

VIII CINCCI

VIII Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade

Atividades terciárias: urbanidade e lugar na lógica de sua realização

Tertiary activities: urbanity and place in the logic of their realization

Actividades terciarias: urbanidad y lugar en la lógica de su realización

BOTTURA, Roberto de Almeida; Doutor; Universidade Federal do Tocantins (UFT)
roberto.bottura@uft.edu.br

VARGAS, Heliana Comin; Doutora; Universidade de São Paulo (USP)
hcvargas@usp.edu.br

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo enfeixar algumas das principais linhas de pensamento que auxiliem em ampliar o entendimento da lógica de realização das atividades terciárias, na busca de identificar quais as especificidades de possíveis combinações entre usos, fluxos, demandas e espacialidades, capazes de reforçar a centralidade, a sociabilidade e a vitalidade urbanas reverberando na geração de lugar e urbanidade.

Palavras-chaves: Terciário. Diversidade Urbana. Vida Cotidiana.

Abstract

This work aims to bundle some of the main lines of thought that help to broaden the understanding of the logic of carrying out tertiary activities, in the search to identify the specificities of possible combinations between uses, flows, demands and spatialities, capable of reinforcing the centrality, urban sociability and vitality.

Keywords: Tertiary. Urban Diversity. Cotidian Life

Resumen

Este trabajo pretende agrupar algunas de las principales líneas de pensamiento que ayuden a ampliar la comprensión de la lógica de realización de las actividades terciarias, en la búsqueda de identificar las especificidades de las posibles



VIII CINCCI

VIII Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade

combinaciones entre usos, flujos, demandas y espacialidades, capaces de reforzar la centralidad, sociabilidad urbana y vitalidad.

Palabras claves: Terciario. Diversidad. Vida Cotidiana.

Introdução

De vital importância – e até o presente momento, escassos – são os estudos que se dedicam a compreender as atividades terciárias vinculando-as à coexistência de urbanidade, reconhecendo que a presença destas atividades anima ruas e calçadas. Pensar as cidades hoje é pensar o protagonismo, a diversidade e a complexidade da troca na vida cotidiana (em sua mais ampla acepção, do material ao abstrato), a fim de avaliar seu impacto no território, seu vínculo com a sociedade, sua materialidade como espaço e produto, e sua imaterialidade por relações simbólicas na geração de lugar.

Este trabalho tem como objetivo enfeixar algumas das principais linhas de pensamento que auxiliem em ampliar o entendimento da lógica de realização das atividades terciárias, na busca de identificar quais as especificidades de possíveis combinações entre usos, fluxos, demandas e espacialidades, capazes de reforçar a centralidade, a sociabilidade e a vitalidade urbanas.

O setor terciário a partir da sua multiplicidade de categorias, tipos de negócios e demandas locais

Entende-se por setor terciário aquele responsável pela oferta de bens e serviços, abrangendo no ciclo capitalista as esferas de circulação e consumo, incorporando também segmentos tão diversificados como turismo, cultura e lazer. Para Kon (1999) é o setor responsável pelas transações econômicas e para Riddle (1986) é a cola que mantém integrada qualquer economia. A fim de diferenciá-lo dos chamados setor primário (agricultura e extrativismo) e secundário (indústria) o termo foi introduzido por volta da década de 1930 por Fisher (KON, 1999) e por Clark (LIMA; ROCHA, 2009) por conta da crescente influência da comercialização de bens e serviços na vida urbana moderna.

Historicamente, ao longo dos séculos XVIII, XIX e XX, tendo como marco a Revolução Industrial, uma série de pensadores se dedicaram a compreender as atividades terciárias na busca de definir se são produtoras de valor/excedente ou se são atividades residuais, pífias e improdutivas. Basta apenas que se recorde o imbróglio – muito bem explicado por Vargas (2018, 2020), Meirelles (2006) e Kon (1992) – entre os economistas fisiocratas, clássicos e neoclássicos, que ocuparam parte de suas obras a entender os significados econômico e social do percurso de um produto desde a fábrica até o usuário e o de um serviço oferecido por uma pessoa qualificada. Nomes do calibre de François Quesnay, Adam Smith, David Ricardo, Jean-Baptiste Say, John Stuart Mill, Karl Marx e Leon Walras, entre outros, problematizaram a imaterialidade da troca e a intangibilidade dos serviços. Mesmo alcançando diversos consensos, ainda predominava, no começo do século XX, um impasse em respeito ao conteúdo produtivo do terciário, sem presença significativa nos estudos econômicos e urbanos do período. Tal realidade vai se modificando, paulatinamente, quando, após a 1ª Guerra Mundial, nas economias modernas, todas as atividades produtivas passaram a desempenhar um papel econômico semelhante, ou seja, “não é possível considerar certas atividades como básicas e outras residuais ou improdutivas” (KON, 1999, p. 5) já que a exponencial heterogeneidade das

atividades terciárias acompanhou a diversidade da vida reproduzida ao longo do século XX, constituindo o amálgama das relações sociais nas sociedades capitalistas avançadas, a bem dizer, incorporando múltiplas funções, formatos, realidades e demandas.

A partir de 1970, com a reestruturação do capitalismo orientado ao consumo de bens e serviços, o setor terciário se torna mais complexo ao absorver e ser absorvido pelo capital financeiro, pela revolução tecnológica, pela flexibilização da produção e da circulação de produtos. Com a globalização econômica e cultural adentrada a década de 1980, o terciário não apenas reforçou seu caráter produtivo, como passou a exigir uma amplitude de classificações, a fim de mensurá-lo e administrá-lo (VARGAS, 2020).

Como indicação dessa primeira complexidade, apenas para citar como exemplos, hoje fazem parte do setor terciário¹ além do comércio por atacado e varejo, os profissionais liberais (advogados, arquitetos, dentistas, médicos, veterinários e tantos outros), bares, cafés e restaurantes (atendentes, chefs de cozinha, *bartenders*), vendedores de lojas, telemarketing, serviços imobiliários, transportes, publicidade, comunicação, passando por profissionais e atividades de compra/venda dos segmentos de construção, entretenimento, cultura, lazer e turismo incluídos também alojamento, educação, culto, limpeza, informática, segurança etc.

