ocorreu um aumento significativo na construção de unidades residenciais, bem como a abertura de vias que passaram a constituir fluxos nessa área da cidade. De acordo com Spósito (2004):

A estruturação da cidade orienta-se pela divisão social e técnica do trabalho, em múltiplas escalas, desde o nível dos espaços das fábricas, das universidades, dos *shoppings centers*, passando pelos bairros, pela cidade e considerando os fluxos que a partir dela se estabelecem com outros espaços (SPÓSITO, 2004, p. 315).

A estruturação da cidade corresponde a uma divisão social e técnica do trabalho que vai dos espaços aos fluxos estabelecidos. Para Santos (2008), a estruturação da cidade capitalista contemporânea é definida através de um processo

que é “dialético e envolve a própria produção do espaço e as forças de reprodução da sociedade” Desse modo, no contexto da cidade e do processo de estruturação, o Bairro das Malvinas, apresenta o seu papel na divisão social e técnica e é orientado a partir de alguns elementos que definem a sua estruturação.

Observa-se que esta área da cidade se expandiu para espaços antes considerados rurais, sendo assim, representou uma expansão contígua da malha urbana. Nestes espaços de estruturação recente, estão localizados os dois grandes equipamentos de serviço público, o DETRAN e o Hospital de Trauma.

O Hospital de Emergência e Trauma e o Departamento Estadual de Trânsito são serviços públicos estaduais que exercem centralidade em nível regional. O Hospital é referência em atendimentos de urgência e o DETRAN constitui-se como o principal órgão de trânsito do interior do estado da Paraíba. O processo de estruturação teve início a partir do ano de 2010 quando os referidos equipamentos de serviço público foram instalados e a ocupação urbana começou a se efetivar nessa área da cidade.

A descentralização dos serviços públicos com a sua localização transferida para o Bairro das Malvinas se deu em virtude da alta disponibilidade de terreno, como já afirmado anteriormente, e também por localizar-se em um ponto estratégico da estrutura urbana, no qual faz conexão com a BR 230/alça sudoeste, importante rodovia que favorece os fluxos existentes do Sertão em direção à Campina Grande e para Capital do estado, João Pessoa.

Fotografia 16: Departamento Estadual de Trânsito



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

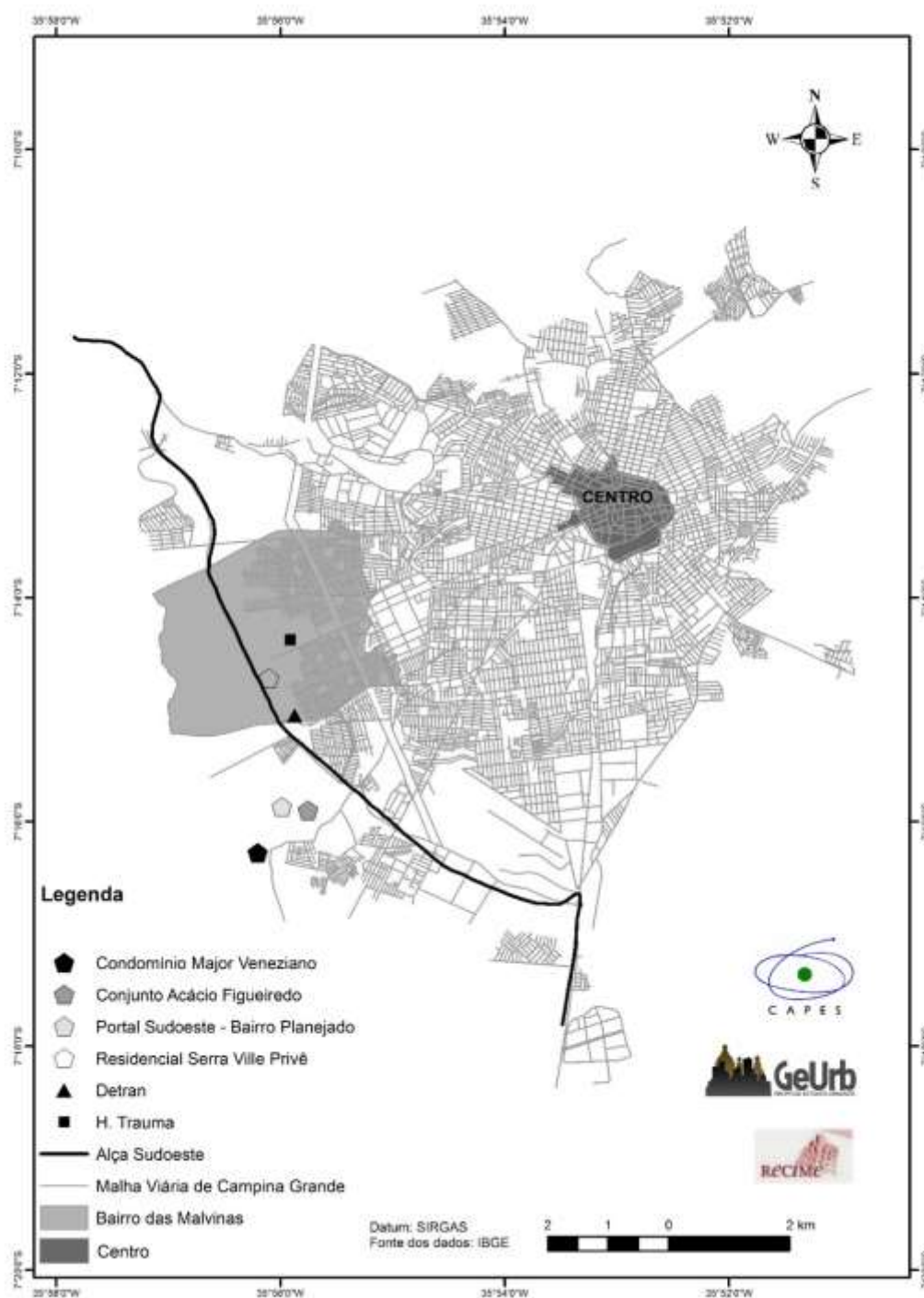
Fotografia 17: Hospital Regional de Emergência e Trauma



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

A descentralização dos serviços públicos, que demandavam grandes terrenos para sua localização, estruturou o Bairro das Malvinas do ponto de vista social, residencial e exerceu influência no surgimento e concentração de estabelecimentos comerciais, assim como, na estruturação da malha urbana, estendendo-se para espaços antes rurais. A seguir, podemos ver com mais clareza isto, a partir do mapa da cidade, com destaque nas Malvinas:

Mapa 11: Estruturação da Cidade – Bairro das Malvinas¹⁷



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

¹⁷ A delimitação oficial do Bairro das Malvinas corresponde a toda extensão anterior a alça sudoeste. O espaço posterior a alça sudoeste é delimitado como Bairro do Serrotão. A representação do Mapa acima está de acordo com o arquivo *Shapfile* utilizado, no qual toda a extensão territorial em destaque é delimitada como Bairro das Malvinas.

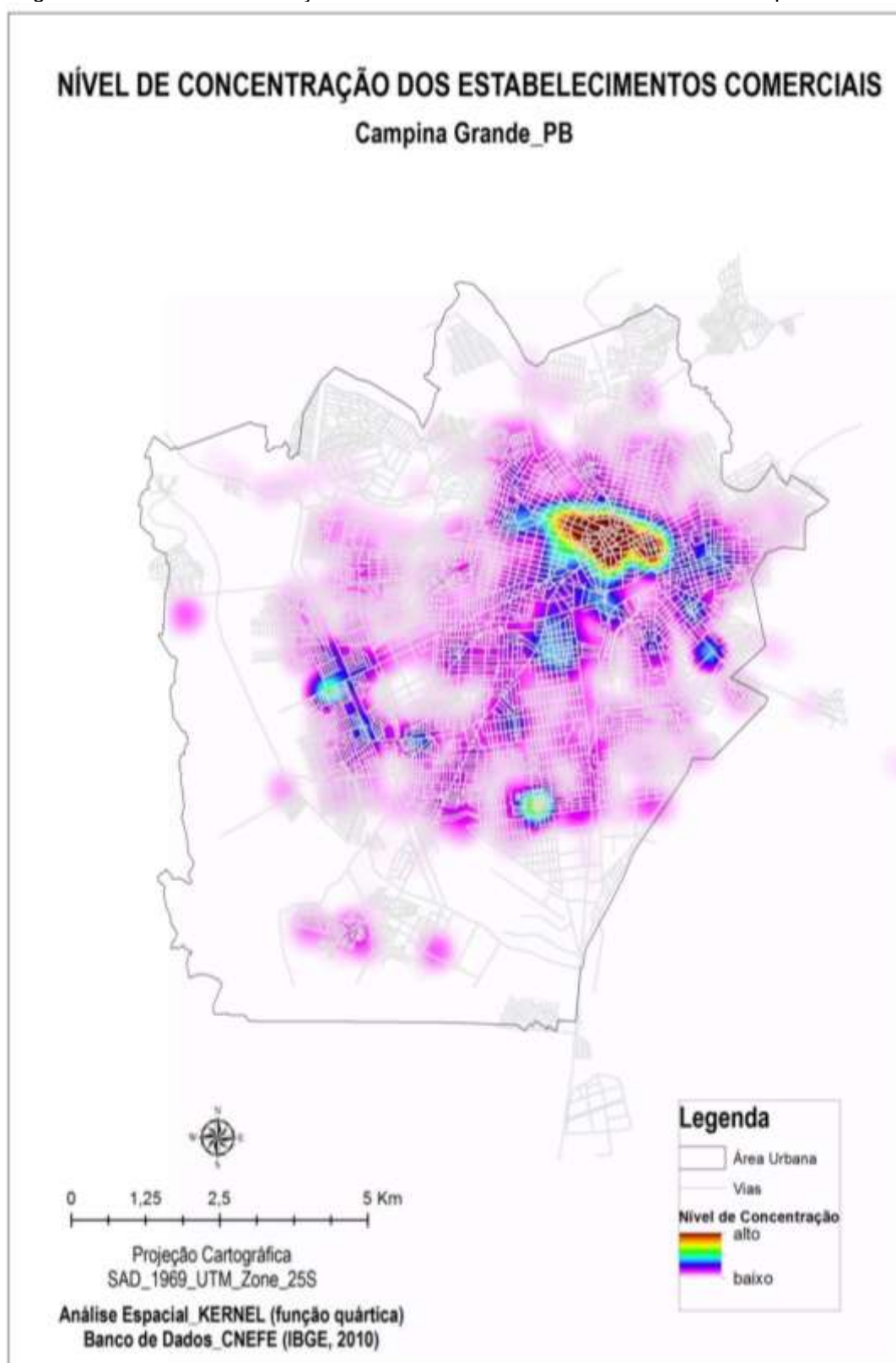
A instalação dos serviços públicos estaduais foi responsável pelo aumento do fluxo e circulação de pessoas dentro do Bairro, principalmente nas principais avenidas que dão acesso ao Centro. Os fluxos gerados nas suas principais vias, de certo modo, impulsionam o surgimento de estabelecimentos comerciais, pois estas localidades passaram a se tornar pontos estratégicos para localização de estabelecimentos comerciais e de serviços.

3.2. O Comércio do Bairro das Malvinas

Mediante a análise dos dados de concentração comercial disponibilizados na base de dados do CNEFE (2010), observou-se que o Bairro das Malvinas é uma área que concentra expressivo número de estabelecimentos comerciais, no entanto estes encontram-se dispersos por toda sua extensão/ruas. Com base nos dados levantados, foi possível identificar a ocorrência de estabelecimentos comerciais de diversas tipologias e ramos.

