

O COMÉRCIO E A CIDADE: LISBOA E PORTO

TERESA BARATA SALGUEIRO⁽¹⁾

As relações entre o comércio e a cidade são ricas e diversificadas. Os estudos sobre comércio começaram por se debruçar sobre os padrões espaciais dos estabelecimentos, buscando inspiração na Teoria dos Lugares Centrais que se baseia no aumento do preço dos bens com a distância, mas hoje, as novas condições de acessibilidade e de consumo desafiam algumas das premissas daquela teoria e a tendência é para alargar as linhas de explicação, dando maior importância ao papel dos diversos agentes e das suas estratégias, sejam eles comerciantes, produtores ou consumidores. Também se nota um aumento do enfoque na distribuição e nos estudos centrados no consumidor, locais e padrões das práticas de consumo e seus significados.

Os trabalhos sobre o comércio urbano na perspectiva geográfica permitem acompanhar o desenvolvimento urbano, perceber como evoluiu a cidade e a sua organização interna, e mesmo a diversidade social dos grupos que partilham o território e o grau de abertura da economia ao exterior. O estudo do comércio na cidade é inevitavelmente dominado pela questão do centro. Pelo seu crescimento e especialização, pela sua migração e, mais recentemente, pela sua fragmentação com o aparecimento de novos centros alternativos nas cidades em que estruturas policêntricas substituem a mononucleada.

(1) Professora Associada da Universidade de Lisboa, investigadora do CEG e do GECIC. Dept. de Geografia, Faculdade de Letras, Cidade Universitária, 1699 Lisboa Codex. Fax: (351-1) 796 00 63.

A Baixa foi desde cedo, pelo menos desde o século XIII quando a Rua Nova dos Ferros ou dos Mercadores (paralela ao rio) se converteu no principal eixo do comércio lisboeta, o centro da vida comercial de Lisboa e de algumas actividades de lazer, desde o século XVIII prolongadas pelo Chiado. Pela década de 60 do nosso século o desenvolvimento das actividades terciárias e a incapacidade da Baixa e dos tecidos adjacentes por razões urbanísticas, de oferecer os novos espaços requeridos estiveram na base da expansão do centro para norte, em direcção à zona do Marquês de Pombal primeiro, e pelas Avenidas Novas depois. Esta migração processou-se com tal rapidez e intensidade que agora aqui se situa o centro terciário de Lisboa. Algum comércio, designadamente o de apoio à população empregada e às actividades económicas, acompanhou este movimento, mas foi já nos anos 80, especialmente depois do incêndio do Chiado ocorrido em 1988 que se viram emergir na cidade dois centros de elevado nível de especialização e raio de atracção: o eixo Av. Guerra Junqueiro-Av. de Roma (para Norte em direcção ao aeroporto) e o Centro Comercial Amoreiras, para Oeste. Esta estrutura policêntrica continua-se na área suburbana onde centros comerciais (com o maior exemplo no CascaiShopping) e comércio de rua modernizado contribuem para o aumento da diversidade da oferta.

Aspectos semelhantes encontramos no Porto onde, contudo, o centro comercial se mantém até ao século XIX no coração do casco histórico, não obstante a abertura de eixos regulares, Rua Nova de S. João, Rua das Flores, apontar um sentido para a sua migração. As praças abertas do lado de fora das portas da muralha e regularizadas com as urbanizações que fazem crescer a cidade para Norte são focos importantes de comércio "contribuindo para a emergência do centro económico a cota alta"(FERNANDES, 1993, p. 49) e a Baixa vai formar-se entre as Praças Carlos Alberto e Batalha, detendo já 50% das unidades funcionais da cidade em 1882. Entre 1910 e 1938 os serviços financeiros abandonam o centro histórico a favor da Praça-Avenida dos Aliados. O apogeu da Baixa é situado por Fernandes à volta de 1938 e depois, progressivamente, e por razões semelhantes às que se verificam em Lisboa, a expansão das actividades é dificultada "pelos entraves colocados à substituição do construído e pela quase inexistência de espaços livres capazes de suportar (novos vectores) de urbanização"(Ob. cit., p. 188). Assiste-se primeiro a um processo de selecção que fixa as

actividades mais performantes e expulsa outras, depois ao declínio deste centro devido à descentralização de muitas unidades e posteriormente a 1970, ao desenvolvimento de um novo centro terciário na Boavista (a Oeste) combinando actividades de serviços e comércio, seja implantado ao longo das ruas, seja agrupado em centros comerciais.