Para além dessa multiplicidade de categorias, um fator preponderante no entendimento da lógica de realização do terciário é, primeiramente, o reconhecimento das mais variadas escalas dos principais agentes como: pequenos e grandes comerciantes; pequenos e grandes prestadores de serviços; profissionais liberais; galerias comerciais; clusters de distribuição; equipamentos de transporte; capital imobiliário mantenedor de shopping centers e condomínios de escritórios; ambulantes; comércio virtual; parques temáticos; zonas de lazer e cultura; redes de turismo; administrações públicas e privadas; entre outros. Cada qual possui interesses diversos, valendo-se de instrumentos legais distintos para sua realização e incidindo de forma distinta no território de acordo com sua demanda locacional, estrutura organizacional, domínio (público ou privado) e motivação dos que buscam seus produtos ou serviços.

Com relação à demanda locacional, a prestação de serviços, por requerer uma expertise do seu fornecedor, faz com que seus clientes acessem o local por indicação ou confiança no trabalho prestado, independentemente de sua localização, ou seja, proximidade, facilidade de acesso ou visibilidade. Para a prestação de serviços, há casos de serviços que exigem a presença do consumidor, os que realizam o serviço à distância ou em domicílio a pedido do cliente, como por exemplo, escritórios de contabilidade e advocacia, assistências técnicas, sapateiros, salões de beleza, consultórios médicos, estúdios de arquitetura, etc. Essa condição variável permite ocupar locais menos visíveis como antigas casas em bairros residenciais, salas em galerias ou edifícios comerciais que não necessitam do intenso fluxo de passagem de consumidores.

Já o comércio, que vende produtos padronizados para um público em geral, depende de uma preferência locacional marcada pela distância econômica que considera facilidade de acesso, tempo e custo do deslocamento, preço dos produtos bem como facilidades de entrega (VARGAS, 2020).

Acrescenta-se a essa demanda locacional da atividade comercial o fato de que a escala, o formato e o tipo de negócio dos estabelecimentos incidem diretamente na dinâmica urbana. Enquanto o comércio tradicional de rua – geralmente composto por

pequenos e médios comerciantes que vendem produtos diversificados – busca o fluxo e a visibilidade para sua realização, os que vendem produtos especializados passam a estar agrupados de modo a garantir o alcance a um mercado maior. Por outro lado, empreendimentos varejistas de base imobiliária, como os shopping-centers, apresentam-se como catalizadores de públicos, capazes de criar suas próprias centralidades (VARGAS, 2000, 2018).

Outro aspecto que interfere na relação do terciário com o espaço urbano, segundo Vargas (2020), está na forma como esse setor se estrutura, diferenciando os estabelecimentos voltados à oferta de bens e serviços ao consumidor, daqueles setores responsáveis pela direção de empresas, os chamados terciários de comando, formados basicamente pelos escritórios e sedes de companhias e instituições, tanto públicas quanto privadas. Sua potencialidade na vitalidade urbana está pelo uso intensivo de mão de obra – em muitos casos, diversificada e com renda constante – empregando funcionários de limpeza, auxiliares, passando por estagiários, analistas até gerentes e diretores – contribuindo para a animação e geração de fluxo e encadeamento de outras atividades. Cita-se como exemplo, o caso de uma famosa rede de drogarias²: sua Sede, de onde emana as decisões que regem sua organização enquanto empresa, está em dois andares de um edifício comercial em São Paulo (SP), onde se concentram 800 funcionários divididos em 5.500 metros quadrados. A escolha de sua localização não dependeu exclusivamente dos fluxos no entorno nem tampouco de eventual visibilidade/conectividade com o espaço urbano, porém sua inserção naquele bairro impacta diretamente na dinâmica existente reforçando a centralidade. Os trabalhadores passam a utilizar ruas, calçadas, transporte público e estacionamentos fazendo aumentar concomitantemente a demanda por estabelecimentos comerciais como cafés, bares, restaurantes, papelarias, padarias, bancos e também serviços como salões de beleza, academias de esporte, logística/transporte, escolas de idiomas etc. Já as lojas físicas, que venderão os produtos ao consumidor final, são escolhidas por critérios locacionais que buscam um fluxo já existente de pessoas, cuja visibilidade, vitrine, letreiros e fácil acessibilidade vêm facilitar o acesso ao produto.

Assim, ao pensar os estabelecimentos terciários de comando, em sua condição de catalizadores de público, ao contribuírem significativamente para a convivialidade, podem se constituir em elementos fundamentais para compor as políticas urbanas voltadas à manutenção e/ou revitalização das áreas urbanas. É nessa direção que o terciário público³, pelo fato de a decisão de sua localização ser prerrogativa dos governos em suas diversas escalas, devendo estar voltada ao interesse público, difere significativamente do terciário privado, cujos interesses de localização estão atrelados à expectativa de rentabilidade, visibilidade e competitividade. Percebe-se a diferença de localização em um mesmo grupo de atividades (como escolas, creches, centros esportivos, centros de saúde etc.), em que os de domínio público – mais permanentes – são (ou deveriam ser) pautados pela lógica da coletividade, facilitando o acesso à maior gama de usuários da cidade enquanto os de domínio privado – mais transitórios – se inserem por uma lógica comercial de atração de um público solvente, em uma localidade que pode mudar de acordo com o perfil local dos usuários e o raio de influência pretendido.

A atração que rege os consumidores (indivíduos, empresas e governo) na aquisição de bens e serviços, passa, por sua vez, pelos aspectos mencionados anteriormente quanto à localização, acrescidos dos que envolvem a motivação para compras de bens ou serviços, sejam elas necessárias ou hedônicas, conforme

descritas por Vargas (2016) em compra planejada, compra por impulso, compra comparada, compra associada e compra por conveniência. Cada tipo de compra ou serviços tem a sua especificidade em termos de demandas locais com o objetivo de viabilizar a realização dos seus estabelecimentos.