De acordo com o levantamento e classificação realizada por Sales (2014), o Bairro das Malvinas corresponde a uma área de baixa concentração de estabelecimentos comerciais e o Centro se afirma como o principal espaço de concentração comercial da cidade de Campina Grande/PB. Esta classificação foi representada a partir de um mapa produzido com a base nos dados do CNEFE, no qual tem-se a seguinte configuração:

Figura 6: Nível de Concentração dos Estabelecimentos Comerciais em Campina Grande



Fonte: Porto-Sales, Andréa Leandra. Situação Espacial das Franquias na América do Sul: Argentina, Brasil e Chile. (Tese de Doutorado)

Embora o Bairro das Malvinas apresente uma baixa concentração de estabelecimentos, pode-se considerar, mediante os dados do CNEFE e a representação do mapa, que o mesmo se caracteriza como uma “exceção” na estrutura urbana da cidade. Primeiramente, por não ter o grau de concentração em um nível muito baixo e também pela sua distância em relação ao Centro, principal espaço de concentração comercial da cidade. Com base no recorte do Bairro das Malvinas explicitado por Sales (2014), tem-se a seguinte concentração comercial:

Observa-se nesta representação que a porção sudoeste da cidade é a que apresenta uma concentração comercial intermediária, com exceção das áreas mais imediatas ao Centro Principal. De acordo com Sales (2014) a construção de conjuntos habitacionais nesta área aliado ao potencial de consumo, já que 50% da população corresponde a classe de renda “E”, podem ter contribuído para a conformação dos estabelecimentos comerciais que conformam o Centro de Bairro. Com base nessa concentração de estabelecimentos o CNEFE dispõe em sua base a seguinte quantificação:

Quadro 4: Número de Estabelecimentos no Bairro das Malvinas por Tipologia e Ramo da Atividade

Tipologia	Atividade Econômica	Quantidade
Salão de Beleza	Comércio/Serviço	95
Loja	Comércio	66
Lojas Vagas	-----	61
Bar	Comércio	54
Oficina (automotiva, mecânica, bicicletas, estofados, móveis)	Serviço	38
Estabelecimentos de Ensino	Serviço	38
Mercadinho	Comércio	35
Mercearia	Comércio	33
Comércio (alimentício, varejista, água e gás, estivas e cereais, materiais hidráulicos, depósito de bebidas, pequeno comércio, rações, redes tapetes)	Comércio	31
Minibox	Comércio	29
Depósitos	Comércio	24
Box	Comércio	23
Panificadora	Comércio	21
Material de Construção	Comércio	21
Fábricas	Serviço	20
Bomboniere	Comércio	14
Borracharia	Serviço	14
Serralharia	Serviço	13
Sorveteria	Comércio	13
Locadora	Comércio	12
Ponto Comercial	Comércio	11
Marcenaria	Serviço	11
Lan House	Comércio	11

Tipologia	Atividade Econômica	Quantidade
Box Vago	Comércio	10
Eletrônicas	Comércio/Serviço	10
Ateliê	Serviço	9
Armarinho	Comércio	9
Açougue	Comércio	7
Granja	Comércio	7
Loterias (Pag Fácil)	Serviço	7
Supermercado	Comércio	6
Estabelecimentos de Saúde	Serviço	6
Academia	Comércio	5
Consultório	Serviço	5
Farmácia	Comércio	5
Lojinha	Comércio	5
Pequeno Comércio	Comércio	3
Quitanda	Comércio	2
Base Policial (Segurança)	Serviço	2
Auto Escola	Comércio	1
Delegacia de Polícia	Serviço	1
Feira Livre	Comércio	1
Mercado Público	Comércio	1
Secretaria Estadual do Trabalho	Serviço	1

Fonte: Base De Dados Do CNEFE/IBGE, 2010.

Os estabelecimentos comerciais quantificados na base de dados CNEFE revelam a concentração comercial do Bairro das Malvinas no ano de 2010. Nesse sentido, tendo em vista as metamorfoses ocorridas no comércio e na estruturação do Bairro e da cidade, esse conjunto de dados se caracteriza como aporte inicial para definir e delimitar a referida área central, a partir da concentração dos estabelecimentos.

Conforme observado, os ramos comerciais de maior expressividade são aqueles voltados para as demandas diárias, o comércio e serviços pessoais. O número expressivo de estabelecimentos mais básicos revela o potencial e demandas de consumo da população, importante elemento para definir o tipo da área central (Sales, 2014).

Além disso, observa-se a ocorrência significativa de lojas vagas (61 estabelecimentos), esse fato denota as metamorfoses do comércio do bairro e as mudanças locacionais ocorridas não só nesse contexto, como também nos dias atuais. Nas análises realizadas observou-se que as lojas vagas estão localizadas em ruas onde as condições de acessibilidade e a concentração comercial é inferior.

Essas novas formas comerciais, ou novos ramos de estabelecimentos, começam a surgir na cidade e proporcionam rápidas transformações, principalmente

no que se refere a mudança dos ramos comerciais e a abertura e fechamento de estabelecimentos.

. Segundo Ortigoza (2010), as novas formas comerciais vão surgindo na cidade de forma sistemática e acabam criando novos processos sociais, sendo assim, precisam ser bem identificadas, no lugar e no tempo, para se entender a repercussão destas mudanças. Para a referida autora o comércio, no que se refere as suas estratégias locacionais, inova as acessibilidades, cria e recria centralidade e cada vez mais a gestão da cidade ganha importância e manutenção desta atividade econômica.

O comércio, devido suas metamorfoses e estratégias de localização espacial, altera a centralidade de um dado espaço a partir das relações/fluxos que estabelece no contexto da cidade. Cachinho e Salgueiro escrevem que:

O comércio faz a cidade ao atrair clientes e mercadorias, ao vivificar determinadas áreas e precipitar o declínio de outras, mas a sua evolução, do ponto de vista econômico e espacial, é também influenciada pelas mudanças da sociedade, a transformação dos valores e estilos de vida, a evolução dos aglomerados e as metamorfoses da estrutura urbana (SALGUEIRO e CACHINHO, 2016, p.10).

O surgimento/conformação de estabelecimentos comerciais em outras áreas da cidade, como é o caso do Bairro, cria e recria novos processos sociais que necessitam ser analisados para entender as mudanças socioespaciais ocorridas. Este movimento altera as relações de consumo, bem como redefine as estratégias de localização dos estabelecimentos comerciais, seja aqueles de ramos mais específicos, como as redes comerciais, ou o comércio de vizinhança.

À medida que ocorrem mudanças no perfil social de uma dada realidade cria-se uma sociedade de consumo com potencial determinado. Aliado a esse fato, verifica-se o surgimento de estabelecimentos comerciais que visam atender diversos tipos de necessidades. As metamorfoses verificadas na estrutura urbana das cidades, no que se refere às alterações urbanas e morfológicas, são fruto das mudanças sociais que, a partir de distintos processos, revelam a produção do espaço e do modo de vida social.

Segundo Cachinho e Salgueiro (2016), a sociedade dos finais século XX, que valoriza as diferenças e favorece o novo individualismo, propicia mudanças nos estabelecimentos comerciais, que deixam de ser meros entrepostos e passam a

acrescentar valor ao que vendem, através de serviços prestados, do ambiente que criam e das experiências que propiciam aos cidadãos-consumidores.

Mediante as metamorfoses ocorridas no comércio do bairro, observa-se que aconteceram significativas mudanças, principalmente no padrão organizacional e arquitetônico dos estabelecimentos. O comércio do Bairro, na atualidade, conta com uma grande quantidade de estabelecimentos, que objetivam atender necessidades além da venda de mercadorias, ou seja, acrescenta-se um valor ao que está sendo vendido, seja pela forma de organização do interior do estabelecimento ou até mesmo pela marca do produto oferecido.

Os ramos comerciais existentes no Centro de Bairro reproduzem, embora com menor intensidade, o padrão arquitetônico dos estabelecimentos localizados no Centro, essa forma de organização acrescenta valores econômicos aos estabelecimentos comerciais e atribui ao Centro de Bairro algumas características e funcionalidades verificadas em outras áreas centrais.

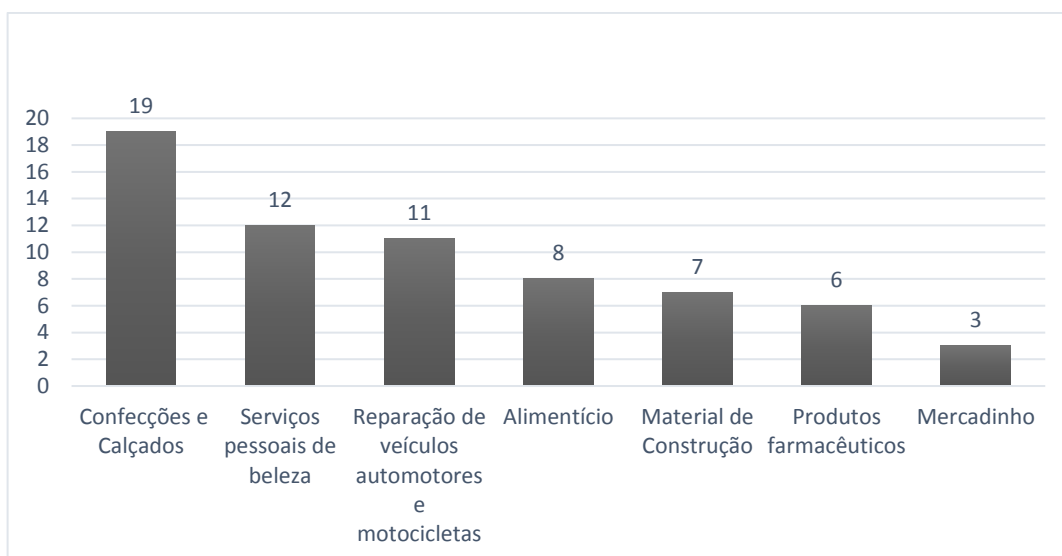
3.3. Centro do Bairro das Malvinas

O Centro do Bairro das Malvinas foi delimitado mediante os dados disponibilizados na base do CNEFE, que relevam a concentração comercial no bairro/ruas, através do levantamento de uso e ocupação do solo e com base nas formulações teóricas apontadas por Sales (2014), que se refere a estruturação, padrões de consumo e demandas.

Com base nos dados, identificou-se que a Rua das Umburanas, Rua das Juremas e a Avenida Francisco Lopes de Almeida detêm a maior concentração dos estabelecimentos comerciais e apresentam elementos básicos para definir o Centro de Bairro, a saber: a estruturação, o consumo, fluxos e demandas.

De acordo com o Cadastro Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), as atividades econômicas estão subdivididas em diversas categorias desde a agrícola, o transporte, serviços domésticos até a indústria. Com base na classificação disposta no CNAE, os ramos comerciais identificados neste conjunto de ruas são basicamente: confecções e calçados, produtos alimentícios e bebidas, salões de beleza, material de construção e produtos farmacêuticos, laboratórios, serviços bancários e financeiros, serviços de saúde e educação, etc.

Gráfico 1: Ramos Comerciais em Destaque no Centro do Bairro



Fonte: Dados de Campo, 2016.

A distribuição mais representativa dos ramos comerciais está entre as ruas: Juremas, Umburanas e na parte da Avenida Francisco Lopes de Almeida, também conhecida como Almirante Barroso, totalizando 134 estabelecimentos comerciais apresentados no quadro abaixo:

Quadro 5: Quantificação de Estabelecimentos Comerciais no Centro de Bairro

Tipologia	Atividade Econômica	QTD.	Classif. na CNAE/Ramo ¹⁸
Loja de Confeções e Calçados	C	20	G-47-478- 4781-4
Salão de Beleza	C/S	12	S-96
Oficina	S	11	G-45
Restaurantes, bares e lanchonetes	C	8	L-56-561
Farmácia	C	6	G-47-477-4771-7
Material de Construção	C	7	G-47-474- 4744-0
Minibox	C	4	G-47-472- 4729-6
Ótica	C	4	G-47-477-4774-1
Distribuidora	C	4	G-47-472- 4723-7
Central de Moto Táxi	S	3	S-96
Serralharia	S	3	F-43
Assistência Técnica	C	3	G- 47- 475 – 4751-2
Panificadora, frios e laticínios	C	3	S-95
Quitandas e Mercarias	C	3	G-47-472- 4724-5
Mercadinho	C	3	G-47-472- 4729-6
Placas de Carros	S	2	G-45
Decoração e Miudezas	C	2	G-47-478- 4789-0
Pet Shop	C/S	2	G-47-477-4771-7
Lava Jato	S	2	S-96
Casa de Bolo	C	2	G-47-472- 4729-6
Correspondente Bancário	S	2	K-64-649
Frigorífico	C	2	L-56-561

¹⁸ Classificação do Cadastro Nacional de Atividades Econômicas- CNAE, levando em consideração o ramo comercial, o grupo e o subgrupo em que as atividades estão inseridas.