Em 1972 a Baixa portuense concentrava apenas 34,9% dos estabelecimentos comerciais e a Boavista já tinha uma presença importante com 6,5%. Os valores para 1991 são respectivamente de 26,8% e 14,3% (*ob. cit.*, p. 303). A Boavista continua a crescer como bem mostra a promoção do Centro Comercial "Cidade do Porto", um grande empreendimento misto cuja realização está em curso, que vai reforçar significativamente a oferta comercial e a qualidade do ambiente construído, nesta área.

Para a emergência dos novos pólos terciários contribuem as novas condições de acessibilidade metropolitana. Tanto MARROU (1993) como FERNANDES (1993) referem a importância das pontes, a 25 de Abril, sobre o Tejo, de 1966 e a da Arrábida, sobre o Douro, de 1963, na afirmação de um novo centro de serviços e comércio para Oeste ou Noroeste do centro tradicional, respectivamente de Lisboa e do Porto.

Em 1993 completaram-se duas teses de doutoramento sobre o comércio e a cidade nas duas principais sedes metropolitanas portuguesas, a de L. Marrou e a de J. A. Fernandes⁽²⁾.

L. Marrou apresenta como objectivo para o seu trabalho "estudar a relação do comércio com a cidade e não propriamente o aparelho comercial". Foca o estudo na caracterização do comércio de Lisboa nos finais dos anos 80 e usa como principal fonte de informação o levantamento de campo exaustivo que fez para uma grande parte da cidade em 1988/89, depois complementado com elementos estatísticos da DGCI e bibliografia existente sobre a cidade e o seu comércio.

O facto de ser estrangeiro e de privilegiar a abordagem vivida ajudam a perceber a proeminência daquela fonte numa cidade onde existe um razoável acervo de informação sobre comércio. O trabalho de campo permitiu-lhe "mergulhar" na cidade e senti-la através duma relação muito próxima com o território e os seus habitantes e ajuda-nos

(2) Louis MARROU, *Le commerce et la ville dans le centre de Lisbonne*, Univ. de Paris IV-Sorbonne, Fev. 1993 e José A. Rio FERNANDES, *O comércio na cidade do Porto. Uma abordagem geográfica*, FLUP, Porto, Jun. 1993.

também a perceber certas compartimentações e designações avançadas pelo autor para os bairros, bem como a sua caracterização, por vezes dominada pela experiência sensível.

Ao longo de nove capítulos, Louis Marrou dá-nos uma ideia bastante completa e profunda do aparelho comercial da cidade e das suas transformações nos últimos anos sem se esquecer, quer de procurar no passado as raízes para certas persistências, quer de perspectivar as tendências de evolução futura e de apresentar algumas sugestões sobre o modo de lidar com elas ou com os problemas que já se detectam. Em termos de método oferece riqueza e diversificação no tratamento e apresentação dos dados. Efectivamente, esta análise fornece diversos contributos interessantes, seja pela preocupação com a classificação, seja pelo uso de indicadores. No primeiro caso regista-se a distinção entre "espaços fechados ao comércio" e "espaços abertos" e, dentro destes a tipologia que organiza a partir de comércio disperso, de cruzamento/interseção, de praça e de alinhamento, mesmo que baseada em exemplos nem sempre de generalização óbvia.