É preciso ponderar o fato de que, nas cidades capitalistas, a criação e determinação da localização de empresas privadas de atendimento ao usuário não podem ser definidas por decreto (VARGAS, 2015). A categorização do terciário e a complexidade na sua relação com o espaço urbano, brevemente enunciadas, reforçam a necessidade de as políticas urbanas considerarem a lógica da sua realização. Entender e sistematizar estratégias de organização, controle e potencialização dos fluxos advindos do terciário é fundamental para que administrações públicas estejam atentas quanto ao balizamento de interesses (públicos e privados) e o desenvolvimento de ações precípuas para estímulo, geração e manutenção dos fluxos urbanos responsáveis pela vitalidade urbana, favorecendo assim a urbanidade. Caso contrário, estratégias descombinadas que não interpretam nem consideram os fluxos já existentes, bem como as localizações comerciais criadas sem demandas ou mesmo zoneamentos rígidos que não contribuem à heterogeneidade das atividades terciárias sobrepostas às atividades cotidianas, são consideradas ações pouco estimulantes à diversidade de usos e à sociabilidade inerente a uma desejada urbanidade no território.

Atividades terciárias, reforço da urbanidade e criação de lugar

Ao refletir sobre as atividades de comércio e serviços, é impossível negar sua influência na vida cotidiana, embora exista a tendência de não perceber e nem dimensionar seu imenso protagonismo no dia a dia. Basta apenas recordar em 2020, com a pandemia de COVID-19, o impasse na definição do que são atividades essenciais e nas constantes transgressões às restrições de livre deslocamento na cidade em busca das mais variadas atividades, bens, serviços e lazer, revelando para o público em geral a importância do terciário no mundo urbano contemporâneo⁴.

Diante do oscilante contexto pandêmico, de reclusão e liberação de atividades, alguns dos atributos mais inerentes ao conceito de cidade – o encontro, a troca e a simultaneidade – ressurgem revalorizados, ressignificados e alçados a bem-maior, justificados, inclusive, como fatores psicossomáticos de equilíbrio individual e bem-estar social⁵.

O encontro é o ato da sociabilidade que se dá entre usuários da cidade nas dinâmicas que compõem a vida cotidiana. Para Lefebvre, o cotidiano é a vida de todo dia, o tempo cíclico e a repetição. O estudo da vida cotidiana “[...] mostra o lugar dos conflitos entre o racional e o irracional na nossa sociedade e na nossa época” (LEFEBVRE, 1991, P. 30) de modo que estudar os espaços de comércio e serviços na sua relação com a urbanidade contribui em compreender como a coletividade se reproduz no âmbito da troca na sua acepção tangível e intangível. Sendo a troca (material e imaterial), o amálgama das relações urbanas impulsionadas pela simultaneidade de eventos, ações, interesses e atividades (sempre em constante relação-produção-reprodução do/no espaço) entende-se que o constructo social desse fenômeno é percebido como urbanidade.

Definindo a urbanidade como “resultado e como condição da integração social, simultaneamente; como sua construção, expressão e experiência” (NETTO, 2012, p.

45), ela é resultado e meio para o encontro, percebida e vivenciada nas relações 'entre' e não nas coisas. Para Castello, urbanidade "é a qualificação vinculada à dinâmica das experiências existenciais conferidas às pessoas pelo uso que fazem do ambiente urbano público, através da capacidade de intercâmbio e de comunicação de que está imbuído este ambiente" (2007, p. 29) de modo que, representada pelo convívio com os opostos, contendo a troca e a diversidade, as atividades de suporte à vida cotidiana dão plena condição para que ela se realize.

Ainda na década de 1960, Jane Jacobs (2001) reconheceu que lojas, bares e restaurantes atuam de forma diversa e complexa aumentando a frequência e segurança de pessoas nas calçadas. Combatendo o rodoviarismo e a monofuncionalidade, a autora alertou que a cidade, assim como os parques e os estabelecimentos comerciais, precisa de frequentadores, garantindo a presença de pessoas que saiam de casa por motivos diferentes, em horários diferentes e capazes de utilizar boa parte da infraestrutura. Sendo as atividades terciárias a mediação do cotidiano, são elas, portanto, as dinamizadoras do encontro e da troca. Essa ideia corrobora a afirmação de Gehl (1971), quando diz que no urbano, $1+1=3$ pelo menos. Ou seja, a presença de duas pessoas em um espaço já é motivo de atração para uma terceira, e assim sucessivamente.

Um parque público, usualmente destinado para a prática de esporte e lazer, garante maior permanência de frequentadores com a coexistência de pontos de comercialização de água, cafés e lanches. Usos agregados, dentro dos parques, como centros esportivos, museu e biblioteca, também funcionam neste sentido. Casos emblemáticos, como o Jardim Botânico de Brasília/DF (figura 1), que conta com cafés que servem refeições em seus gramados, fazem com que o encontro no parque se prolongue por maiores períodos de tempo. Ou mesmo no parque Lagoa do Taquaral em Campinas/SP (figura 2) em que filiais de padarias estão abrindo quiosques dentro do parque, servindo-se do grande fluxo de frequentadores e permitindo maior permanência destes no recinto. No Parque do Ibirapuera, em São Paulo (SP), há museus, restaurantes e inúmeras opções de esporte. O Parque da Ciutadella em Barcelona (Espanha) conta com uma academia de esportes da Prefeitura aberta até as 23 horas todos os dias da semana (figura 3), além de museu, zoológico e pavilhões culturais.

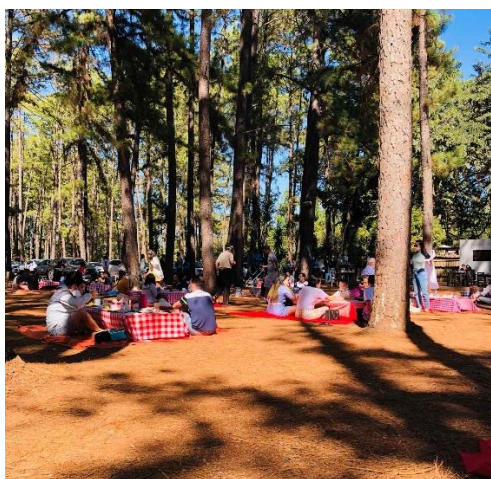


Figura 1 (esq.): Café da manhã em Brasília.

Fonte: Do autor, 2017.

Figura 2 (dir.): Padaria na Lagoa do Taquaral em Campinas/SP.