Tipologia	Atividade Econômica	QTD.	Classif. na CNAE/Ramo¹⁹
Consultório	S	3	Q-86
Escritório	S	2	S-96
Equipadora	C/S	2	G-45
Academia	C	1	S-96
Posto Bancário	S	1	K-64-649
Loterias	S	1	K-64-649
Estabelecimento de Ensino	S	1	P-85
Estabelecimento de Saúde	S	1	Q-86
Aviamentos	C	1	C-14
Credora de Empréstimos	C	1	K-64-649
Studio Fotográfico	C	1	S-96
Laboratório	S	1	Q-86
Posto de Gasolina	C	1	G-47-473- 4731-8
Móveis e Estofados	C	1	C-31
Consertos	S	1	S-96
Peixaria	C	1	G-47-472- 4722-9
Papelaria	C	1	G-47
Conveniência	C	1	G-47-472- 4721-1
Tipologia	Atividade Econômica	QTD.	Classifi. Na CNAE/ramo
Supermercado	C	1	G-47-472- 4729-6
Corretora Imobiliária	S	1	L-68
Artigos Para Festas	C	1	G-47-478- 4789-0
Produtos de Beleza	C	1	S-96
TOTAL DE ESTABELECIMENTOS: 134			

Fonte: Dados de Campo, 2016 e Cadastro Nacional das Atividades Econômicas – CNAE.

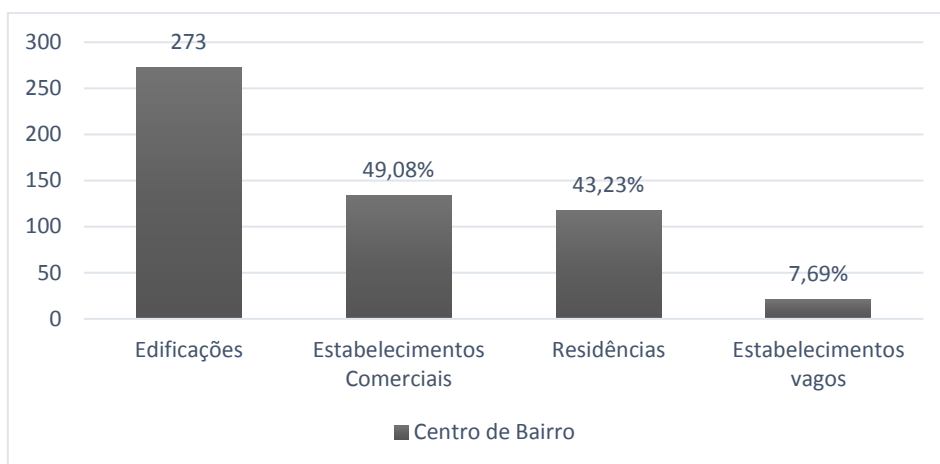
Os ramos dos estabelecimentos comerciais identificados nas ruas do Centro de Bairro são diversos e, ao mesmo tempo, revelam que o comércio concentrado nesta área central é voltado, principalmente, para as primeiras necessidades de compras não planejadas. A classificação de ramos exposta no quadro anterior foi realizada com base no Cadastro Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Esta classificação agrupa os ramos comerciais em seções, grupos e subgrupos levando em consideração as caracterizações específicas do comércio varejista e atacadista.

Embora possua esta expressiva concentração, observou-se que a distribuição dos estabelecimentos comerciais nas ruas se dá de forma rarefeita, ou seja, possui maior concentração em alguns pontos e em outros diminui significativamente.²⁰ De acordo com os levantamentos de uso e ocupação do solo realizados em campo, tem-se a seguinte taxa de ocupação e vacância no Centro de Bairro:

¹⁹ Classificação do Cadastro Nacional de Atividades Econômicas- CNAE, levando em consideração o ramo comercial, o grupo e o subgrupo em que as atividades estão inseridas.

²⁰ Questão já apontada por Sales (2014) e verificada na realidade pesquisada.

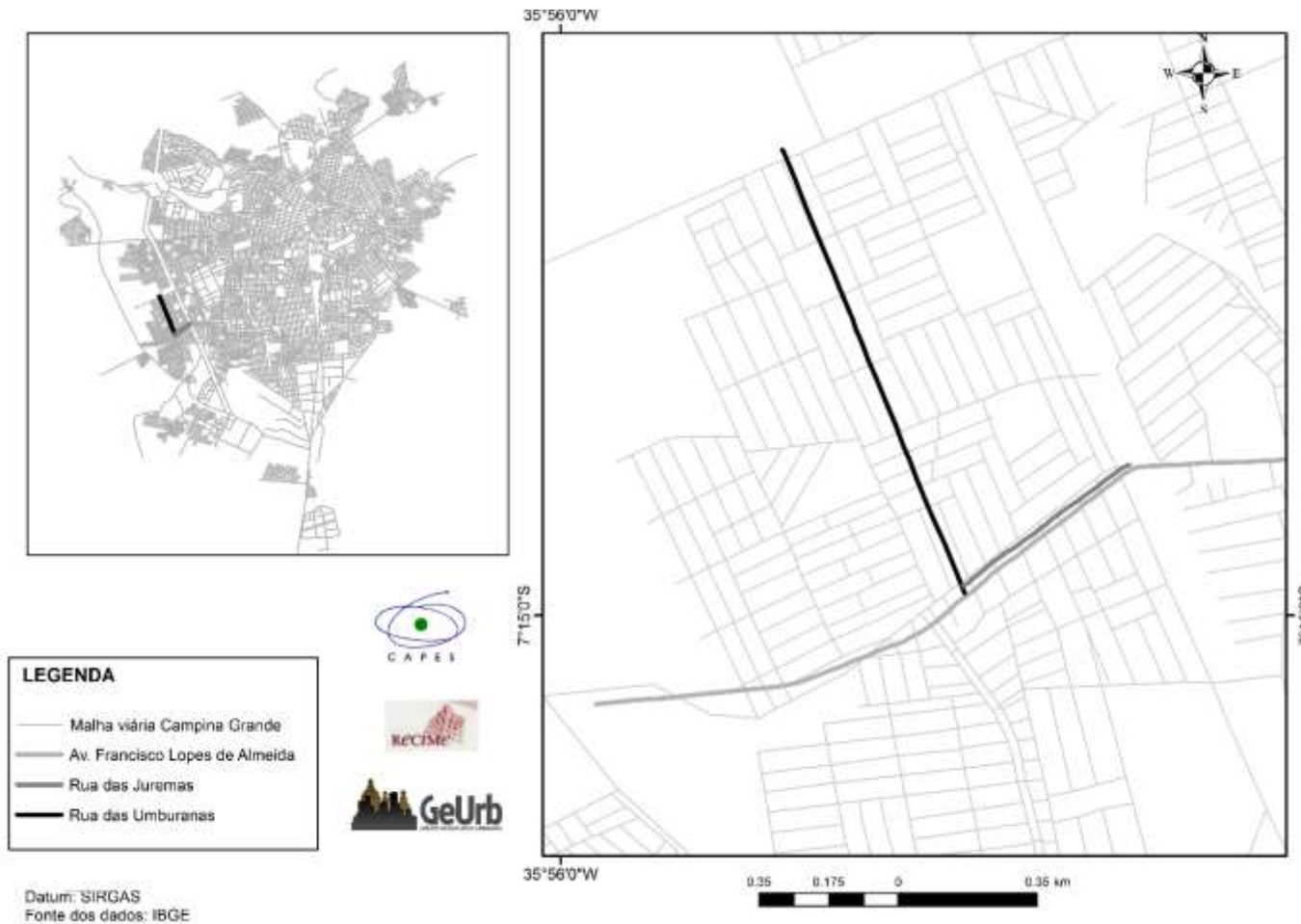
Gráfico 2: Taxa de ocupação e vacância no Centro de Bairro das Malvinas



Fonte: Dados de Campo, 2016/2017.

As ruas comerciais que conformam o Centro de Bairro ainda se caracterizam por um expressivo número de unidades residenciais, no entanto, a concentração dos estabelecimentos comerciais é bastante significativa, haja vista a quantidade de edificações existentes. A expressiva concentração de estabelecimentos nessas ruas é justificada pelo processo de estruturação da cidade e do Bairro, como também, pelas condições de localização e fluxos que as caracterizam como área potencial para sua instalação em variadas tipologias, ramos e padrão arquitetônico/organizacional. Os referidos estabelecimentos comerciais encontram-se localizados em três ruas: Av. Francisco Lopes de Almeida/Almirante Barroso, Rua das Juremas e Rua das Umburanas.

Mapa 12: Ruas Comerciais do Centro de Bairro das Malvinas



Organização: OLIVEIRA, Taynan Araújo.
Elaboração: RAMOS, Anna Raquel Dionísio.
Fonte dos Dados: IBGE

A Avenida Francisco Lopes de Almeida ou Almirante Barroso, como é conhecida popularmente, é uma via comercial que corta a extensão de alguns bairros da cidade de Campina Grande, dentre eles o Bairro das Malvinas. Essa avenida encontra-se localizada ao lado da Rua das Juremas, importante rua comercial do bairro, e também dá acesso ao Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN) e à Alça Sudoeste, rodovia da BR230, que circunda a estrutura urbana de Campina Grande/PB.

A referida avenida é a que concentra o número maior de estabelecimentos, totalizando cinquenta e dois. Esses estabelecimentos são de diversas tipologias, dentre elas: laboratório, farmácia, loja de confecções, loja de decoração, oficinas, serralharia, mercadinho, mini box, loja de peças automotivas, frigorífico, salão de beleza, ótica, pet shop e dentre outros.

A Rua das Juremas está conectada à Avenida Francisco Lopes de Almeida que corta o bairro das Malvinas em direção ao centro principal. Essa rua é caracterizada pela presença significativa de estabelecimentos comerciais, bem como de residências, que de forma mista vêm modificando o uso do solo e deixando evidente que os estabelecimentos comerciais estão aumentando e se diversificando.

Observa-se nessa rua a concentração de estabelecimentos comerciais de tipologia básica, ou seja, que atende a demandas mais diárias e imediatas. Dentre os estabelecimentos pode-se destacar as lojas de confecções, mercadinhos, lojas de material de construção, serviços de estofados, farmácia de programas federais²¹, restaurantes, supermercado e etc., que somados totalizam quarenta estabelecimentos.

A Rua das Umburanas é a terceira rua comercial do Centro do Bairro das Malvinas, está localizada próximo à Avenida Francisco Lopes de Almeida e segue em direção à Avenida Floriano Peixoto, importante via que corta a cidade de leste a oeste. Na rua encontram-se localizados quarenta e dois estabelecimentos comerciais e de serviços, que vai do pequeno comércio como: quitandas, mini box até mercadinhos, óticas, consultório, escritório, lojas de assistência técnica, dentre outros.

²¹ Programa Farmácia Popular, criado pelo Governo Federal, tem como objetivo subsidiar medicamentos para algumas das principais doenças. Além de redes próprias, o programa possui parcerias com farmácias e drogarias privadas espalhadas por todo o país.

A existência e permanência dos estabelecimentos nas ruas do Centro de Bairro varia muito, de 34 anos, aproximadamente o tempo de formação do Bairro, quatro anos ou menos de um ano. O tempo de localização dos estabelecimentos revela as metamorfoses pelas quais passou o comércio do Bairro desde a sua formação até os dias atuais.