Ainda em termos de classificação, parece-nos interessante a aplicação do binómio central/periférico, que mais correctamente seria central/não central, aos comércios à escala micro-geográfica dos bairros. No comércio central incluem-se os ramos que precisam de maior densidade de potenciais clientes porque a compra por impulso representa percentagem importante das suas vendas (moda, *fast-food*, discos, prendas), enquanto nos não-centrais tem maior expressão a compra reflectida (móveis, electrodomésticos) ou a clientela fiel (cabeleireiro). Esta classificação tem, segundo o autor, a vantagem de agrupar os comércios na sua relação com o cliente, coisa que a hierarquia não faz. As zonas com maior representatividade de comércios de tipo central são as da Baixa-Avenida da Liberdade, Guerra Junqueiro-Roma e Av. da Igreja.

Marrou usa com muita frequência a noção de comercialidade mas deixa uma certa indefinição sobre se este conceito se situa ao nível da centralidade/attractividade da zona comercial (abordada através da centralidade e das afinidades entre ramos identificadas por relações de vizinhança) ou ao nível da paisagem percebida e do comportamento dos consumidores. Trata-se claramente de um desafio estimulante para explicação posterior.

Grande parte da análise é referida a 32 áreas empiricamente delimitadas e para as quais apresenta a densidade comercial, o potencial

comercial, o índice de diversidade e a comparação das ocorrências dos vários ramos com o conjunto das zonas analisadas.

A II parte (capítulos 4 e 5) é dedicada à apresentação das diversas áreas consideradas. No geral refere a história do desenvolvimento urbanístico, a sua localização e morfologia, as características do tecido comercial em comparação com o conjunto estudado ou com outro bairro. Por vezes detem-se sobre uma actividade predominante na zona, caso dos restaurantes e snack- bares, no Bairro Alto, ou dos talhos, a propósito do Rego.

A III parte trata das formas "concorrentes" de abastecimento e dos consumidores. O capítulo 6 é dedicado à revolução comercial, às grandes superfícies e a outras formas de comércio moderno; o capítulo 7, para nós talvez o mais interessante pela riqueza da informação apresentada, analisa o abastecimento não sedentário porque em Lisboa "ao rigor estatístico da distribuição moderna(...) se opõe a desordem colorida do comércio não sedentário" (p.316).

No capítulo 8 estuda o comportamento dos consumidores com base em diversos trabalhos sobre hábitos de compras e preferências de deslocação, ressaltando que "o consumidor português teve necessidade de se adaptar à mudança de escala introduzida pelo metropolitano, pelos autocarros, pelo aumento da posse de automóveis, bem como à multiplicidade de escolhas que se lhe colocam" (p.351). Este capítulo remata com o estudo desenvolvido com J.-P. Grimmeau sobre as afinidades entre comércios a partir de 3318 unidades para 5 zonas (Baixa-Chiado, Avenidas Novas, Almirante Reis, Campo de Ourique, Bairro Alto), método também ele a desafiar novas aplicações para melhor testar o seu potencial explicativo.

Na conclusão salienta que nos últimos anos "se assitiu a uma modificação na dinâmica de organização do território" com a evolução de Lisboa para uma estrutura multipolar. Entretanto, o espaço central sofreu uma tripla revolução, quer na localização, quer nas actividades, quer nos frequentadores. Efectivamente, a "Baixa foi desqualificada na sua localização metropolitana pois, se continua a ser o centro duma aglomeração que se estende nas duas margens do Tejo, deixou de estar no seu *core* devido à modificação dos principais fluxos de circulação" (p.412). A evolução do aparelho comercial veio modificar a geografia dos pontos de venda e os consumidores viram modificada a oferta comercial, quer do ponto de vista espacial, quer do das formas de distribuição, tendo mais escolhas (p.412).

Reconhece, finalmente, a importante complementaridade existente entre as diferentes formas de distribuição que com frequência os investigadores opõem. Em Lisboa o comércio existe por todo o lado e há lugar para três sistemas de distribuição concorrentes que aqui são também complementares. Há estabelecimentos antiquados, mas profundas transformações nas estruturas de distribuição e dos modos de vida. Entre a Baixa e o grande Centro Comercial há uma sucessão de tempos e de complementaridades (p.413).