Fonte: <https://veja.abril.com.br/gastronomia/conheca-as-melhores-padarias-de-campinas/>, 2021.

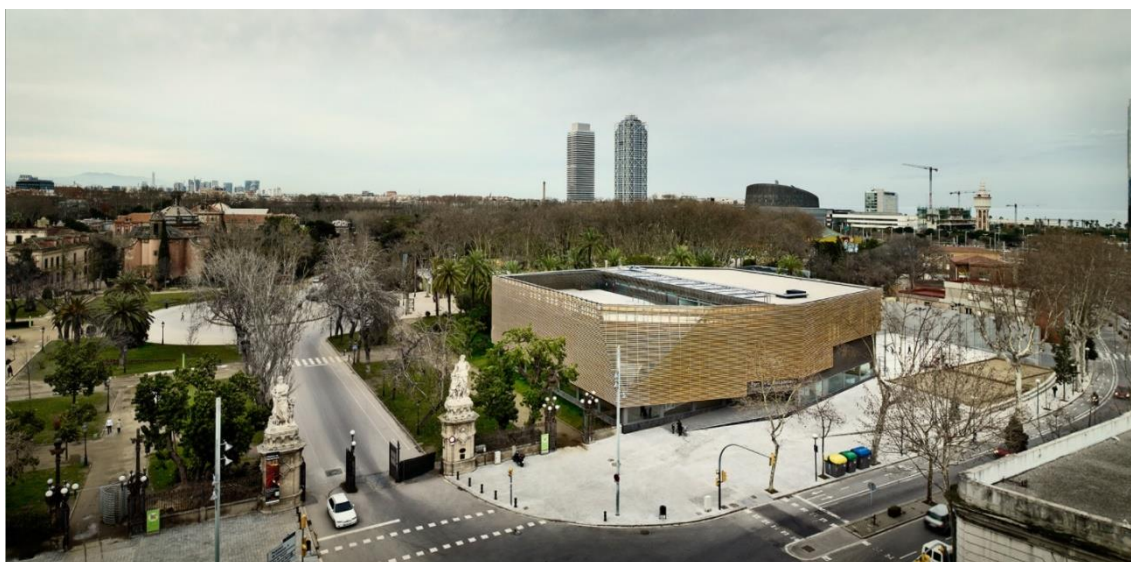


Figura 3: CEM – Centre Esportiu Municipal no Parc de Ciutadella em Barcelona, Espanha.
Fonte: <https://cemciutadella.cat/>, 2017.

Igualmente, espaços monumentais de visita  o turística – como a Praça dos Três Poderes e a Catedral em Brasília – que não possuem nenhuma estrutura fixa para atender às necessidades básicas dos visitantes,    ocupada por ambulantes que oferecem água, refrescos, sorvetes e artesanato, facilitando uma maior permanência nos espaços, suprimindo uma demanda visivelmente requerida (figuras 4 e 5).



Figura 4 (esq.): Ambulante na Praça dos Três Poderes dando informações aos visitantes – Brasília (DF). Fonte: Do autor, 2021.



Figura 5 (dir.): Ambulantes na Praça da Catedral – Brasília (DF). Fonte: Do autor, 2021.

A convivialidade facilitada pelas atividades terciárias difere em qualidade e quantidade de acordo com sua especificidade imbricada na sua expressão espacial (ed  f  cio, entorno, rua, calçada e/ou parque em que elas acontecem, considerando a escala e o raio de influência), social (o grupo de pessoas que as realizam e seus estilos de vida), sazonal (porque e quando elas se d  o) e cultural (vínculos de identidade e pertencimento). Cada aspecto, dotado de debilidades e potencialidades,    passível de ser ajustado de acordo com os objetivos a serem equalizados – sempre e quando se conheça a lógica de realiza  o do terciário na sua diversidade de a  o e possibilidades de promover mais urbanidade e encontro na cidade. Afinal, conforme

indica Holanda (2003, p. 14), “[...] importa quem se encontra com quem, para fazer o que, quando e onde”.

Observa-se, como exemplos, a presença de algumas atividades comerciais e de serviços que promovem o encontro e a coexistência de ações correlatas (comer, beber, permanecer, conversar, esperar, descansar, flunar, comprar, escutar, repousar) como: comércio de rua (lojas, bares, restaurantes, padarias, sorveterias, cafés etc.) e alguns serviços (academias de ginástica, salões de beleza, petshops, clínicas médicas, etc.); estações de transporte; edifícios empresariais; galerias comerciais; shopping-center; mercados públicos; feiras; comércio ambulante; e, por fim, comércio virtual. O uso, a especialidade definida, a presença de pessoas, as possibilidades de acessos, os grupos em interação e a relação com a cidade são alguns dos atributos principais que facilitam o florescimento de urbanidade, definida como fenômeno que “[...] relaciona e conecta outros sistemas de integração social e intensificação das trocas urbanas e dinâmicas cotidianas em nossos atos e experiências” (NETTO, 2012, p. 50).

As estações de transporte público (ônibus, metrô, trem, tranvia, balsa) são marcadas pela intensidade de movimento de pedestres e atradoras de comércio/ambulantes em seu entorno, criando uma simbiose que reforça a centralidade. A copresença de habitação estimula o movimento em diversos horários e, além do comércio, sua combinação com serviços como escolas, faculdades, cursinhos e academias estendem sua utilização aos horários noturnos. Bairros icônicos como Botafogo (Rio de Janeiro), Cambuí (Campinas), Rio Vermelho (Salvador), Savassi (Belo Horizonte) são conhecidos por sua urbanidade, justamente por sua reconhecida vitalidade na multiplicidade de atividades que reproduz, tendo o comércio e serviços como protagonistas de uma vida urbana marcada pelo encontro e pela diversidade.

São trechos de cidade que vão se transformando no decorrer das horas, com distintas experiências vivenciadas pelos interesses diferenciados de públicos distintos como os de funcionários do entorno, trabalhadores, estudantes e moradores, das mais diversas faixas etárias. E que se apropriam de diversas estruturas ao longo do dia: escritórios em horário comercial; cafés e restaurantes em franjas diárias; bares que no happy hour se esparramam nas calçadas e ruas; lojas; praças ao longo do dia; lavanderias após as 18 horas; academias 24 horas; farmácias 24 horas; centros esportivos; atividades culturais; discotecas à noite; e feiras nos fins de semana, etc. Deveras, é difícil imaginar a vitalidade, que para Meyer é a “matéria-prima da urbanidade” (2002), sem a copresença das atividades terciárias, dinamizando a vida cotidiana e contribuindo para a permanência de pessoas nas ruas e calçadas da cidade.

