

Ana Lucy Oliveira Freire

Professora Adjunta do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

alucy.freire@bol.com.br

---

# O desenvolvimento do comércio e a produção do espaço urbano

## Resumo

Esse ensaio objetiva contribuir com os estudos acerca das articulações entre o comércio e a cidade, na medida em que o aparecimento de novas formas comerciais tem um rebatimento no processo de produção do espaço urbano. O funcionamento, as relações sociais, as mercadorias, os movimentos interno e externo, e tudo aquilo que dá vida aos mercados, feiras e outros tipos de comércio ditos tradicionais, são cada vez mais atrativos ao ponto de se tornarem, hoje, no diferente, que resiste em meio ao que se tornou homogêneo, tais como as formas que abrigam o denominado comércio moderno, a exemplo dos *shopping centers*. Essa dinâmica do comércio motivou uma pesquisa em andamento, sobre o papel dos mercados, das feiras, das mercearias, das galerias e diversos outros tipos de comércio no espaço urbano, os quais, historicamente, incorrem em mudanças espaciais. O ponto de partida das análises são os mercados e as feiras sobrevivendo em meio à pressão do crescimento da metrópole, uma vez transformados em centros de lazer (culturais, gastronômicos, turísticos, etc.). O texto privilegia a primeira parte da pesquisa, sistematizando um levantamento de fontes bibliográficas/teóricas, especialmente aquelas relacionadas ao desenvolvimento histórico do comércio, do desdobramento das trocas comerciais que, aos poucos, exigem abrigos para o funcionamento permanente na cidade.

**Palavras-chave:** Comércio, formas comerciais, trocas, cidade, urbano.

## Abstract

THE COMMERCE AND THE PRODUCTION OF THE URBAN SPACE

The objective of this article is to contribute with the studies concerning the joints between commerce and city in the measure where the appearance of new commercial

forms has an striking in the process of production of the urban space. Functioning, relations social, merchandises, movements internal and external, and everything what of the life to the traditional markets, fairs and other said types of commerce, they are each time more attractive to the point of if becoming, today, in different, that it resists in way what if became homogeneous, the such as the forms that shelters the called modern commerce, as shopping centers. This dynamics of the commerce motivated a in progress research, which comes studying the paper of the markets, the fairs, the grocery, the diverse galleries and other types of commerce, which, historically, they incur into changes in the city. The starting point of the analyses is the markets and the fairs surviving in way to the pressure it growth of the metropolis, a time transformed into leisure centers (cultural, gastronomical, tourist, etc.). The text privileges the first part of the research; systemize a survey of bibliographical sources/theoreticians, especially to those related to the historical development of the commerce, of the unfolding of the commercial exchanges that, to the few, demand shelters for the permanent functioning in the city.

**Key-words:** Commerce, commercial forms, exchanges, city, urban.

## 1. Introdução

O entendimento acerca das transformações no mundo e a compreensão da realidade que se coloca para nós no dia a dia são desafios; são tarefas postas às ciências através daqueles que se dispõem e têm a oportunidade de embrenhar-se em um trabalho de pesquisa. A Geografia, conhecimento da área das ciências humanas, entre momentos de crise e superações no seu corpo teórico, há tempos vem contribuindo no sentido de não necessariamente explicar ou dar respostas aos fenômenos relativos à complexidade que envolve a realidade mundial na atualidade, mas de pensar essa realidade enquanto fruto de processos que envolvem os lugares, as pessoas, a sociedade. No caso da cidade não podemos reduzir o entendimento acerca do processo de produção do espaço urbano à paisagem física em constante mutação e expansão. Isso seria reduzir a urbanização, pura e simplesmente, ao crescimento urbano (CARLOS, 2004). Há que se entender tal processo para além da fisiografia da cidade, isto é, analisar outras dimensões da urbanização.

O desvendamento do fenômeno urbano (a cidade e a sociedade urbana) se coloca como tarefa aos geógrafos. Nossa pesquisa, através desse ensaio, contribui na medida em que nos preocupamos em pensar

e discutir o aparecimento de novas formas urbanas reestruturadoras e/ou reorganizadoras da cidade, posto que são capazes de provocar transformações significativas na cidade, tal como ocorre com a expansão do tecido urbano, a exemplo dos estabelecimentos comerciais e dos lugares de cultura e lazer.