Os estabelecimentos mais antigos iniciaram nas próprias residências e, posteriormente, se expandiram em termos estruturais. Na atualidade, podem ser classificados como mercadinhos, quitandas ou pequeno comércio. Os estabelecimentos de instalação mais recente possuem lógicas diferenciadas, ou seja, se instalaram no bairro por condições de localização, demandas de consumo, contingente populacional, como também, adotam lógicas estruturais diferenciadas, na qual, muitas vezes, reproduzem o nível organizacional de estabelecimentos localizados no Centro.

Grande parte dos proprietários e dos funcionários dos estabelecimentos evidenciam que a localização das ruas no bairro é positiva, trata-se de ruas principais em termos comerciais; está próximo ao DETRAN; é acessível e possui fluxos; conta com uma diversificação de estabelecimentos comerciais que suprem as necessidades da população. Para os entrevistados estas ruas são caracterizadas como o Centro do Bairro por serem consideradas o ponto de entrada e saída das cidades.

Considero essa rua como principal, porque está muito próximo ao DETRAN, isso traz muita movimentação para o comércio (ENTREVISTADO 1, Rua das Umburanas, 2016).

A localização torna a rua muito acessível, aqui é um ponto de entrada e saída da cidade, por isso, tem uma movimentação muito grande de carros e pessoas (ENTREVISTADO 2, Av. Francisco Lopes de Almeida, 2016).

O Bairro das Malvinas tem de tudo, nem sempre é necessário se deslocar até o centro, o comércio daqui é bastante diverso (ENTREVISTADO 3, Rua das Juremas, 2016).

As transformações das ruas em corredores viários e o surgimento das demandas de consumo condicionam a movimentação/fluxos que atribuem a esta área determinada centralidade. Os estabelecimentos comerciais destas ruas se expandiram significativamente e, além disso, foram incorporadas novas tipologias de estabelecimentos comerciais como, por exemplo, as redes comerciais, as lojas âncoras (Farmácia Dias e Redepharma) e outros estabelecimentos com demandas

mais específicas, tais como: os laboratórios, lojas de aluguéis e os pequenos empresariais, que concentram estabelecimentos comerciais de variados ramos.

Fotografia 18: Empresarial na Av. Francisco Lopes de Almeida



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Conforme apresentado na fotografia 18, o laboratório e o empresarial, refletem um novo padrão de estabelecimentos comerciais e de serviços no Bairro. O laboratório alimenta o processo de descentralização definido por Spósito (1991) como a multiplicação de estabelecimentos comerciais na estrutura urbana que revela novas formas de centralidade, já que neste caso trata-se de uma rede de laboratórios que se expandiu para o Bairro mediante o recente processo de estruturação da cidade e da multiplicação/concentração de estabelecimentos comerciais nessa área.

Os empresariais são estruturas comerciais recentes que concentram, em seu interior, estabelecimentos comerciais de variados ramos. No caso apresentado observa-se a presença das lojas de confecções, *pet shop*, consultório, etc. A concentração desses tipos de estabelecimentos ou estruturas são mais comuns nas vias onde ocorre maior movimentação/fluxos. Para o caso analisado, destaca-se a Av. Francisco Lopes de Almeida, que concentra de forma mais expressiva os estabelecimentos comerciais e as novas estruturas apresentadas.

A Avenida Francisco Lopes de Almeida é uma via comercial do Bairro das Malvinas que possui fluxos mais expressivos, pois trata-se de uma via que dá acesso ao DETRAN e a alça sudoeste. De acordo os entrevistados, a avenida possui algumas características que condicionam a sua centralidade:

Trata-se de um trecho comercial ótimo por possuir fluxos, e depois da alça sudoeste e do DETRAN melhorou mais ainda (ENTREVISTADO 3, Rua das Juremas, 2016).

É um trecho bom pois se constitui como um novo centro e evita deslocamento até o Centro Principal (ENTREVISTADO 4, Av. Francisco Lopes de Almeida, 2016).

É um trecho que possui um bom desenvolvimento, o comércio vem se desenvolvendo, aqui tem tudo que eu preciso (ENTREVISTADO 5, Av. Francisco Lopes de Almeida, 2016).

Os intensos fluxos na Av. Francisco Lopes de Almeida se constituem pelo fato da mesma ser um ponto de entrada e saída da cidade, bem como, pelo deslocamento da população em direção ao DETRAN. Geralmente, nos estabelecimentos comerciais maiores desta avenida como, por exemplo, as farmácias, verifica-se a presença de um público consumidor de outras cidades que durante o deslocamento se direcionam a estes estabelecimentos para consumir, principalmente, os produtos farmacêuticos.

Fotografia 19: Consumidores na Farmácia Dias



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Por se caracterizar como uma importante via comercial do bairro e da cidade, a referida avenida tende a ser uma das que mais concentra estabelecimentos comerciais de maior expressividade e estrutura. A escolha locacional de muitos proprietários se dá, principalmente, por esta avenida ser uma das mais movimentadas, possuir maiores fluxos e, além disso, por ter apresentado nos últimos anos uma multiplicação de estabelecimentos comerciais de diversas tipologias.

Observa-se que no Centro de Bairro outros ramos comerciais passaram a se multiplicar como, por exemplo, os mais básicos. Estes estabelecimentos conferem uma dada dinâmica que tende a complexificar a área central, uma vez que esta passa a se organizar em diferentes padrões organizacionais e arquitetônicos de

estabelecimentos. Como exemplo apresenta-se os estabelecimentos comerciais da Rua das Juremas, vejamos as fotografias 20 e 21 apresentadas abaixo:

Fotografia 20: Loja de Material de Construção na Rua das Juremas



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Fotografia 21: Loja de Calçados na Rua das Juremas



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Dentre os estabelecimentos comerciais de maior destaque estão as lojas de confecções que se diversificaram, aumentaram e se modernizaram; as farmácias dos programas federais; as distribuidoras de água, bebida e gás; os supermercados de rede associativista e as centrais de serviços de Moto táxi.

As ruas do Centro de Bairro não possuem a mesma intensidade de fluxos, em virtude dos tipos de estabelecimento e da movimentação de veículos e pessoas. No caso da Rua das Juremas, por exemplo, os estabelecimentos existentes propiciam fluxos em horários mais específicos, como se observa no começo da manhã, ao meio dia e no final da tarde. Dentre os estabelecimentos que condicionam a maior

movimentação na rua, pode-se mencionar a escola, posto de saúde, restaurante e o posto bancário, apresentados nas fotografias 22 e 23.

Fotografia 22: Restaurante na Rua das Juremas



Fonte: Dados de Campo, 2016.

Fotografia 23: Posto Bancário na Rua das Juremas



Fonte: Dados de Campo, 2016.

Além dos estabelecimentos de ramos mais básicos, o Centro de Bairro também concentra outros estabelecimentos de demandas mais específicas e que foram instalados recentemente, um exemplo são os escritórios, consultórios, estabelecimentos de ensino, estúdio fotográfico, etc.

Fotografia 24: Loja de Aviamentos e Estúdio Fotográfico na Rua das Umburanas



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Fotografia 25: Escritório Contábil na Rua das Umburanas



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Os estabelecimentos comerciais instalados no Centro do Bairro, recentemente, são de proprietários cujo motivo de localização se deu por residirem na localidade ou em áreas próximas e, também, por observarem nesta área uma dinâmica que o Centro não mais oferece. O Entrevistado 6 enfatiza que:

Antes o meu estabelecimento estava localizado no centro, mas resolvi me deslocar para o Bairro das Malvinas, pois aqui é melhor de trabalhar, no centro não há espaço, os custos são maiores, há dificuldade para estacionar, andar (ENTREVISTADO 6, Rua das Umburanas, 2016).

No Centro de Bairro observa-se um aumento significativo de pequenos comércios, como, por exemplo, as lojas de assistência técnica e as lojas de confecções, que são, em maior parte, de moradores do bairro que, antes trabalhavam

no Centro e optaram por abrir o seu próprio estabelecimento, conforme informou o Entrevistado 7:

Optei por abrir meu comércio aqui no bairro, pois antes trabalhava neste mesmo ramo lá no centro, quando resolvi sair de lá percebi que havia a necessidade de lojas de assistência técnica e celulares, como eu já morava aqui achei melhor ficar no bairro (ENTREVISTADO 7, Rua das Umburanas, 2016).

O comércio do Bairro das Malvinas pode ser classificado como um comércio de demandas básicas, no entanto, possui uma diversidade e exerce centralidade para as áreas mais próximas, como é o caso dos bairros imediatos. Os Entrevistados 8 e 9 relataram nas suas falas a importância do comércio do bairro em relação à cidade e ao Centro:

O comércio do bairro é muito bom, acho que futuramente o centro vai acabar, vai ser algo histórico, igual em Recife. No centro temos muitos problemas para estacionar e se locomover, então é mais fácil ficar aqui, o bairro já se classifica como uma cidade, sem falar que em outras ruas que não são principais também possuem várias atividades comerciais”. (ENTREVISTADO 8, Av. Francisco Lopes de Almeida, 2016).

É um comércio atuante, mas necessita de diversificação, na ausência do centro o comércio não é independente, não é singular, necessita de ampliação”; É um comércio que tem crescido muito e creio que daqui a 5 anos muitos ramos vão descentralizar, hoje já vemos a chegada de redes de farmácias, supermercados que já são de grande importância para o bairro”. (ENTREVISTADO 9, Rua das Juremas, 2016).

Esta afirmação reflete o que evidencia Cachinho e Salgueiro (2016) quando analisam a perda de papel do Centro Principal nas cidades portuguesas, alguns dos elementos apontados pelos autores começam a ser observados na realidade de Campina Grande/PB, embora devamos considerar que estamos tratando de um processo que se apresenta de forma ainda incipiente. Escreve os autores:

Com a continuada descentralização da atividade comercial, a multiplicação das novas formas de comércio, o aparecimento de novos centro de comércio e serviços especializados, tanto na cidade como na periferia, e a perda de importância do centro de comércio tradicional, o esquema clássico de organização urbana da atividade começa a ser desafiado na sua dupla vertente da estrutura hierárquica e da proeminência do centro único. Assiste-se a substituição progressiva deste modelo de organização por outro, mais complexo, constituído de vários polos, uns mais generalistas outros mais especializados, no seio do qual se desenvolvem complementariedades e concorrência entre diferentes tipos de centros, formas de comércio e formatos de estabelecimentos (CACHINHO & SALGUEIRO, 2016, p.17).

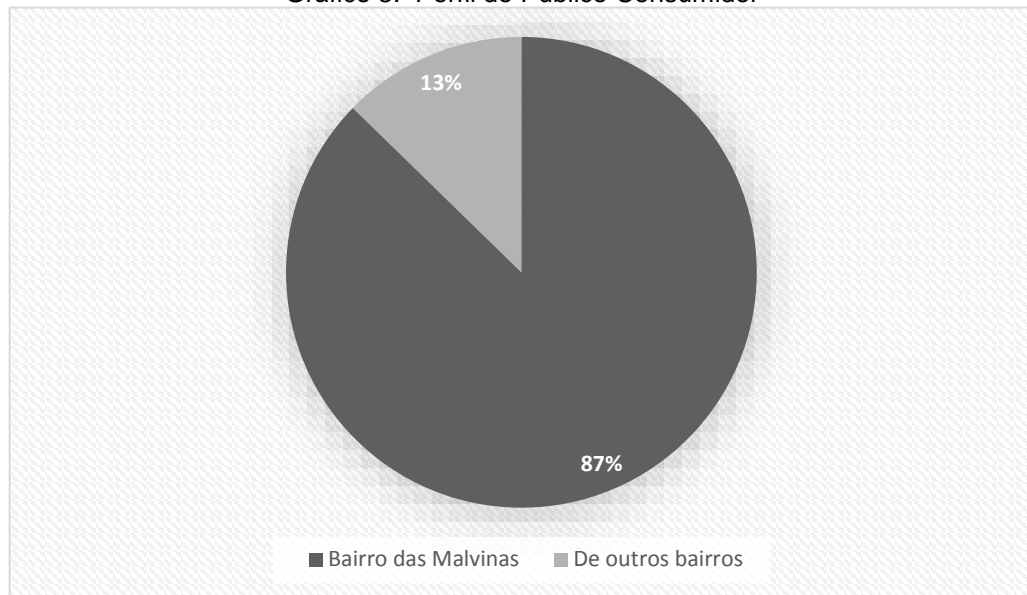
Com base nas afirmações dos autores, observa-se que, na realidade de Campina Grande/PB, o processo de constituição de novas áreas centrais ainda é bastante inicial, mas, ao mesmo tempo, verifica-se que algumas das implicações deste processo já estão fortemente presentes na realidade urbana desta localidade. É importante mencionar, com base nessa reflexão, que a lógica das áreas centrais na cidade ainda é baseada na complementariedade e no compartilhamento de funções, tendo em vista que o Centro desempenha um forte papel na estrutura urbana e as novas áreas centrais assumem o suprimento de necessidades básicas a partir de funções complementares.