A própria noção de espaço, entendido como agente e resultado de relações sociais, econômicas e culturais, é ressignificada no mundo contemporâneo quando considerada a diversidade das atividades terciárias, inclusive, sua potencialidade na geração de lugares. Na amplitude da experiência da vida cotidiana, o espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que é melhor conhecido, apropriado e dotado de valor, algo a ser demarcado e defendido em que “[...] cada pausa no movimento torna possível que localização se transforme em lugar” (TUAN, 1983, p. 6). Por exemplo, em uma rua central de São Paulo (SP), como a 24 de maio, cuja espacialidade é moldada pelo grande fluxo de pedestres em meio a uma profusão de lojas, bares, restaurantes, prestadores de serviços e ambulantes; assim, observa-se a dinâmica urbana recriada após a instalação do equipamento do Serviço Social do

Comércio (SESC) nas imediações, em que seus espaços internos de livre acesso são apropriados por uma variada gama de usuários, visitantes, trabalhadores do entorno e até moradores de rua, compondo um cenário de grande vitalidade urbana apoiado pelas atividades que oferece internamente: arte, cultura, cursos, serviços odontológicos, café, bar, restaurante, esporte etc. A qualidade dos serviços oferecidos é facilitada por uma arquitetura de grande apelo social já que o edifício não tem catracas e seus bares, restaurante, terraços e salas de exposição são de livre acesso à toda população, gerando uma urbanidade que se aproveita do grande fluxo já existente requalificando-o com novos valores enquanto lugar.

Desse modo, o lugar emerge da cidade vivida, marcado eventualmente pela arquitetura, pelos espaços, atividades, fluxos e permanências, nos gestos pendulares e no desejo de pertencimento que os usuários da cidade desenvolvem por espacialidades que, ao serem apropriadas, são atribuídas de significado e desejo, seja para uma pessoa, para um grupo ou para uma tribo urbana, sempre emoldurando o senso de comunidade e de realidade. É o que Certeau (1998) define como a “[...] ordem segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência” (p. 189).

Uma grande e movimentada avenida de Belo Horizonte/MG, que durante a semana é um espaço ruidoso de grande fluxo transitório de automóveis e pessoas, aos domingos converte-se em um lugar de grande apreço pelo público local durante o evento da Feira Hípie, que interdita a avenida ao ocupar grande trecho com centenas de expositores (figura 6). A transitoriedade é substituída pela permanência, encontro e troca, sendo um evento significativo na cidade que permite a presença de distintos grupos de pessoas tendo a comercialização de produtos e comidas como mediação, e que extrapola o econômico em direção ao social: a diversidade da feira qualifica um espaço da cidade com uma urbanidade reconhecida pela rica convivialidade e múltiplas possibilidades de apropriação. Confirma-se, portanto, que “[...] no caso do setor de comércio e serviços varejistas é muito difícil identificar-se onde termina o econômico e começa o social e vice-versa aonde sai o individual e entra o coletivo” (VARGAS, 2000, p. 2).



Figura 6: Feira Hípie aos domingos em Belo Horizonte.
Fonte: Do autor, 2018.

Tal exemplo também vale para as experiências urbanas em São Paulo (SP), quando aos domingos a avenida Paulista e o Minhocão são fechados para os carros e abertos ao público. Igualmente o Eixão em Brasília, que de espaço de carro em velocidade são apropriados enquanto lugar por frequentadores, cujas pequenas atividades comerciais que pululam ali e acolá (água, sorvete, artesanato, água de coco, camisetas, cafés, bolsas, food trucks, cervejas...) fortalecem os vínculos dos usuários garantindo a permanência e a diversidade do encontro. É quando Ricoeur (1998) confirma que o lugar é o espaço experienciado, o espaço da ação do homem, sendo assim, a porosidade entre o material e o imaterial que a experiência da troca (de produtos, ideias, pensamentos, arte e/ou protesto) molda as condições necessárias para que as afinidades entre pessoas ou grupo de pessoas a determinados espaços prevaleçam enquanto sentimento de pertencimento e permitam convertê-los em lugares.

Assim, também, a urbanidade se reforça pela “qualidade da forma ou das formas” (AGUIAR, 2012, p. 64), por portas, janelas, muros, perspectivas, coberturas, percursos, pavimentos, etc. Relembrando Holanda (2010) quando recrimina os inúmeros espaços cegos, mortos e residuais que provocam um forte isolamento entre público e privado, ainda que estes dois conceitos devam ser alargados e incorporados de novos valores no que tange as relações entre cidade, usos do espaço e urbanidade. Hertzberger (2018) crê que a mera polarização conceitual entre ‘público’ e ‘privado’ é um clichê que, no campo da arquitetura, deve ser substituído pela ideia de individual e coletivo, ao envolver muito mais que a responsabilidade da manutenção do espaço e seu acesso.

A partir do entendimento de que as formas e estruturas de construções que abrigam atividades terciárias influenciam – e muito – a própria noção contemporânea de encontro e urbanidade, observa-se a coletividade em espaços abertos ou fechados de instituições (tanto públicas quanto privadas) de ensino, negócios, supermercados, hipermercados e shopping-centers, que são geradoras de sociabilidade e centralidade e possuem grande significado para o público local enquanto encontro. Cita-se, por exemplo, a Livraria Cultura no Conjunto Nacional (figura 7), a escadaria do edifício da Gazeta (figura 8), a praça do edifício Cetenco Plaza (figura 9) e o Sesc 24 de maio (figura 10) – todos em São Paulo (SP). Cada um se manifesta de uma forma específica na cidade, seja pelo espaço interior convidativo e prazeroso, pela interface com a calçada de grande significado social, pelo desenho urbano que libera parte do terreno privado da sede de um banco para uma praça pública com restaurante anexo, pela atração que rege com o entorno ao oferecer livre acesso e muitas possibilidades de interação, respectivamente. É o que Solà-Morales pensou ao afirmar que “espaço coletivo é muito mais e muito menos que o espaço público, se limitamos este ao de propriedade administrativa” já que vivenciamos diariamente “espaços públicos absorvidos por usos particulares ou espaços privados que adquirem uma utilização coletiva” (1992, p.25).