Nesse sentido, a pesquisa sobre o comércio, em especial a resistência de certas formas comerciais transformadas em lugares de lazer, posto que reconhecidas como pontos culturais, emergiu como parâmetro para entender aspectos da urbanização de Vitória, entendendo esse processo tanto na perspectiva formal, isto é, da paisagem em constante mudança, quanto no que tange às transformações no nível da vida, das relações sociais, uma vez que tais formas – os abrigos do comércio –, há tempos cumprem o papel não apenas de lugar das trocas, mas também como pontos de sociabilidade. Em suma, o comércio, seja o dito tradicional, seja o moderno, traduz para nós as transformações urbanas tanto em sua dimensão física quanto na dimensão social e cultural.

As reflexões sobre as transformações no mundo exigem análises que envolvem diversos conhecimentos. A História, chamada de ciência do tempo, tem um papel fundamental. Discutimos nesse texto o desenvolvimento histórico do comércio e seus estabelecimentos, sobretudo no que tange ao surgimento das feiras e dos mercados, da importância deles a partir do renascimento do comércio no que tange às mudanças na economia do mundo medieval, ou às transformações que essas instituições trouxeram para as cidades da Idade Média, como o comércio, através das suas formas, evoluiu a partir de então, etc. Ou seja, era preciso compreender o significado das trocas, dos lugares criados para as trocas, o dinamismo do comércio, e como tudo isso trouxe mudanças para as cidades, não apenas das paisagens urbanas, mas no que diz respeito às relações sociais e culturais.

Ainda na Idade Média, as instituições voltadas para as trocas, como as feiras e os mercados, também eram locais de espetáculo, do encontro, das festas, isto é, as pessoas se apropriavam desses lugares para outras atividades e atos que não aqueles ligados às relações econômicas, de compra e venda de mercadorias. Esses lugares animavam a cidade, primeiro uma parte dela – seu centro –, e depois, à medida que esse comércio se ampliava e precisava de mais locais de trocas, esse dinamismo se expandia

para além de seu “coração”, ultrapassava as muralhas, até ganhar o mundo todo, o que quer dizer o surgimento de um comércio internacional. Ou seja, do local, depois regional até tornar-se mundial. As cidades, nesse processo, ganham e exercem, cada vez mais, um papel preponderante, lado a lado com o comércio.

No âmbito de nossas considerações reforçamos a ideia de que o comércio, através de algumas estruturas comerciais, muitas vezes vistas como antiquadas ou não adequadas ao mundo moderno, possibilita o restabelecimento de relações de sociabilidade; esses lugares estão repletos de nostalgia, cordialidade, conviviabilidade, de singularidades, expressos em seus barulhos, nos cheiros, nos movimentos, nos ritmos, nas tradições, nos símbolos, tudo isso servindo de valores capazes de humanizar o cotidiano da metrópole, romper com o dia a dia pesado da cidade. Embora sejam formas de comércio, que abrigam as trocas comerciais, esses lugares permitem outras relações que não se limitam às trocas, às relações de venda e compra de mercadorias.

Por um lado, o diferente, o exótico, o pitoresco são denominações comuns para o comércio tradicional que resiste ao tempo. Mercados fechados, feiras, bares, mercearias, “as vendas”, etc. transformam-se em atrativo para o lazer nos dias atuais, onde o diferente é o que chama a atenção. Muito do que existe no interior desse comércio tradicional lembra os tempos passados; é como se fosse um museu expresso nas mercadorias expostas, nas tradições, nas relações de sociabilidade (amizade, parentesco, compadrio, etc.). Por outro, as formas comerciais modernas, em vários casos, são construídas como simulacro do que existia antes, a exemplo dos mercados e o papel dos mesmos como atrativo ao lazer.

Algumas perguntas serviram como meios para seguir um caminho no desenrolar do texto. Como a discussão e a análise sobre o comércio, enquanto pontos fixos, formas comerciais, contribuiriam no entendimento sobre o processo de produção do espaço urbano? Quais os papéis que os equipamentos comerciais, sejam antigos ou novos, exercem nesse processo? Como tentar desvendar e entender a problemática urbana hoje através da resistência de velhas formas/abrigos comerciais ou do surgimento de novas formas? Em que medida a análise acerca do tema comércio e cidade contribui na compreensão do urbano, da sociedade urbana atual?

