



Investigaciones Geográficas (Mx)  
ISSN: 0188-4611  
edito@igg.unam.mx  
Instituto de Geografía  
México

Creuz, Villy

III Seminário Internacional "Cidade, Comércio e Consumo" - Mutações nos Espaços Comerciais e de Serviços e o Consumo na Sociedade Contemporânea, São Paulo, 28-31 de maio de 2012

Investigaciones Geográficas (Mx), núm. 79, diciembre, 2012, pp. 173-175  
Instituto de Geografía  
Distrito Federal, México

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56924845015>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

No mês de maio do ano corrente, entre os dias 28 e 31, aconteceu em São Paulo, Brasil, a terceira edição do Seminário Internacional Cidade, Comércio e Consumo, sobre o tema: Mutações nos Espaços Comerciais e de Serviços e o Consumo na Sociedade Contemporânea. O evento foi organizado pelo Núcleo de Estudos sobre Comércio e Consumo – NECC, sob a coordenação da Silvana Maria Pintaudi, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, campus Rio Claro. O seminário foi realizado no auditório do Hotel Comfort Nova Paulista, na região do bairro Vila Mariana.

O grupo de pesquisadores que participam dessa rede, cujo mote central é a dinâmica do consumo e do comércio nas cidades, possuem temas afins e trabalham no sentido de direcionar esforços à publicação, discussões teóricas internas e organização da continuidade dos fóruns de debate. A primeira versão foi realizada na cidade do Rio de Janeiro (Brasil), em 2006. A periodicidade dos debates se manteve e, em 2009, na cidade de Barcelona (Espanha) foi estabelecida uma agenda comum de pesquisa, com integrantes de diversos países: Brasil, Espanha, França, Itália, Portugal e México. A configuração do encontro em São Paulo esse ano foi resultado das discussões na versão anterior do seminário.

A partir do tema escolhido, “Mutações nos espaços e de serviços e o consumo na sociedade contemporânea”, três eixos formam a base das apresentações nos três dias do seminário: 1. As formas comerciais e de serviços e a produção do espaço urbano na contemporaneidade; 2. As estratégias territoriais do comércio e dos serviços na cidade contemporânea; e, 3. O espaço de consumo na cidade contemporânea.

No primeiro dia houveram três momentos de trabalho: mesa redonda de abertura, discussão de pro-

jetos e a primeira mesa (“As formas comerciais e de serviços e a produção do espaço urbano na contemporaneidade”). A abertura dos trabalhos consistiu numa espécie de boas-vindas aos colegas de diferentes Universidades, a partir de uma dinâmica de grupo cujo intuito era conhecer todos os participantes. A discussão de projetos, comum aos três dias no auditório, girou em torno da organização dos temas e propostas temáticos à próxima edição.

A mesa de abertura iniciou os trabalhos a partir da fala de Teresa Barata Ribeiro, da Universidade de Lisboa, que tratou sobre a transformação do uso do solo nas áreas centrais, apontando uma mudança de ordem econômica e social e afirmando que a organização do comércio nas áreas centrais responde a essa nova dinâmica. A teoria da resiliência é a fundamentação teórica, na qual está incorporada a engenharia resiliente, a ecologia resiliente e a adapture evolutionary resilience. Haveria, nessa perspectiva, uma situação de equilíbrio, mais a chegada de um evento, resultando em uma situação transformada, cuja tendência é a estabilização. O ponto levantado pela pesquisadora é que não existem situações de equilíbrio: na esfera social há mais desequilíbrios em situações a definir. Nessa direção, as investigações de Barata se direcionam a luz das centralidades, enquanto recentralização (novas demandas e mobilidades) e estetização do consumo. Os elementos de mudança trazem a mobilidade e acessibilidade, especialização espacial (luxo, lugar de lazer, etc.), os novos conceitos (shoppings, lojas e os novos tipos de serviços). Nesse ínterim o Estado possui um papel central com melhorias dos espaços públicos e promoção de eventos.

A fala de Herculano Cachinho, também da Universidade de Lisboa, foi centrada na ideia do consumidor enquanto produto da mais-valia, no qual há pontos a destacar: as compras são dotadas

de questões antropológicas e as paisagens urbanas são valorizadas diferentemente, segundo os graus de consumo. Haveria, portanto, uma perspectiva cultural do consumo, na qual a identidade dos indivíduos se reproduz na ação consumptiva. As lojas, sobre esse prisma, são campos-interface e ajudam no ato do projeto de vida dos sujeitos, como identidade externa e como uma manifestação do capital cultural. Segundo E. Arnold, citado por Cachinho, a teoria cultural do consumo estaria respaldada em quatro aspectos: recursos culturais econômicos, utópicos, lúdicos e temporais.

Seguida pela apresentação Carles Carreras, da Universidade de Barcelona, que tratou da dívida soberana contra o consumo, dando especial atenção à situação vivida atualmente por Espanha. Ressaltou o caráter do excesso de quantificação da valoração de certos aspectos dos economistas na vida cotidiana das pessoas, em que a austeridade acaba por tornar-se o aprofundamento da crise.

Em continuidade à ordem de apresentações os investigadores franceses Phillippe Dugot e Brice Navereau, Université de Toulouse II, sustentaram a necessidade da reconciliação entre a urbanização comercial na França. A fala se pautou no divórcio entre o comércio e cidade, nas estratégias de consumo, na acessibilidade que resultam na sustentabilidade ligada às empresas na produção de economias locais.