As relações de consumo nos estabelecimentos comerciais do Centro do Bairro das Malvinas são, em grande parte, dos moradores locais ou de bairros mais imediatos, como: O Cinza, Rocha, Três Irmãs, etc. A população oriunda de outras cidades, eventualmente, se desloca até o comércio do bairro, no entanto, estas eventualidades ocorrem em virtude dos fluxos existentes entre as ruas e em direção ao DETRAN e a Alça Sudoeste. O Entrevistado 9 afirma que “a maior parte do público consumidor é do bairro, mas outras pessoas da cidade e de outras cidades também procuram a loja, pois há fluxos na avenida Francisco Lopes em direção à Rua das Umburanas” (ENTREVISTADO 9, Rua das Umburanas, 2016).

No Centro de Bairro, o público consumidor em grande maioria é oriundo de localidades próximas, ou seja, de ruas imediatas ou de bairros vizinhos. Este fato é observado pelas formas de deslocamento, que é realizado a partir da utilização de veículos ou, quando isso ocorre, o transporte mais utilizado é a motocicleta, tendo em vista que trata-se de uma “curta distância” a ser percorrida.

O Centro do Bairro das Malvinas recebe consumidores residentes no Bairro, bem como de outros bairros que estão localizados nas proximidades. Mediante a realização da pesquisa constatou-se que a maior parte dos consumidores são do Bairro e a outra parte, menor quantidade, são de outros bairros.

Gráfico 3: Perfil do Público Consumidor



Fonte: Dados de Campo, 2016.

Os lugares de consumo são considerados espaços onde ocorre a realização da vida cotidiana, do mercado até a feira. As dinâmicas sociais de consumo refletem a forma de organização social de um dado espaço. De acordo com Baudrillard (1995, p. 25) “o lugar do consumo é a vida cotidiana, esta não é apenas a soma dos fatos e gestos diários, a dimensão da banalidade e da repetição: é um lugar de interpretação”. Os espaços de consumo, por remeter a dimensão do cotidiano, requer sempre análises e interpretações, já que cada um apresenta suas particularidades.

No Centro de Bairro, as práticas de consumo são diferenciadas daquelas que ocorrem em outros espaços comerciais da cidade como, por exemplo, o Centro. Na dimensão do cotidiano, suas formas de organização e estruturação conduz a práticas de consumo diferenciadas e com um público consumidor distinto daquele que busca outros espaços de consumo na cidade.

O público consumidor das Malvinas direciona-se para os estabelecimentos comerciais existentes no Centro do Bairro, enquanto aqueles consumidores oriundos de outros bairros procuram estabelecimentos de ramos mais específicos como o farmacêutico, alimentício e bancário.

É evidente que no Centro do Bairro das Malvinas o maior fluxo e movimentação se dá nas Ruas das Juremas e Av. Francisco Lopes de Almeida, pois nestas ruas há maior diversificação comercial, embora outras ruas também apresentem estabelecimentos que exercem influência para todo o Bairro. O comércio do Bairro supre as mais variadas necessidades, desde as mais básicas até as mais complexas.

Dentre as mais básicas, pode-se mencionar a alimentícia e a farmacêutica e as mais complexas destaca-se os serviços bancários, que são oferecidos pelos correspondentes bancários e posto bancário.

O comércio do bairro em suas metamorfoses passou a incorporar o sistema de crédito como forma de pagamento, este elemento afirma a lógica das inovações organizacionais incorporadas pelos estabelecimentos comerciais do Bairro.

A sociedade do consumo denominada por Baudrillard (1995) é uma sociedade de aprendizagem do consumo e de iniciação social ao consumo, ou seja, uma sociedade que cria novos modos específicos de socialização mediante a emergência de novas forças produtivas e da reestruturação do sistema econômico de alta produtividade.

O crédito, se constitui como um modo específico de reagir às reestruturações econômicas do capital, ou seja, desempenha um importante papel no contexto dos orçamentos e das despesas. Para o referido autor o crédito leva a facilidade de acesso à abundância e liberta dos velhos tabus da poupança.

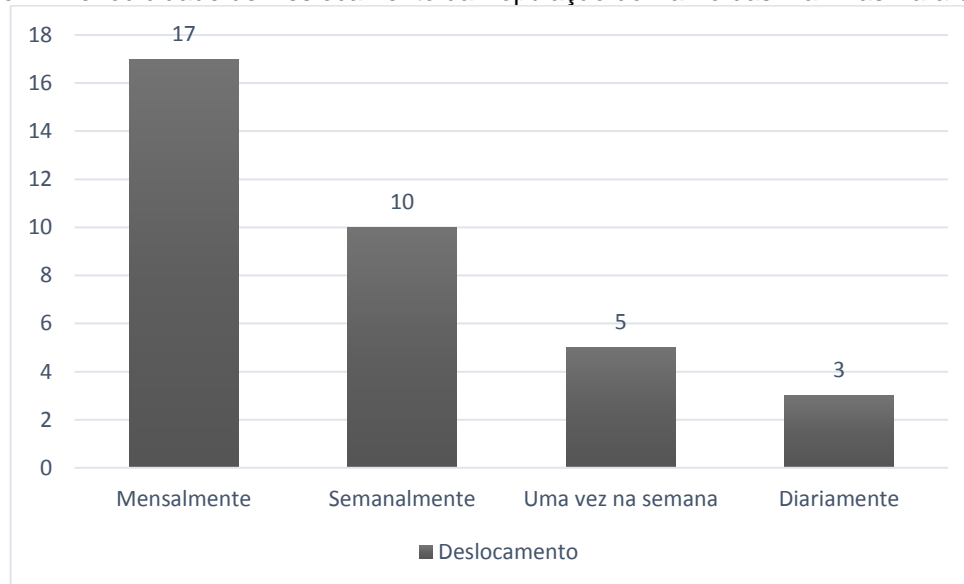
A população adota diferentes estratégias de consumo no espaço urbano, no Bairro já é possível identificar a proliferação do sistema de crédito, como também é comum as relações amistosas de freguesia, ou seja, a caderneta, a promissória, que representam uma relação de proximidade entre consumidor e comerciante.

O padrão de estruturação de cada estabelecimento comercial revela o tipo das relações de consumo que se estabelecem em uma dada área central, no caso do Centro de Bairro, os estabelecimentos com menor padrão de estruturação, geralmente, adotam outras formas de pagamento que são, especificamente, o dinheiro ou crediário, os estabelecimentos com padrão superior, ou seja, supermercados de rede, farmácias, laboratórios, dentre outros, adotam, principalmente, os sistemas de crédito, débito ou dinheiro.

Embora se observe no Centro de Bairro uma diversificação e multiplicação dos estabelecimentos comerciais, ainda há uma constante necessidade da convergência até o Centro, já que, conforme apontado por Spósito (2010), nas Cidades Médias, o Centro ainda é o principal espaço para onde converge toda a população da cidade e onde se verifica com maior intensidade as relações comerciais. De acordo com entrevistas realizadas, pode-se constatar que a população do Bairro das Malvinas se desloca com diferentes níveis de periodicidade até o Centro Principal. Esses níveis

podem ser divididos em diariamente, uma vez por semana, semanalmente ou uma vez por mês.

Gráfico 4: Periodicidade de Deslocamento da População do Bairro das Malvinas Para o Centro



Fonte: Dados de Campo, 2016.

Embora tenha sido entrevistado um percentual mínimo da população, pode-se apresentar que a periodicidade de deslocamento da população do Bairro das Malvinas é diversa, tal fato é verificado partir das relações estabelecidas no Centro, seja de trabalho, consumo, lazer ou da utilização de serviços administrativos e bancários. O deslocamento para relações de trabalho é realizado diariamente, enquanto para as relações de consumo e utilização de serviços pode variar a periodicidade, semanal ou mensal.

A concentração expressiva de estabelecimentos comerciais, como os supermercados, lojas de confecções, lojas de eletrodomésticos e das principais agências bancárias e os serviços administrativos de educação e saúde afirmam a necessidade de convergência da população do Bairro e de outras áreas da cidade até o Centro com níveis de periodicidade constante.

O deslocamento é realizado, na maioria das vezes, a partir da utilização do transporte coletivo que é estruturado em formato radial, conforme apresentado no Capítulo I. Além disso, pôde-se verificar a intensa utilização do meio de transporte individual como, por exemplo, a motocicleta, que se caracteriza como um meio de transporte que apresenta baixo custo e facilidade de locomoção.

Dessa forma, pode-se considerar que o Centro exerce forte centralidade, o Centro de Bairro se constitui como uma área central de centralidade mínima ou

imediate, haja vista a periodicidade de deslocamentos da população e a concentração expressiva de estabelecimentos que atendem as primeiras necessidades de consumo. Pode-se inferir que o Centro de Bairro e o Centro apresentam uma forte relação de complementariedade e compartilhamento de funções que são observadas a partir das relações de deslocamento e consumo apresentadas.

3.4. Os estabelecimentos comerciais do Bairro das Malvinas: estruturação e organização

Os estabelecimentos comerciais do Centro do Bairro das Malvinas vêm aumentando e se diversificando continuamente. Sua expansão e a modernização propicia novas funcionalidades ao comércio do Bairro, pois este adquire novas feições e mescla-se a coexistências de estabelecimentos comerciais mais pretéritos, como é o caso do pequeno comércio.

Em diferentes contextos, ocorreram metamorfoses nas relações comerciais e nos padrões dos estabelecimentos comerciais no Bairro das Malvinas, que pode ser identificado a partir de um longo processo de transformações. Esse processo é marcado inicialmente com o pequeno comércio nas residências, posteriormente com as bodegas e os mercadinhos e, na atualidade, com os supermercados, farmácias, laboratórios, frigoríficos, lojas de assistência técnica e dentre outros.

As metamorfoses espaciais e comerciais ocorrem em determinadas áreas da cidade mediante o processo de estruturação e, principalmente, pelo aumento do tamanho demográfico e o surgimento de uma população com potencial de consumo determinado, realidade verificável no Bairro das Malvinas. A dinamização comercial no Bairro configura mudanças relevantes para pensar o setor terciário na atualidade e o papel desempenhado no contexto intraurbano.

O Centro do Bairro das Malvinas é uma realidade comercial complexa, pois, mediante o processo de estruturação da cidade e aumento das demandas de consumo, este espaço adquiriu várias feições. Uma dessas complexidades é a capacidade de concentrar estabelecimentos comerciais destinados ao suprimento de diversos tipos de necessidades, que, por sua vez, configuram a centralidade do bairro na cidade. Além disso, apresenta o processo de descentralização/desconcentração e a multicentralidade definidos por Spósito (1991, 2004) como a multiplicação de estabelecimentos e de áreas centrais na cidade.

Por esta complexidade, os estabelecimentos comerciais que surgem a partir do processo de desconcentração/descentralização, juntamente com os estabelecimentos já existentes no Bairro, constituem interações diversas, a partir de padrões arquitetônicos e organizacionais de diferentes contextos.