No âmbito dessas questões, percebemos que o conteúdo econômico do comércio é importante, mas também seu caráter cultural, que tende, cada vez mais, a ser relevante para a sociedade, uma vez que o mesmo, através de suas formas, abre possibilidades para outros usos (de lazer, de apropriação do espaço) e relações, as quais não se resumem à compra e à venda de mercadorias, embora aí estas, muitas vezes, se iniciem.

O funcionamento, a organização, as trocas, as relações, as mercadorias, as formas, o movimento interno e externo, que envolvem e dão vida aos mercados, feiras e outros tipos de comércio tradicional, são cada vez mais atrativos, ao ponto de se tornarem, hoje, no exótico, no diferente que permanece, que resiste em meio ao que se tornou homogêneo, ou que faz parte de uma paisagem onde tudo é igual. Essa foi (e ainda é) a motivação das pesquisas em andamento, posto que pretendemos continuar os estudos sobre o papel dos mercados e das feiras no espaço urbano.

A partir dessas indagações construímos uma hipótese: as muitas transformações sociais, técnicas, arquitetônicas, econômicas e culturais que ocorrem no comércio sinalizam e traduzem mudanças no espaço, isto é, nas cidades, cujas formas construídas compõem novas paisagens a todo o momento, mudanças estas que alcançam até a vida cotidiana.

O caminho metodológico que escolhemos no desenvolvimento do tema não abre mão da discussão sobre o urbano enquanto forma: a cidade; e o urbano enquanto processo, isto é, a análise acerca da sociedade urbana, incluindo a construção de um cotidiano apropriado a essa sociedade, cujas relações são todas mediadas pelas trocas, pelo jogo da compra e da venda, inclusive as antigas relações humanas de sociabilidade; o próprio lazer, o descanso, etc., fazendo parte desse jogo. É como se tudo fizesse parte do mundo dos objetos, das mercadorias.

## **2. As trocas, os mercados e a cidade: Aproximação teórica**

Para entendermos o papel ou a função da cidade no processo de formação dos mercados, dos processos das trocas, e ainda a relação entre estes e a cidade, é importante que tenhamos em mente que, em primeiro lugar, a cidade é um fenômeno que antecede ou já existia antes o/do

surgimento dos mercados, e, em segundo, que a relação daquela com estes se transforma à medida que os mercados passam por um processo de institucionalização. Ou seja, conforme foram dissolvidas, aos poucos, velhas relações consolidadas no passado das sociedades, principalmente aquelas relacionadas às trocas e ao comércio, vemos surgir mudanças nessa relação. Em outras palavras, para que possamos replicar a questão a partir de quando o mercado passou a ter papel preponderante na vida econômica das cidades, chegando mesmo a se confundir com elas, é preciso entendermos as mudanças pelas quais passaram os simples mercados isolados, tradicionais, baseados nos costumes e nas leis, locais de satisfação de necessidades domésticas diárias, transformando-se, tempos depois, em locais inseridos numa economia de mercado (capitalista).

Começamos pela troca, possível quando a produção ultrapassou o necessário para a sobrevivência. Ou seja, a produção além do suficiente para a família ou o grupo – o excedente –, permitiu o intercâmbio. A troca, esse princípio que possibilitou uma ampla divisão do trabalho, nos diz Smith (1996, p. 74), faz parte da natureza humana, isto é, a constante propensão a intercambiar as coisas, como algo vital para a manutenção do homem. Essa tendência, continua esse estudioso, “encontra-se em todos os homens não se encontrando em nenhuma outra raça de animais que não parecem conhecer essa nem qualquer outra espécie de contratos”.

É preciso ir mais longe, uma vez que a troca, entendida desse modo, nos passa a ideia de tratar-se de uma relação natural, mas, em verdade, ela é social. Trocar alguma coisa por outra, a ação de troca material, pressupõe uma relação que, desde as épocas primitivas, é elementar na vida social das comunidades tribais. A troca de produtos/mercadorias num mercado que se institucionaliza, implica um contato entre as partes interessadas, pois estas tendem a regatear preços/valores dos produtos. Portanto, tratar-se-ia de certa confraternização: troca de informações, conversas, acordos, comunicações verbais, linguagens... Enfim, uma sociabilidade na forma de um contrato social, através do qual se evitaria qualquer tipo de conflito, hostilizações mútuas, desentendimentos, violência e injustiças, fruto das prováveis trocas desiguais, da equivalência de não equivalentes, resultando em cadeias de equivalências que ganham o mundial, conforme Lefebvre (1977).