A última a se apresentar foi Silvana Pintaudi, da Universidade Estadual Paulista ‘Júlio de Mesquita’. Pintaudi argumentou que os estudos sobre a morfologia do tecido urbano são necessários para explicar as cidades. O consumo de objetos reorganiza o espaço urbano e alteram a relação espaço-tempo na cidade. Os espaços comerciais sofrem diversas mutações a partir da técnica e da ressignificação das ciências. De acordo com a Pintaudi o positivismo da técnica apenas conduz ao erro e a subjetividade formada na práxis e pela práxis acaba por ser alterada no projeto urbano comercial.

A mesa redonda 1 (“Formas de comércio e de serviços e a produção do espaço urbano na contemporaneidade”) tratou, em geral, a partir de nove trabalhos apresentados, que as formas comerciais e a produção do espaço é uma, entre outras possibilidades, de ler o espaço, no sentido de que as formas

descortinam os processos. Hildebert Isnard dizia que a sociedade está inteira nas relações sociais que o produzem. A noção de espaço permite ultrapassar as formas como cenários. Todas as formas nos levam a compreender a maneira pela qual as cidades capitalistas tendem a se reproduzir e as possibilidades urbanas de reprodução da vida. David Harvey, em seus escritos, fala-nos da reprodução do capital e do aumento da concentração de poder. Nesse sentido, o urbanismo torna-se uma ideologia e uma estratégia, na qual se potencializa sua mercantilização. Os trabalhos apontaram, também, que o conjunto de possibilidades, com a coexistência com atores sociais distintos, tende a ser muito maior. As formas de ações do poder público e a iniciativa privada acabam, de acordo com os recortes das pesquisas, antevertendo que o resultado tende a gentrificação. O consumo, apontados pelos investigadores, tende a se opor entre duas esferas: o consumo de massa e os desejos individuais e subjetivos, de modo que a diferenciação entre os lugares aparece como uma nova manifestação de rentabilidade de busca pela mais-valia.

No segundo dia do seminário os trabalhos se iniciaram com a Mesa 2 (“As estratégias territoriais do comércio e dos serviços na cidade contemporânea”), composta por um grupo de sete pesquisadores. Em termos gerais os trabalhos apontaram a necessidade de um enfoque territorial para analisar a produção do espaço e a produção de relações sociais que não podem se realizar fora do território. O conjunto de apresentações denotou a capacidade de atores capitalistas organizarem suas formas de trabalho, com as diversas granulações de poder, influência e capitalização. A participação do Estado entre as diversas empresas e indivíduos que coexistem é pouco imparcial, escolhendo, normalmente, criar estruturas e benefícios fiscais e tributários aos agentes do chamado circuito superior. Mas, o território é contínuo e abriga todo o conjunto de atores e não apenas os agentes dos circuitos hegemônicos: o meio construído permite sinapses entre as redes comerciais e de serviços, em áreas de diversidade e consumo popular. De sorte que o consumo é uma variável explicativa central no cruzamento de demandas e no aumento dos nexos financeiros.

Depois do almoço, houve o momento discussão de projetos, seguida pela terceira mesa (“O espaço do consumo na sociedade contemporânea”), cujo tema abrangeu muitas perspectivas analíticas, entre os nove trabalhos apresentados, em que três são centrais. A primeira delas partiu da cidade como linguagem, a partir de seus muitos pontos de análise subjetiva e simbólica que envolve o comércio e consumo. A ideia de localização como um recurso estratégico de mercado. A segunda perspectiva foi a relação centro-periferia, na qual a complexidade da área metropolitana permite a existência de diversas periferias, pautadas sobre a variável econômica, acessibilidade, suas múltiplas escalas (cultura e mercados) e as respectivas articulações escalares. Por fim, a psicografia enquanto técnica para diferentes estilos de vida.

No terceiro dia do evento a saída de campo organizada por Carlos Henrique Costa da Silva, em São Paulo, consistiu em um trajeto partindo da área central da cidade, com diversificação de formas de comércio a partir do acesso ao consumo com graus distintos de poder aquisitivo. O caminho se direcionou a uma área de valorização do uso do solo e concentração de riqueza, a região dos bairros Vila Olímpia e Cidade Jardim, onde dois novos

empreendimentos (*shoppings*) redimensionaram a distribuição entre o comércio de luxo em São Paulo.

O último dia do evento foi o apenas no primeiro período do dia, terminando as apresentações (três) que faltavam mescladas nas mesas já transcorridas nos dois primeiros dias. Entre as apresentações Patricia Eugenia Oliveira, da Universidad Nacional Autónoma de México, tratou sobre as políticas de gestão urbana da cidade do México e as novas formas de valorização do solo e a participação do Estado em áreas de comércio ligadas ao turismo no centro urbano, discorrendo também sobre a inserção de agentes nessa dinâmica político-econômica.

A discussão de projetos fechou os temas do próximo seminário que será realizado na cidade Nápoles com a organização da equipe italiana, em 2013, com data ainda não confirmada. Desse modo, encerraram-se as sessões de trabalho no III Seminário Internacional Cidade, Comércio e Consumo.

*Villy Creuz*  
Programa de Pós-graduação  
em Geografia Humana  
Universidade de São Paulo