J. A. Fernandes apresenta um primeiro capítulo, introdutório e de enquadramento, onde trata de conceitos, reflecte sobre métodos de estudo e técnicas de interpretação do comércio. O autor aponta como objectivo para o seu trabalho "entender as dinâmicas de transformação duma cidade concreta, o Porto, à luz da afirmação e do desenvolvimento do comércio retalhista". Privilegia o estudo do fenómeno no tempo, a análise histórica, fazendo o retrato da estrutura comercial em cinco datas (1882, 1910, 1938, 1972 e 1991), analisando a evolução entre elas em relação com as transformações demografico-urbanísticas para "procurar os reflexos da distribuição dos estabelecimentos na organização geral da cidade" (p.13), assunto que desenvolve nos capítulos 2 a 4.

Apesar do título da obra, a análise não se restringe às actividades comerciais e inclui um leque alargado de serviços com comportamento económico ou locativo semelhante como são os de Horeca, serviços pessoais e de reparações domésticas, de lazer, profissões liberais e serviços financeiros.

O conhecimento dos estabelecimentos em cada uma das datas escolhidas baseia-se no Almanach Commercial para 1882 e depois em Anuários Comerciais e/ou Industriais e nas páginas amarelas da lista telefónica, para 1991, adoptando como unidades espaciais as definidas pelo PGU (Plano Geral de Urbanização) de 1989, embora dando mais relevo à Baixa, ao Centro Histórico, à Boavista e à Foz.

De um modo geral, a caracterização da estrutura comercial em cada período segue um figurino semelhante: número de unidades por ramos de actividade e a sua distribuição espacial através de sectogramas que permitem analisar comparativamente a importância relativa dos vários ramos nas unidades territoriais consideradas, para além de fazer o tratamento individualizado das ruas especializadas, faceta bem característica do comércio do Porto com exemplos notáveis de persistências.

Situa a primeira modernização do comércio no século XIX sendo muito interessante a referência ao papel que os estrangeiros, principalmente brasileiros de torna viagem, tiveram no desenvolvimento urbanístico da cidade oitocentista e na "modernização do comércio através da introdução de novidades, de maior profissionalismo e dos primeiros anúncios a lojas na imprensa" (p.73).

No capítulo 4 que trata das "Alterações recentes" acompanhamos a metropolização: a cidade terciariza-se, perde gente, e a periferização acentua-se, o novo centro da Boavista consolida-se e aparecem novas formas comerciais e novas técnicas de venda. Não se fica todavia com um retrato preciso sobre a sua importância, nem com os padrões de localização na cidade, principalmente no que se refere aos centros comerciais.

Também no Porto se tem assistido ao fortalecimento recente do comércio não sedentário. A câmara municipal estimulou algumas feiras especializadas (p.260) para animar espaços públicos, mas ao mesmo tempo cresceram os circuitos tradicionais e apareceram novos circuitos de venda não sedentária como seja ao domicílio e nos locais de trabalho, aspectos que são também aflorados neste capítulo que tem matéria para uma tese inteira.

Finalmente, no capítulo 5 discute as tendências de evolução e o papel do planeamento na sua orientação e correcção, destacando a necessidade de travar o declínio da Baixa "que poderá tender a transformar-se num espaço 'periférico' do núcleo principal" (p.341). Embora afirme que "é precipitado admitir que a nova realidade metropolitana caminhe aceleradamente para uma estrutura policêntrica"(p.349) defende "uma estratégia que incentive e enquadre a reurbanização (impulsionada pela reciclagem da paisagem construída e reutilização dos imóveis), que evite a excessiva homogeneização do território, potencie a emergência e consolidação de uma estrutura pluri-nuclear" (p.362), em que o comércio aliado a uma "potenciação na área da cultura e do lazer" (p.364) deve ser um factor fundamental, apresentando mesmo diversas propostas para o conseguir.

Ficamos a aguardar a publicação destes trabalhos ou de partes substanciais deles para que mais gente tenha acesso ao importante acervo de informação que comportam e aos desafios que a análise da cidade pelo lado da estrutura comercial coloca.