O processo, como bem analisou Marx (1983, p. 79), deve ter sua análise voltada para aqueles que possuem as mercadorias que entram no mercado para a troca, não podendo encerrar-se nas mercadorias, elas próprias, uma vez que diz respeito às coisas intercambiadas, que não podem por si mesmas ir ao mercado e se trocar. É necessário, para a compreensão do processo, entender a relação de vontade – relação econômica – dos proprietários das mercadorias ao trocá-las entre eles.

As trocas, o comércio e os mercados existem na vida econômica das sociedades as mais diversas, pelo menos, desde os tempos primitivos. Conforme Polanyi (1976, p. 167), “el comercio, así como los usos del dinero, es tan antiguo como la humanidad, mientras que los mercados, aunque lugares de reunión con carácter económico han existido casi desde el neolítico no ganan importancia hasta la historia relativamente reciente”. Para este mesmo estudioso das economias primitivas, o papel que o mercado exercia na vida comunitária tinha apenas um caráter incidental. Ou seja, não se tratava de uma economia dirigida por preços, estes totalmente sob o controle e regulamentação de mercados, onde o ganho e o lucro desempenhavam a ideia principal, senão sua lógica mesma. Era uma economia baseada, por exemplo, em doações, na redistribuição e na reciprocidade; um tipo de pré-comércio, despreocupado com equivalências entre as coisas intercambiadas.

Para Jacobs (1975), a troca está associada à ideia de cidade e o mercado se liga, de forma indissociável, ao centro urbano, pelo menos desde o Neolítico, uma vez que, desde então, já existiam cidades. Nestas, era possível encontrar produtos raros à disposição para as trocas. Por isso, grupos de caçadores e cultivadores de aldeias e tribos dirigiam-se a esses centros, a fim de trocar produtos de seus territórios de caça, tais como animais, peles, alimentos silvestres, etc., por outras coisas, principalmente cobre, conchas, pigmentos, talismãs, etc.

O estabelecimento de contatos, cada vez mais frequentes, entre comunidades primitivas, incorreu nas relações de troca regulares. Conforme os alimentos foram tornando-se escassos, dificultando, assim, a sobrevivência das tribos primitivas, estas se obrigaram a destinar parte de seus produtos para a troca, a exemplo da caça e dos produtos silvestres, extraídos dos

territórios onde habitavam tais tribos/comunidades. Em outras palavras, durante tempos remotos da história da humanidade, quando os homens ainda viviam muito próximos da natureza, retiravam desse meio natural tudo o que era necessário para satisfazer suas (simples) necessidades. Dependiam, portanto, das regiões que habitavam em aldeias isoladas umas das outras, e quando chega o momento em que se torna difícil colher de “seus” territórios os produtos, principalmente alimentos, para a subsistência, recorrem ao intercâmbio com os vizinhos mais próximos, constituindo, desse modo, sistemas de trocas bastante extensos, os quais não se resumiam a produtos úteis; podiam ser simples presentes trocados reciprocamente entre tribos/aldeias (Polanyi, 1976). Para Marx (1983), a partir do momento em que os objetos transformam-se em mercadorias dentro e fora da vida comunal, surgindo a crescente necessidade por bens estrangeiros, o ato de trocar regulariza-se, o que exigiu, desde então, separar os produtos destinados às trocas daqueles para a subsistência imediata. Em suma, comunidades fechadas, até então, abrem-se intermitentemente ao exterior em busca de produtos diversificados, fato que ampliou mais e mais as comunicações e circulação de produtos, ideias, trabalho, técnicas, etc.

Se faz mister, nesse sentido, salientarmos novamente que vários sistemas econômicos dotados de comércio, tipos de dinheiro e de mercados subsistiram tempos antes da Idade Média, uma vez que, comumente, tendemos a pensar que estes elementos foram frutos de processos ocorridos somente no recente Feudalismo. Para Polanyi (1976, p. 60), “a história e a etnografia conhecem várias espécies de economia, a maioria delas incluindo o mercado, mas elas não conhecem nenhuma economia anterior à nossa que seja controlada e regulada por mercados (...). O papel desempenhado pelos mercados na economia interna de vários países, parece, foi insignificante até época recente e a mudança total para uma economia dominada por padrões de mercados ficará ainda mais ressaltada”<sup>1</sup>.