Os estabelecimentos comerciais do Centro do Bairro das Malvinas evidenciam contrastes perceptíveis no que se refere aos padrões de modernização. Enquanto alguns estabelecimentos se descentralizam ou surgem com lógicas espaciais e de comercialização mais elaboradas, os estabelecimentos de pequeno porte, peculiares do desenvolvimento do Bairro, adotam um padrão diferenciado de organização e estruturação física.

Fotografia 26: Estabelecimentos comerciais de baixo padrão organizacional no Centro de Bairro



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Os estabelecimentos comerciais mais espontâneos apresentados na fotografia 26 revelam um baixo padrão de organização e de capital. Dentre eles surgem outras tipologias de estabelecimentos que, embora não possuam um padrão organizacional diferenciado, comercializam produtos tecnológicos e estabelecem relações comerciais de compra e venda de forma mais ampla. Nesse sentido, pode-se inferir a existência de estabelecimentos comerciais que se enquadram no padrão dos dois circuitos da economia, discutido por Santos (1975) e Silveira (2009). Segundo os autores:

Um dos dois circuitos é resultado direto da modernização tecnológica. Consiste nas atividades criadas em função dos progressos tecnológicos e das pessoas que se beneficiam deles. O outro é igualmente resultado da mesma modernização, mas um resultado indireto, que se dirige aos indivíduos que só se beneficiam parcialmente ou não se beneficiam dos

progressos técnicos recentes e das atividades e ele ligadas (SANTOS, 1975, p. 38).

Atividades bancárias e financeiras, comércios, indústrias e serviços modernos, frequentemente orientados para exportação, constituem o circuito superior, derivado dele identificamos uma economia mais pobre – circuito inferior – constituída por atividades de fabricação, comércio e serviços cujo o grau de capitalização tecnologia e organização é relativamente baixo (SILVEIRA, 2009, p. 65).

O padrão dos estabelecimentos típicos do circuito inferior é caracterizado pelo grau de capitalização e tecnologia relativamente baixo. Nesse sentido, embora os padrões dos estabelecimentos sejam diferenciados, observa-se que os diferentes graus de modernização e capital mesclam-se as coexistências conformando estabelecimentos com um novo padrão organizacional.

Para este caso, tem-se o exemplo das lojas de confecções que mediante o processo de modernização e expansão passaram a se reorganizar a partir de novas lógicas de consumo, crédito e mercadorias.

Fotografia 27: Loja de Confecções do Período Atual na Rua das Umburanas



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Os estabelecimentos do ramo de confecções passam a adotar um novo padrão organizacional e contam com a disponibilidade de marcas e formas de crédito. As metamorfoses do comércio do Bairro vieram acompanhadas da difusão do sistema de crédito que, no contexto econômico atual, funciona como mola propulsora para o desenvolvimento do sistema capitalista e reafirma a existência e complementariedade dos dois circuitos da economia urbana apontados anteriormente. De acordo com Ivo Et. Al. (2015):

O crédito é um elemento de desenvolvimento econômico, pois possui capacidades de inovações capazes de dinamizar o ciclo econômico, permitindo ao empresário garantir forças produtivas importantes para produção de bens e serviços, sendo um mecanismo indispensável ao sistema capitalista (IVO *et.al*, 2015, p. 161).

Para Lozano e Spósito (2015), os programas de distribuição de renda e a expansão do crédito para um leque maior da população propiciaram a concretização de novas formas de consumo que surgem mediante o aumento das possibilidades de endividamento. Dentre essas novas formas de consumo, estão os estabelecimentos das novas áreas centrais que passam a adaptar seu padrão ao sistema de crédito, modificando a relação de compra informal existente nos pequenos comércios.

Ao analisar os estabelecimentos comerciais do contexto terciário-informacional verificamos a existência da complementariedade de elementos provenientes de diversos períodos. Os estabelecimentos comerciais das novas áreas centrais, especificamente do Centro do Bairro, são dotados de uma diversidade e pluralidade em suas formas, o que remete a uma complexa organização dos padrões estruturais e organizacionais.

A centralidade emanada a partir da concentração dos estabelecimentos comerciais nestes padrões apresenta suas particularidades, tendo em vista as distintas materializações dos padrões de estruturação e consumo, bem como, aponta elementos para entender o grau de centralidade exercido pelo Centro de Bairro. As mudanças ocorridas no contexto atual são consequência de diversos elementos, sendo a modernização e a expansão do crédito/consumo os mais relevantes.

3.5. As Redes Comerciais

A noção de rede geográfica remete a uma complexa organização social, na qual tem-se como elemento fundamental a articulação. Para Corrêa (2011, p. 200) “as redes geográficas são redes sociais especializadas. São sociais em virtude de serem construções humanas, elaboradas no âmbito das relações sociais de toda ordem, envolvendo poder e cooperação, além daquelas de outras esferas da vida”.

Para o referido autor as redes se tornam geográficas quando a consideramos em sua espacialidade, ou seja, “a passagem de uma rede social para uma rede geográfica se dá quando assim a consideramos, a despeito de sua necessária espacialidade, expressa em localizações qualificadas, e com interações espaciais entre elas”. (CORRÊA, 2011, p. 201)

As redes comerciais podem ser consideradas como importantes meios para multiplicação de estabelecimentos comerciais. Na escala da cidade, as redes comerciais tendem a se organizar espacialmente a partir de distintas lógicas e incorporam novas formas de comercialização, no que se refere as marcas, produtos, padrão organizativo, etc.

Para Mañas e Pacanhan (2004) a composição de redes e seus propósitos levam em conta a integração como medida que possibilite as superações de dificuldades de mercado via, posicionamentos mais competitivos e mais eficazes. Os autores enfatizam que as redes apresentam-se como uma alternativa viável por conseguir estabelecer uma relação positiva no que diz respeito a combinação de pessoas, tecnologias e capital, que deixa de estar concentrado nas mãos de apenas um proprietário.

Os estabelecimentos comerciais associados às redes adotam estratégias locacionais na malha urbana e, para isso, realizam estudos prévios com o objetivo de identificar o grau de demanda, a ausência do ramo comercial e a centralidade exercida por cada área dentro da cidade. As estratégias espaciais diferem para cada tipo de rede, seja associativista ou de lojas.

As redes associativistas são redes comerciais comandadas a partir de um sistema corporativo, no qual objetivam fidelizar pequenos estabelecimentos comerciais em um grupo de pessoas jurídicas, para uma rede de comércios que trabalha com a padronização de produtos, marcas e sistema organizativo. As redes de lojas são uma cadeia de lojas distribuídas em vários espaços a partir de um processo de expansão que tem como objetivo principal expandir o número de lojas âncoras ou filiais.

Segundo Sales (2014, p.96), as redes, “independentemente de ser associada, cooperativa ou contratual, define a operacionalização dos bens de serviços”. Dessa forma, a rede associativista pode ser definida como um sistema corporativo no qual detém o controle das marcas e do padrão organizativo e se configura a partir de relações entre produtores e distribuidores de forma horizontal, com pessoas jurídicas diferenciadas e sobreposição de decisões que, geralmente, partem do agente distribuidor.

De acordo com Silva (2015) este tipo de rede pode ser entendida como uma estratégia de reprodução do capital, mas com lógicas diferenciadas das cadeias de

lojas, ou seja, as redes de negócios “consistem no agrupamento de pessoas jurídicas que trabalham no mesmo segmento, isto é, empreendedores que formam um grupo comercial para enfrentar a competitividade atual.”

Para a autora, esses dois tipos de redes se diferenciam pelas lógicas de comando, de modo que, nas redes de lojas, as decisões são tomadas por uma sede, ou seja, uma loja que funciona como ponto de comando e de decisões para os demais estabelecimentos, já nas redes de negócios as tomadas de decisões são coletivas, de modo que todos têm voz e poder nas decisões conjuntas.

Segundo Silva (2015) as redes de negócios estão cada vez mais presentes nos espaços das cidades pequenas e médias, nestas últimas elas se fazem muito mais presentes, pois nesses espaços urbanos estão instaladas filiais de multinacionais e de grandes corporações brasileiras. Para autora, este fato, impossibilita que o pequeno comerciante possa concorrer de maneira igualitária com essas grandes redes.

Em Campina Grande/PB, as redes comerciais estão presentes em toda a cidade, principalmente nos bairros, onde se observa uma forte propagação de supermercados e farmácias vinculados a diferentes tipos de redes. A chegada das redes comerciais nos bairros é uma forma de reinventar o padrão dos estabelecimentos comerciais voltados para o suprimento de necessidades básicas, pois até o final da primeira década dos anos 2000 ainda havia a existência de pequenos mercadinhos e bodegas, formas comerciais que precedem a chegada do supermercado nos bairros, conforme observou Diniz (2011).

No Centro do Bairro das Malvinas estão presentes estabelecimentos de rede associativista e de lojas, ambos adotaram estratégias locacionais distintas. A rede associativista se instalou no Bairro a partir de uma adesão e da multiplicação de estabelecimentos já existentes e a rede de lojas se expandiu, com o objetivo de aumentar o número de lojas âncoras e travar concorrência direta com outra rede já existente no Bairro.

Fotografia 28: Rede Associativista: Supermercado Smart



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Fotografia 29: Rede de Lojas: Farmácia Redepharma



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Fotografia 30: Rede de Lojas: Farmácia Dias



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016. Acervo: Taynan Araújo.

Com base na identificação realizada através do levantamento de uso do solo e da aplicação de entrevistas, observou-se que o Centro de Bairro conta com três estabelecimentos associados a redes, o Supermercado da Rede Smart e as lojas âncoras da Redepharma e Farmácia Dias. O período de instalação dos estabelecimentos é recente, sendo a Redepharma a única loja que está localizada a menos de um ano.

A expansão da rede de lojas se concretiza a partir da necessidade de concorrência com outras redes. Como exemplo, tem-se o ramo farmacêutico, considerado como um dos que mais se expandiu no Centro de Bairro estudado. De acordo com o gerente de lojas da Redepharma:

O estabelecimento visa abranger os bairros com a concorrência, temos a Farmácia Dias aqui ao lado, e vimos a oportunidade por aqui ser um bairro bom, populoso, de Classe A e B, observamos a existência desse ponto e abrimos o estabelecimento. Vemos que tá surtindo efeito nesses dois dias que estamos localizados no bairro (GERENTE DA LOJA REDEPHARMA, 2016).

As redes comerciais possuem características específicas em relação as escolhas locacionais, são elas: a concorrência com outras redes do mesmo ramo e a expansão da malha urbana. A rede de supermercados, denominada como rede associativista, é articulada com base na seguinte lógica:

Já estou no ramo de supermercados há muito tempo e percebi que aqui no bairro ainda não tinha nenhum estabelecimento maior, apenas pequenos mercadinhos, ao passar por aqui vi que tinha esse ponto para alugar e resolvi localizar o supermercado aqui, pois além de não haver nenhum outro vinculado à rede a localização é muito boa (PROPRIETÁRIA DO SUPERMERCADO, 2016).

O estabelecimento vinculado à rede de supermercados tem sua estratégia locacional baseada em dois elementos: a expansão do ramo em toda a cidade e a concorrência com os pequenos mercadinhos existentes no Bairro. Conforme evidencia a Proprietária do Supermercado:

Eu já possuía outros dois estabelecimentos associados na rede (nos bairros da Prata e Palmeira), esse estabelecimento quando eu abri já abri na rede. Para integrar esse estabelecimento na rede foi mais fácil, pois o meu estabelecimento na prata já era associado, então eu só abri mais uma unidade e permaneci na rede, pois eu tenho mais vantagens como desconto de mercadorias, sacolas, marca e descontos maiores. Hoje sai mais vantajoso se integrar a rede do que ficar com o mercadinho independente (PROPRIETÁRIA DO SUPERMERCADO, 2016).