Figura 7 (esq.): Livraria Cultura na Paulista.

Fonte: Do autor, 2022.

Figura 8 (dir.): Escadaria da Gazeta em São Paulo/SP.

Fonte: 3joblog.com, 2021.

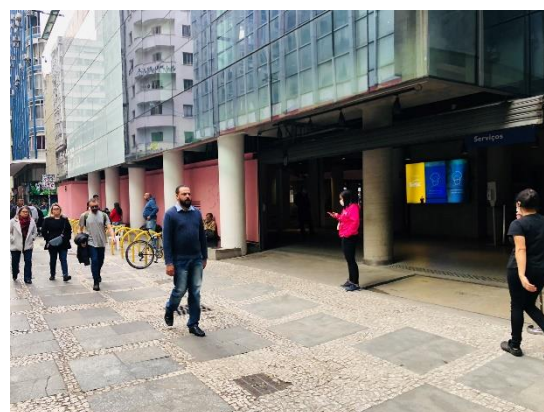
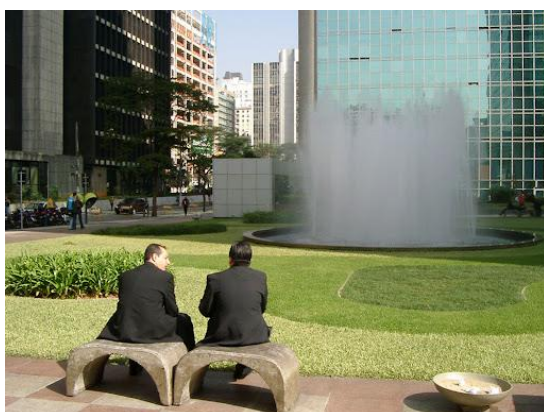


Figura 9 (esq.): Praça do edifício Cetenco Plaza.

Fonte: www.vitruvius.com.br, 2021.

Figura 10 (dir.): Acesso do Sesc 24 de maio.

Fonte: Do autor, 2022.

É preciso dotar os edifícios de elementos que dilatam os limites da cidade (LIMA, 2016), aproximando o exterior do interior e a vivência coletiva da individual, aumentando a porosidade por meio de rampas, escadas, marquises, vitrines, recuos, acessos, transparências, múltiplas circulações e tantos outros recursos que enriquecem a experiência da rua permitindo permeabilidades muito além das convencionais.

Observa-se a Feira dos Encants, em Barcelona (Espanha). Ainda que seja um edifício da ‘arquitetura do espetáculo’ (tão explorada na capital catalana), a disposição dos permissionários na nova versão deste tradicional “mercado de pulgas” é ajustada conforme os circuitos da calçada para o interior, em que as diferenças de níveis possibilitam visões de toda a feira ao mesmo tempo, seja pelo acesso superior, seja pelo reflexo do material espelhado da cobertura (figura 11). Ao mesmo tempo que é um amplo espaço coletivo em formato de praça projetada, mantém na individualidade dos múltiplos percursos a característica individual de percorrer as feiras e mercados antigos. E é, sem dúvida, um lugar de uma potente sociabilidade.

Ou então grandes equipamentos de uso misto como o Barbican Centre em Londres (Inglaterra) que reúne habitação, museu, cinema, escola, biblioteca, restaurantes, lanchonetes, lojas, intermeadas por praças e espaços de convívio (figura 12). A urbanidade gerada após a instalação deste equipamento transborda para o entorno, sendo um lugar de grande apropriação para o público local, visitantes e turistas. Sua administração é pública e privada, porém, seus espaços abertos à toda a população, reforçam a centralidade e o encontro.

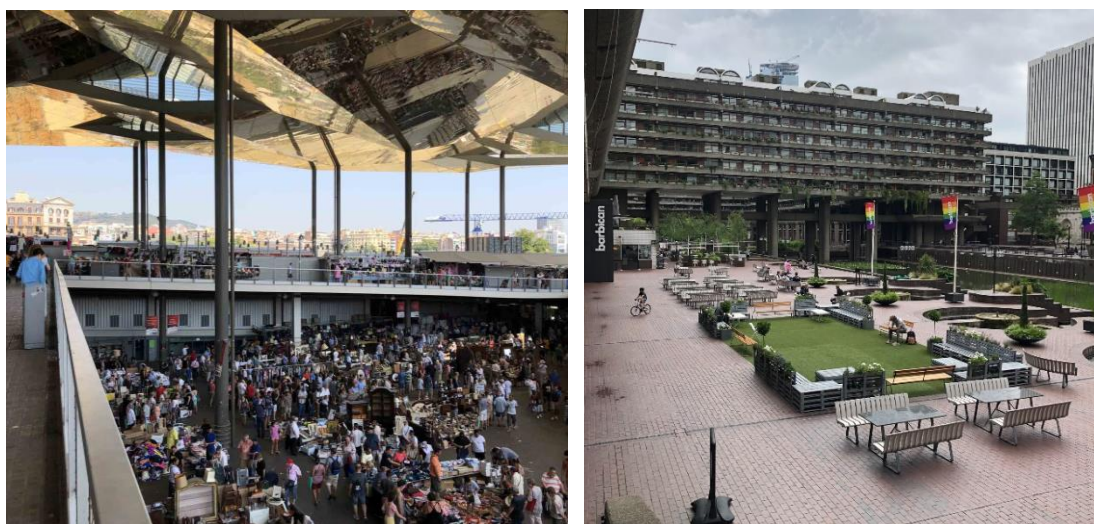


Figura 11 (esq.): Feira dos Encants em Barcelona/Espanha.

Fonte: Do autor, 2019.

Figura 12 (dir.): Barbican Centre em Londres/Inglaterra.

Fonte: Do autor, 2019.