Além de condicionar a expansão dos estabelecimentos, a adesão a redes comerciais possibilita ao fidelizado algumas vantagens, principalmente, em relação ao número de marcas a ser comercializada, desconto de mercadorias e etc. Mediante essas vantagens oferecidas, muitos dos pequenos estabelecimentos aderem a lógica das redes por não conseguirem competir diretamente no mercado, conforme evidencia Manas e Pacanhan (2004) uma pequena empresa isolada não consegue sobreviver num ambiente mutável, dessa forma a disposição em rede apresenta-se como uma alternativa viável para combinação de pessoas, tecnologia e decisões.

Após a instalação dos estabelecimentos vinculados às redes comerciais ocorreu a propagação de outros estabelecimentos que, embora não façam parte de nenhuma rede, apresentam padrão organizativo e estrutural diferenciado do comércio tradicional de bairro como, por exemplo, os laboratórios, consultórios, escritórios, etc.

A localização das ruas no Bairro favorece a instalação dos referidos estabelecimentos comerciais, tanto os que estão associados às redes como outros que se instalaram a partir das condições locacionais e de acessibilidade. De acordo com os entrevistados:

É um trecho muito bom, muito forte, eu trabalhei aqui na Rede Dias e considero como um polo comercial, a gente tem farmácia, mercadinho, bares, restaurantes, é um ponto interessante, vai de oeste até o leste e pega vários bairros (GERENTE DA REDE DE LOJAS, 2016).
É a melhor localização, pois é um cruzamento do Rocha, Malvinas, Cinza e abrange muitos bairros por perto (PROPRIETÁRIA DO SUPERMERCADO, 2016).

A localização das vias comerciais no Bairro e o surgimento de uma população com potencial de consumo determinado condicionam a concentração de estabelecimentos que emanam centralidade no raio de extensão do Bairro e das suas imediações, que corresponde a zona urbana e rural. Os estabelecimentos comerciais associados às redes, mesmo com padrão organizacional mais elevado, estabelecem relações direta com o Centro, haja vista as demandas de mercadorias e questões administrativas que são resolvidas diretamente naqueles estabelecimentos que estão localizados no Centro.

A chegada dos estabelecimentos vinculados às redes comerciais dinamizou o comércio do bairro, uma vez que até a primeira década do século XXI, havia apenas a presença de pequenos estabelecimentos com baixo padrão arquitetônico e

organizacional. Além disso, fica claro que a propagação desses estabelecimentos nos leva a compreender o processo de estruturação e o aumento, crescimento e diversificação do comércio no Bairro das Malvinas, especificamente, no Centro de Bairro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise e compreensão dos conceitos de Centro, Áreas Centrais, Descentralização, Reestruturação Urbana e da Cidade, Subcentro e Centro de Bairro possibilitou traçar um longo percurso analítico a respeito da produção do espaço urbano de Campina Grande/PB e a conformação de novas áreas centrais.

Nas Cidades Médias, o Centro tende a exercer forte centralidade, na estrutura e na rede urbana. Tal fato contribui para compreendermos que estas cidades, em grande parte, possuem uma estrutura na qual o Centro ainda é o principal espaço em termos de concentração, fluxos e demandas e às outras áreas centrais e centralidade cabe o papel de complementariedade e compartilhamento de funções.

Isso pôde ser comprovado a partir dos dados disponibilizados na base do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE, 2010). Observa-se, a partir da distribuição de estabelecimentos comerciais em Campina Grande/PB, que o Centro se afirma como o principal espaço de concentração, logo se caracteriza como forte centralidade por concentrar a maior quantidade de fluxos e atender diversos tipos de demandas que outras áreas centrais da cidade ainda não conseguem atender, por exemplo, os serviços administrativos, bancários e o comércio voltado para compras não planejadas, como é o caso das lojas de móveis e eletrodomésticos.

Nesse sentido, a partir da construção do Capítulo I, pode-se considerar que os conceitos de Centro, Centralidade e Áreas Centrais possuem um longo percurso de discussões na Geografia Brasileira. Por esse motivo, algumas definições expressas não levam a uma compreensão direta das estruturas urbanas das cidades médias, no entanto, se constituem como um aporte indispensável para o entendimento e classificação das tipologias de áreas centrais.

Para o Centro de Campina Grande/PB é possível inferir que seja a principal centralidade em termos de representatividade. Isto é reforçado pela presença de estabelecimentos comerciais, de serviços e de equipamentos que reforçam os seus atributos. Embora estejam sendo implementados projetos urbanos para alteração dos fluxos no espaço intraurbano, o Centro ainda representa a principal centralidade na estrutura urbana de Campina Grande/PB.

Ao estudar a produção do espaço urbano da cidade verificou-se que, mesmo o Centro sendo a principal área de concentração comercial, na atualidade, mediante as reestruturações urbanas e produtivas ocorridas, a cidade passou a receber grandes

estruturas comerciais como, por exemplo, os Hipermercados, *Shopping Center* e Atacarejos, que complexificam a estrutura urbana e alteram a centralidade na escala da cidade e da rede urbana.

Essas estruturas comerciais se localizam em áreas mais afastadas do Centro, no entanto, ao se instalarem modificam as relações de consumo e tornam-se centros comerciais, nos quais há uma significativa convergência da população e, dessa forma, cria uma nova centralidade a partir da lógica do compartilhamento de funções com o Centro.

Ao analisar a estrutura urbana campinense, conclui-se que a concentração de serviços de saúde e educação de alta complexidade, aliado a instalação de grandes equipamentos de consumo e a conformação de novas áreas centrais, como é o caso das vias comerciais, vias comerciais de bairro e Centro de Bairro, a constituição da centralidade se torna cada vez mais fluída, não se limitando apenas a um espaço específico.

As relações estabelecidas através dos grandes equipamentos de consumo, assim como pelos serviços de saúde e educação e pelas áreas centrais, se constituem como elementos representativos, à medida que ampliam o papel da cidade na rede urbana, alteram os níveis de centralidade e colaboram com processos de reestruturação urbana e produtiva. A partir dessa representação, tem-se a conformação do Centro do Bairro das Malvinas, importante área central que desempenha centralidade, ainda que no alcance mínimo.

O Centro de Bairro, embora não possua uma vasta literatura sobre a sua definição, foi compreendido nesta pesquisa com base nos estudos de Berry (1963) e Sales (2014) como um tipo de área central que possui baixa concentração de estabelecimentos comerciais, emana centralidade em um alcance espacial mínimo e conta com um potencial de consumo determinado.

Em relação ao Capítulo II, pode-se considerar que o espaço urbano de Campina Grande/PB se organiza a partir da presença de múltiplas áreas centrais e centralidades. Para a realidade observada os serviços de educação, saúde e as grandes estruturas comerciais são elementos que reforçam e afirmam a centralidade da cidade. Além disso, as novas áreas centrais são espaços que exercem importante centralidade, não se caracterizando com papéis inferiores ao Centro, mas sim de complementariedade.

O Centro do Bairro das Malvinas está localizado em um Bairro da cidade de Campina Grande/PB e possui um contexto histórico bastante representativo por ter sido construído a partir das políticas habitacionais do Banco Nacional de Habitação, bem como por ser considerado como o Bairro mais populoso da cidade e se localizar em uma área onde o processo de estruturação é mais evidente, haja vista a expansão contígua da malha urbana e a chegada de importantes equipamentos de serviços públicos estaduais.

O Centro do Bairro das Malvinas apresenta algumas particularidades em relação às definições formuladas pelos autores adotados. No que se refere à baixa concentração de estabelecimentos comerciais constatou-se que as unidades residenciais são as formas de edificação predominante em todas as ruas, com exceção da avenida principal, que dá acesso ao Centro e ao Departamento Estadual de Trânsito. Essa observação levou a concluirmos que a rarefação é uma das características predominantes nesse Centro de Bairro, embora não seja uma especificidade só dele.

O Centro do Bairro das Malvinas conta com a presença de estabelecimentos de serviços públicos estaduais de demanda regional, que modificam o alcance espacial e a concentração de estabelecimentos comerciais no bairro. Esses serviços ampliam o alcance espacial do bairro para nível máximo/regional e possibilita a diversificação e multiplicação de estabelecimentos comerciais de ramos mais específicos e com padrão arquitetônico e organizativo superior ao comércio de bairro.

Embora releve uma paisagem de consumo com organização inferior, tendo em vista o potencial de renda/consumo da população do bairro e das localidades próximas, o Centro de Bairro pode ser considerado como uma área potencial para instalação de estabelecimentos comerciais vinculados às redes associativistas, ou até mesmo, estabelecimentos com padrão organizativo mais elevado, no que se refere a estrutura arquitetônica e incorporação das inovações mercadológicas e de consumo.

Na classificação das áreas centrais, a referida área não se conforma como um Subcentro em virtude da sua estruturação e da centralidade que se concretiza com o alcance mínimo, ou seja, exerce influência apenas para as áreas mais imediatas. No entanto, apresenta um dado potencial tendo em vista que o aumento e diversificação dos estabelecimentos comerciais, a proliferação de ramos comerciais mais específicos e a mudança no alcance espacial.

Dessa forma, pode-se concluir, com a construção do Capítulo III e dos dados coletados na pesquisa, que o Centro do Bairro das Malvinas se caracteriza como uma área potencial para conformação de Subcentro, haja vista a incorporação de serviços públicos de demanda regional e as transformações ocorridas nas vias comerciais, na concentração de estabelecimentos e nas mudanças do padrão organizativo destes estabelecimentos.

É necessário considerar que, por tratar de uma Cidade Média, o padrão de estruturação do Centro de Bairro é diferenciado daquele discutido nas literaturas adotadas. Para essas cidades, além da distância entre as áreas centrais ser menor, o processo de estruturação e reestruturação condicionam a conformação de áreas centrais com algumas peculiaridades.

Por fim, pode-se considerar que a Centralidade, enquanto relações, fluxos e concentração, se constitui a partir de uma complexidade na qual é necessário analisar as múltiplas faces para que haja uma compreensão dialética. Considera-se, dessa forma, que em Campina Grande/PB é perceptível distintos níveis de centralidade e que, por tratar-se de um processo, a constituição de áreas centrais e de centralidades revelam uma constante estruturação, reestruturação e produção do espaço urbano sob o modo de produção capitalista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, José Arimatéia da Silva. Centralidade Urbano-regional de Campina Grande-PB: os serviços de saúde e educação superior. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2012.

BERRY, B. The Structure of Intra-urban Business and Commerce. Departament of Geography Research Paper, nº 85, 1963.

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Portugal: 1995. 1ª Edição.

CACHINHO, Herculano Alberto Pinto. Centros Comerciais em Lisboa - os novos espaços de consumo. Relatório 37 da EPRU, CEG/INIC, 1991 (dissertação de Mestrado).

CACHINHO, Herculano Alberto Pinto. SALGUEIRO, Teresa Barata. As relações cidade -comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. Lisboa, Dezembro de 2016.

CALSAVARA, André Rynaldo. Atacarejo: estratégia planejada ou mera coincidência? Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 47-64, 2009-2. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br>>. Acesso em: Outubro de 2016.

CASTELLS, Manuel. O centro urbano. In: _____. Problemas de investigação em sociologia urbana. Lisboa: Presença, 1979 [1971]. p. 181-208.

CASTELLS, Manuel. A Questão Urbana. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

CORRÊA, Roberto Lobato. Construindo o conceito de cidade média. In: _____. (org.) Cidades Médias: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007. p. 23-33

_____. O Espaço Urbano. São Paulo: Ática, 2004.

_____. A Rede Urbana. São Paulo: Ática, 1989.

_____. Redes Geográficas: reflexões sobre um tema persistente. Revista Cidades, v. 9. n. 16, 2011. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/2378>>, acesso em: Janeiro de 2017.

COUTO, Edna Maria Jucá. Redefinições Espaciais do Comércio de Mossoró- RN. Trabalho de Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual do Ceará - UECE, Fortaleza – CE – Abril de 2011. 222 p.