Além disso, fachadas ativas, tão difundidas nos Planos Diretores de muitas cidades, podem contribuir para a interação e sensação de segurança no alinhamento de passeios públicos – sempre quando as vitrines fiquem acessíveis e iluminadas o tempo todo (VARGAS, 2015). Também usos que se esparramam com decoro em direção às calçadas fortalecem vínculos dos usuários com a cidade, favorecendo o encontro e a permanência. Espaços como a contemporânea biblioteca da Universidade de Barcelona (Espanha), no bairro do Raval que, com sua fachada envidraçada, costura um grande vínculo com a estreita calçada do denso bairro gótico, permitindo que os pedestres vejam seu interior ao passo que capta luz natural para os usuários do equipamento (figura 13). E também algumas bem-sucedidas galerias comerciais ainda existentes em algumas cidades brasileiras como Rio de Janeiro (em Ipanema e Copacabana), Campinas (São Paulo), Juiz de Fora (Minas Gerais) e São Paulo capital (figura 14), pelo fato de se localizarem em tecidos urbanos densos e propiciarem ligação entre vias, cooptam pedestres do fluxo existente, estimulando-os a cruzar quarteirões por meio de suas ruas internas garantindo maiores possibilidades de se vivenciar a cidade ao mesmo tempo que oferece comércio e serviços em seus interiores.

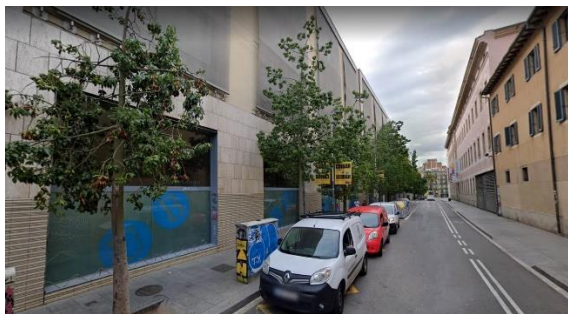


Figura 13 (esq.): Biblioteca da UB em Barcelona/ Espanha.

Fonte: Google Street View, 2021.

Figura 14 (dir.): Galeria comercial em Ipanema – Rio de Janeiro/RJ.

Fonte: Do autor, 2017.

Destarte, o pesquisador Vikas Mehta (2007, 2010) analisa algumas ruas e avenidas de cidades norte-americanas em busca de entender porque algumas têm mais urbanidade que outras. Em seus estudos, utiliza uma métrica que considera os aspectos de conforto ambiental (sol, sombra, ventilação), conforto físico (bancos, dimensões das calçadas, artefatos urbanos), articulação com recantos e esquinas, estímulo de múltiplas atividades, característica dos edifícios (portas, janelas, vitrines, alturas), vegetação, mix de usos e, a presença do terciário. As ruas percebidas com mais urbanidade são as que tem mais possibilidades de simultaneidade de usos e espaços de permanência combinados a presença de um comércio variado que ocupa calçadas dotando-as de lugares de estar e convívio.

Na busca de entender quais aspectos das edificações e dos espaços públicos teriam a capacidade de estimular a caminhabilidade e consequentemente trazer mais vitalidade e urbanidade para a cidade, os pesquisadores Netto, Saboya e Vargas (2012) constataram que a presença de atividades comerciais e de serviços, como indicadores de trocas econômicas, tem um papel claramente positivo nas dinâmicas urbanas. Cabe lembrar que o uso misto não é sinônimo apenas de edifícios de uso misto e sim de mistura de usos na cidade, podendo se sobrepor edifícios residenciais, prédios multifuncionais, renques comerciais, residenciais, polos geradores de fluxo etc.

Dessa forma, a chamada ‘densidade Jacobs’⁶ da escala do bairro, dos térreos ativos e do mix de atividades, não existiria sem considerar o comércio e o consumo. Muito da sociabilidade e da vitalidade percebidas no meio urbano e identificadas como atributos de urbanidade vêm e é alimentada por essa miríade de sobreposições que as atividades de comércio e serviços proporciona em sua mediação entre a cidade, o espaço e os usuários.

Para tanto, os expressivos vínculos entre fluxos e atividades terciárias reforçam o conceito de coletividade induzindo a mais urbanidade e sociabilidade, que tem no encontro, na simultaneidade e nas múltiplas formas de apropriação do espaço um amplo espectro de possibilidades de se vivenciar a cidade e gerar lugares (figuras 15 e 16).

O bar da esquina, a creche do bairro, um hotel, um salão de beleza, o pipoqueiro, o ponto de ônibus e a banca de revistas estabelecem um nexos de relações na vida cotidiana em uma tessitura de direitos e obrigações como espaços privados que são também coletivos. Um estádio, um estacionamento de carros, uma galeria comercial, um hipermercado ou um parque de diversões e tantos outros exemplos possíveis das mais distintas escalas são também lugares de grande significado para a vida

cotidiana, considerados para Solà-Morales (1992, p. 25) os “espaços coletivos modernos”, que compõem um mosaico de referências aos usuários da cidade. Seu uso, a frequência, o volume de utilização, a variedade do público e suas formas arquitetônicas e construtivas são vetores de influência na geração de urbanidade que devem ser consideradas no planejamento urbano e na elaboração de legislações.



Figura 15 (esq.): Rommel markt [Feira da Bagunça] - feiras de 'segunda mão' que acontecem durante o verão em bairros residenciais de Brugges, Bélgica.

Fonte: o autor, 2019.



Figura 16 (dir.): Feira de rua Portobello Road em Londres, Inglaterra.

Fonte: o autor, 2019.

Considerações Finais

Sob o olhar da arquitetura e do urbanismo, foram explorados alguns vínculos teóricos e empíricos das inter-relações e pré-disposições entre cidade, atividades terciárias e urbanidade. Percebe-se que a complexa e variada ação das atividades de comércio e serviços nas cidades expressam uma riqueza e uma infinidade de possibilidades que se confundem com a própria noção de vida urbana moderna, cabendo aos estudiosos interpretá-las de modo a realçar suas potencialidades e driblar suas debilidades. Tanto na busca do fluxo como na criação de centralidades, o estímulo ao comércio e serviços nas cidades é vital para que a urbanidade floresça e seja vivenciada como experiência entre: pessoas, fluxos, atividades, grupos sociais, entre usos, entre edifícios, e sempre estes elementos combinados entre si (pessoas e edifícios, grupos sociais e atividades, usos e fluxos, fluxos e pessoas, etc.).