DINIZ, Lincoln da Silva. Competitividade e contradições socioespaciais: tendências e novas dinâmicas espaciais da atividade comercial na cidade de Campina Grande/PB. In: X Encontro Regional de Estudos Geográficos – Políticas de (Des) envolvimento da/na Região Nordeste: Uma leitura crítica geográfica. Campina Grande: Associação dos Geógrafos do Brasil – AGB/ Realize Editora, 2009. 1 CD-ROM.

DINIZ, Lincoln da Silva. Campina Grande: comércio, cidade e região. In: Paraíba: Pluralidade e representações geográficas. SILVA, Anieres Barbosa; GUTIERRES,

Henrique Elias Pessoa; GALVÃO, Josias de Castro (org.). EDUFCG, Campina Grande-PB: 2015.

DINIZ, Lincoln da Silva. As bodegas da cidade de Campina Grande: dinâmicas sócio-espaciais do pequeno comércio. 2. ed. Campina Grande: EDUFCG, 2011. 120p.

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

GERARDI, Lúcia Helena de Oliveira. SILVA, Bárbara Christine Nentwig. Quantificação em Geografia. São Paulo: DIFEL, 1981.

GREZEGORCZYK, Vanderlei. Novo Centro de Maringá: estratégias e conflitos na produção do espaço urbano. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista – UNESP. Presidente Prudente- SP 2011.

Jaramillo, S. & Cuervo, L. “Tendências recentes e principais mudanças na estrutura espacial dos países latino-americanos”. In: VALLADARES, L. & PRETECEILLE, E. (org.) Reestruturação Urbana: tendências e desafios. Rio de Janeiro: Nobel, 1990.

LEFEBVRE, Henri. A Revolução Urbana. Tradução de Sergio Martins. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LIMA, Yure Silva. A política habitacional em Campina Grande-PB (1988-2009). Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2010.

LOZANO, Lina Patricia Giraldo; SPOSITO, Eliseu Savério. “Cidades médias e distribuição espacial do comércio de eletrodomésticos”. In.: Urbanización, producción y consumo en ciudades medias/intermedias, Carmen Bellet... [et al.], eds. Presidente Prudente : Universidade Estadual Paulista ; Lleida : Edicions de la Universitat de Lleida , 2015. – 514 p. ; 24 cm. – ISBN 978-84-8409-752-

SANFELIU, Carmen Bellet et al. (eds.). Urbanización, producción y consumo en ciudades medias/intermedias. Urbanização, produção e consumo em cidades médias/intermediárias. Presidente Prudente: Universidade Estadual Paulista; Lleida: Edicions de la Universitat de Lleida, 2015. pp. 79- 105.

MAIA, Doralice Sátyro. Permanências e Transformações Nos Centros das Cidades Bocas de Sertão – Cidades Médias Brasileiras. Anais do XIII Seminário da Rede Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización e Território (RII). Salvador, 2014.

MAIA, Doralice Sátyro. As ruas da cidade tradicional: a morfologia do centro de uma cidade média – Campina Grande, Paraíba, Brasil. Bahia Análise & Dados. Salvador, v. 19, n.3, p. 791- 804, out/dez. 2009.

MOACYR, G. B. Shopping Center: Atualidade brasileira da tendência mundial. Boletim Técnico do Senac, SENAC, 1997

MAÑAS, A. V.; PACANHAN, M. N. Alianças estratégicas e redes associativistas como fonte de vantagem competitiva no varejo de material de construção. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 6, n. 14, p. 19-33, 2004.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. *Paisagens de Consumo*: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul. Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 232 p. ISBN 978-85-7983-128-7.

PAIVA, Rute Soares. *Expansão da Rede de Ensino Técnico e Superior no Estado do Rio Grande do Norte*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

PEREIRA, Silvia Regina. *Subcentros e condições de vida no Jardim Bongiovani e Conjunto Habitacional Ana Jacinta – Presidente Prudente – SP*. Dissertação de Mestrado-UNESP, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2001.

PINTAUDI, Silvana Maria. Jr. Heitor Frugolli. (orgs.) *Shoppings Centers – Espaço, Cultura e Modernidade nas Cidades Brasileiras*. São Paulo: UNESP, 1992, 129 p.

PACHECO, João Batista. *O Conceito Geográfico de Bairro: uma aplicação à questão do sítio Campinas/Basa e da Ilhinha*. *Revista de Políticas Públicas da Universidade Federal do Maranhão*, 2015.

SALES, Andrea Leandra Porto. *A situação espacial das franquias na América do Sul: morfologia e centralidade urbanas em cidades médias da Argentina, Brasil e Chile*. Tese de Doutorado, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2014.

SALES, Andrea Leandra Porto. *Et.al.* Pesquisa em Geografia Urbana: desafios e possibilidades de análise espacial com o uso do cadastro nacional para fins estatísticos (CNEFE). *Caderno Prudentino de Geografia*, Presidente Prudente, n.36, v.2, p.81-103, ago./dez. 2014.

SALGUEIRO, Teresa Barata. *Novas Formas de Comércio*. Finisterra, XXIV, 48, Lisboa, 1989, p. 151-217.

Sandra Jatahy Pesavento. *História, memória e centralidade urbana*. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [En ligne], Débats, mis en ligne le 05 janvier 2007, Disponible em: <<http://nuevomundo.revues.org/3212>> DOI : 10.4000/nuevomundo.3212>, acesso em fevereiro de 2017.

SANFELIU, C. B. *La inserción de la universidad em la estructura y forma urbana, el caso de la Universitat de Lleida*. *Scripta Nova*, Barcelona, v. 14, n. 381, p. 1-25, nov. 2011. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-381.htm>>, Acesso em: Fevereiro de 2017.

SANTOS, Jânio. *A cidade poli (multi) nucleada: a reestruturação do espaço urbano em Salvador*. Tese de Doutorado, Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente- SP: 2008.

SANTOS, Milton. *Os dois circuitos da economia urbana e suas implicações espaciais*. In: _____. *Da totalidade ao lugar*. São Paulo: Edusp, 2008. p. 94-116.

_____. *Manual de geografia urbana*. São Paulo: Hucitec, 1981.

_____. O Centro da Cidade de Salvador – BA. 2. ed. -São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Salvador: Edufba, 2008.

_____. A metrópole: modernização, involução e segmentação. In: VALLADARES, L. & PRETECEILLE, E. (org.) Reestruturação Urbana: tendências e desafios. Rio de Janeiro: Nobel, 1990.

SAQUET, Marcos Aurélio. Santos, Sueli Silva. MILTON SANTOS: concepções de geografia, espaço e território. ISSN 1981-9021 - Geo UERJ - Ano 10, v.2, n.18, 2º semestre de 2008. P. 24-42 Disponível em: <www.geouerj.uerj.br/ojs> Acesso em janeiro de 2017.

SILVA, José Borzacchiello. GONÇALVES, Tiago Estevam. Urbanização e produção da cidade: Shopping Centers na dinâmica de novas centralidades em Fortaleza-CE. Geosul, Florianópolis, v. 27, n. 53, p 63-88, jan./jun. 2012

SILVA, Izabelle Trajano da. Permanências e Transformações no Espaço Comercial da Pequena Cidade de Juazeirinho-PB: da feira livre as redes de negócios. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2015.

SILVEIRA, Maria Laura. Finanças, Consumo e Circuitos da Economia Urbana na Cidade de São Paulo. Caderno CRH, v. 22, n. 55, p. 65-76, 2009.

SOJA, Edward W. Geografias pós-modernas: reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

SPÓSITO, Maria Encarnação Beltrão. GOES, Eda Maria. Espaços fechados e cidades. Insegurança urbana e fragmentação. São Paulo: Unesp, 2013, 365 p.

SPÓSITO, Maria Encarnação Beltrão. O desafio para o estudo das cidades médias. XI Seminário Internacional da Red Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización y Territorio (RII). Mendoza, 2010. *Anais...* Mendoza, Argentina, p. 1-18, 2010c.

_____. Algumas Considerações sobre a Identificação de Cidades Médias. In: SPOSITO, M.E.B. (Org.). Cidades Médias: espaços em transição. São Paulo: Expressão popular, 2007, p. 89 -105.

_____. O centro e as formas da centralidade urbana. *Revista de Geografia*. São Paulo, v.10, p.1-18, 1991.

_____. Multi(poli)centralidade urbana. In: SPOSITO, Eliseu Savério; NETO, João Lima Sant'Anna. (Org.). Uma Geografia em Movimento. São Paulo: Expressão Popular, 2010a. p. 199-228.

_____. Novas formas comerciais e redefinição da centralidade intraurbana. In: Textos e contextos para a leitura geográfica de uma cidade média. Presidente Prudente, 2001. P. 235-253

_____. O Chão em pedaços: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo. 2004. Tese (Livre Docência) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2004.

_____. Segregação Espacial e Centralidade Urbana. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade contemporânea: segregação espacial. São Paulo: Contexto, 2013. P. 61-94

TOURINHO, Andréa de Oliveira. Do centro aos centros: bases teórico-conceituais para o estudo da centralidade em São Paulo. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo. São Paulo-SP, 2004.

TEIXEIRA, Marlene P.V. MACHADO, Rosa Maria. Conceito de bairro: unidade popular ou técnica?. Anuário do Instituto de Geociências da UFRJ, 1986.

Vargas, Heliana Comin. Espaço Terciário: o lugar, a imagem e a arquitetura do comércio. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

Villaça, Flávio. Espaço Intra-urbano no Brasil. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 2001.

Whitacker, Arthur Magon. Cidades médias brasileiras: agentes econômicos, reestruturação urbana e regional. Texto Preliminar para debate durante o VII Workshop da Rede de Pesquisadores sobre Cidades Médias – ReCiMe. Presidente Prudente, Fevereiro de 2010.

_____. A produção do espaço urbano em Presidente Prudente: uma discussão sobre a centralidade urbana. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente-SP, 1997.

_____. Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto – SP. Tese de Doutorado, Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente- SP, 2003.

IBGE. Região de Influência das Cidades. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/PZEE/_arquivos/regic_28.pdf> Acesso: Out/2015

IBGE. Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos. 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/cnefe/Nota_Divulgacao_CNEFE.pdf> Acesso em: Out/2015

APÊNDICES

FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO DE ESTABELECIMENTO COMERCIAL (MALVINAS)

IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO	
Tipo de Estabelecimento: <input type="checkbox"/> Supermercado <input type="checkbox"/> Pequeno Comércio <input type="checkbox"/> Loja <input type="checkbox"/> Farmácia () Panificadora <input type="checkbox"/> Oficina <input type="checkbox"/> Depósito <input type="checkbox"/> Outros ()	
Localização/Rua:	Qual o perfil do consumidor deste estabelecimento comercial?
Quais as demandas atendidas por este estabelecimento:	
Qual o sistema de compra utilizado? <input type="checkbox"/> Cartão de Crédito <input type="checkbox"/> Crediário <input type="checkbox"/> Dinheiro	
O que acha da localização do estabelecimento no bairro?	
Faz parte de alguma rede associativista? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Se a resposta for sim, qual o motivo de escolha da localização neste bairro?
Você considera o bairro como um centro de abastecimento comercial para a população residente? Porque?	

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Estabelecimentos Comerciais

- I. Por qual motivo resolveu localizar seu estabelecimento comercial no bairro Malvinas? Foram oferecidas condições para instalação? Quais?
- II. A quanto tempo seu estabelecimento está localizado neste bairro? Quais mudanças você percebe neste período em que está instalado aqui?
- III. Em relação a localização desta rua no bairro, como você o caracteriza?
- IV. E em relação a cidade como você caracteriza os atividades comerciais do bairro Malvinas?
- V. Qual o público mais atendido no seu estabelecimento? Do bairro, da cidade, de outras cidades?
- VI. Seu estabelecimento faz parte de alguma rede associativista? Como se deu o processo de inserção da rede? O estabelecimento já existia?
- VII. Há alguma relação com o centro principal da cidade? Seu estabelecimento está apenas localizado no bairro ou possui alguma filial?