Tais estímulos devem ser balizados a partir de subsídios que sejam capazes de administrar a lógica de realização do terciário a fim de se lograr políticas públicas e projetos urbanos/arquitetônicos que favoreçam espacialidades com mais diversidade urbana e simultaneidade de eventos, usos e usuários.

Referências

AGUIAR, Douglas. Urbanidade e a qualidade de cidade. In: HOLANDA, F. ANDRADE, L. KRAFTA, R. et al. **Urbanidades**. Rio de Janeiro: Faperj, 2012.

CASTELLO, Lineu. **A percepção de lugar. Repensando o conceito de lugar em Arquitetura-Urbanismo**. PROPAR/UFRGS, Poro Alegre, 2009.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1998.

GHEL, Jan. **La humanización del espacio urbano. La vida social entre edificios**. Barcelona: Reverté, 2013 [1971].

HERTZBERGER, Herman. **Lições de Arquitetura**. São Paulo: Martins Editora, 2018.

HOLANDA, Frederico. **Arquitetura e Urbanidade**. Brasília: Pro-editores, 2003.

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2001 [1968].

KON, Anita. Sobre as atividades de serviço: revendo conceitos e tipologias. **Revista de Economia Política**, v. 19, n.2 (74), pp. 64-83, abr.-jun. 1999.

KON, Anita. **A produção terciária: o caso paulista**. São Paulo: Nobel, 1992.

LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991.

LIMA, Luiz Cruz. ROCHA, Adriana Marques. **Reflexões sobre o terciário**. Geotextos, vol. 5, n.2, dez. 2009.

LIMA, Renata Priore. **Plugin: interfaces urbanas em los nuevos centros lineales – el caso de la avenida Paulista**. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação da Universidade Politécnica da Catalunha, Barcelona, 2016.

MEHTA, Vikas. Lively Streets. Determining environmental characteristics to support social behavior. **Journal of Planning Education and Research**. Vol. 27, pp. 165-187, 2007.

MEHTA, Vikas. BOSSON, Jennifer. Third places and social life of streets. **Environmental and Behavior**. Vol. 46, n. 6, pp. 779-805, 2010.

MEIRELLES, Dimária Silva e. **O conceito de serviço**. Revista de Economia Política, v. 26, n. 1, pp. 119-136, jan.-mar. 2006.

MEYER, Regina. Pensando a urbanidade. **Resenhas Online**, São Paulo, ano 01, n. 001.18, Vitruvius, jan. 2002 <<https://vitruvius.com.br/revistas/read/resenhasonline/01.001/3261>>. Acesso em 27 mar 2021.

NETTO, Vinícius M. A urbanidade como devir urbano. In: HOLANDA, F. ANDRADE, L. KRAFTA, R. et al. **Urbanidades**. Rio de Janeiro: Faperj, 2012.

NETTO, Vinicius M.; SABOYA, Renato; VARGAS, Júlio Celso. (Buscando) Os efeitos sociais da morfologia arquitetônica. **Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**. V. 4, n.2, p. 262-282, jul./dez. 2012.

RICOEUR, Paul. Arquitetura e Narratividade. **Urbanisme**, n. 303 (nov/dez 1998).

RIDDLE, D. Service-led-growth. **The role of the service sector in world development**. Nova Iorque: Praeger Publishers, 1986.

SOLÀ-MORALES. Manuel de. “Espacios públicos y espacios colectivos: un nuevo reto, urbanizar lo privado”. **La Vanguardia**. Suplemento 12/05/1992, p. 4-5. In: Portafolio. Facultad de Arquitectura y Diseño. Universidad del Zulia.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar**. São Paulo: Difel, 1983.

VARGAS, Heliana Comin. Comércio, serviços e cidade: subsídios para gestão urbana. **REURB Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**. V. 22, E202010PT, 2020. Disponível em: <https://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/6053>. Acesso em 11 mai. 2020.

_____. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Manole, 2018.

_____. **A localização comercial não se define por decreto**. LABCOM, SP, 2015. Disponível em: < <http://www.labcom.fau.usp.br/?p=577>>. Acesso em 3 ago 2021.

_____. O comércio e os serviços varejistas: principais agentes e sua inserção urbana. **Revista .GEOUSP Espaço e Tempo**. N. 8. FFLCH-USP/Humanitas, p. 77-87, dezembro 2000.

¹ No Brasil, a Receita Federal associada ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) utiliza a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) valendo-se de centenas de códigos para identificar os principais grupos de atividades geradoras de renda sendo que cada grupo possui outras subcategorias.

² <https://exame.com/negocios/por-dentro-do-novo-escritorio-das-drogarias-pacheco-e-sao-paulo/>.

³ Escritórios de companhias públicas como transporte, água, gás, eletricidade; de Prefeituras, Câmaras Municipais, Secretarias, Poupa-Tempo/Resolve Palmas; e também nas Universidades públicas.

⁴ Em pesquisa realizada com a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Uberlândia, os pesquisadores Talarico, Messias e Coccozza (2020) identificaram os espaços urbanos que os entrevistados mais sentiram falta durante a quarentena: espaços verdes públicos (26,8%); vida noturna (19,6%); universidade (12,4%); espaços culturais (12,4%); restaurantes (8,8%); ruas e centro da cidade (7,7%); shopping (6,7%); academia (4,6%) e; culto e igreja (1,0%).

⁵ Estudos apoiados pela psicologia e psiquiatria (KAPLAN & KAPLAN, 1989; ULRICH et al., 1991;) demonstraram que espaços comerciais de coletividade, sejam ruas ou edifícios, podem ser considerados destinações restauradoras de stress e de capacidade de atenção. Estudos mais recentes comprovaram a influência das atividades terciárias na construção do senso de comunidade, pertencimento e sociabilidade (HICKMAN, 2012; MESHRAM; O’CASS, 2013; ROSENBAUM; SMALLWOOD, 2013).

⁶ Termo cunhado pelos três pesquisadores em referência a escritora Jane Jacobs.