É possível, a partir do exposto, entendermos a base da vida econômica das sociedades vivendo em épocas primitivas: Embora elas já tivessem um sistema de trocas e até já possuíssem lugares onde aconteciam essas trocas, ainda estavam longe de serem consideradas economias de mercado ou capitalistas, cujas normas, regras e leis diferem das economias anteriores a este sistema. Isso significa dizer que as trocas ocasionais de bens exceden-



tes entre comunidades primitivas visavam ao auto-abastecimento, isto é, os homens empenhavam-se no provimento de sua família e na própria subsistência da vida comunitária, quando não ocorria a total auto-suficiência ou sua independência econômica. Contudo, ainda não se tratará de uma economia dependente de mercados ou de uma sociedade de mercado.

Adiantando-nos um pouco mais no processo que incorrerá (séculos depois) na total regularização/generalização das trocas, as quais intensificaram o comércio, veremos que, na Antiguidade, os centros urbanos do Império Romano, da Grécia, do Egito, da Mesopotâmia, das cidades-templos da África, na Ásia e no Oriente, por mais que não tivessem um lugar fixo onde as trocas se efetivassem, isto é, especificamente destinados a elas, o mercado acontecia no interior dos templos imperiais, e estes se constituíam enquanto verdadeiras praças de mercado, onde os camponeses, na maioria escravos, vendiam os proveitos de suas colheitas, tendo por fim seu próprio sustento e do proprietário da terra. Contudo, esse mercado vigorava muito mais para especuladores de mercadorias de luxo, fazendo ferver as cidades, as quais, nesse período da história da humanidade, pareciam ser parasitas em relação ao resto da economia baseada totalmente na agricultura. “En la Antiguidad, el comercio y los oficios urbanos eran poco apreciados, mientras que la agricultura era altamente respectada”<sup>2</sup>, diz Marx (1976, p. 27). Essa economia em nada se assemelhava à de mercado, pois não havia, dentre outras condições para sua existência, interesse ou ímpeto pessoal para os negócios, o que colocava o comércio aí desenvolvido como função inferior nessas sociedades.

A cidade da Antiguidade mantinha pouco ou quase nenhum laço com o grande comércio gerador de mercados. Ela se expressava como o centro da vida rural, baseada na propriedade da terra e na agricultura, assim como era o centro do desenvolvimento de atividades verdadeiramente superiores (como a de artistas); centro da política, além de desempenhar o papel de ser o ponto condutor e dispersor das guerras, tendo por objetivo as conquistas territoriais, portanto, o poderio militar, isto é, a cidade era uma entidade do poder militar estatal, a exemplo do que significou Roma.

A queda do Império Romano, levado à decadência e estado de barbárie, repercutiu sobre as cidades que já haviam acumulado enormes riquezas.

Com a paralisação do comércio, muitas cidades, juntamente com o campo, foram abandonadas em meio a períodos confusos que antecedem o renascimento comercial, e, com ele, o período sob o domínio do Feudalismo. Assim, as cidades que sobreviveram ao caos, entre os séculos de estagnação das atividades econômicas na Europa, passaram a fazer parte, após essa época “negra”, de grandes propriedades feudais, reinos e principados, até que uma nova sociedade, baseada em outro modo de produção, apontasse no horizonte.

### **3. O comércio no mundo feudal e as condições de transição para a sociedade capitalista**

O comércio teve participação fundamental no desenvolvimento das cidades medievais, uma vez que estas passaram a ser o centro ativo das trocas, sobremaneira após o renascimento comercial. Antes desse processo, a situação de penúria no ocidente europeu arrastou-se durante as épocas que renunciavam o retorno do comércio, no século XI, ou enquanto persistiram políticas e relações criadas por poderosos proprietários de terras, nas quais os melhoramentos no cultivo das terras por parte de seus trabalhadores servis eram poucos, o que restringia o desenvolvimento do comércio. Este, a princípio, se resumia a encontros e eventos festivos nas aldeias e burgos, nos quais seus habitantes negociavam as poucas coisas que tinham, muitas vezes frutos de piratarias ou roubos ocorridos nos caminhos por onde passavam comerciantes que zigzagueavam por vários territórios europeus. Esses comerciantes, para Smith (1996, p. 389), “ao que parece, constituíam uma categoria de pessoas muito pobres e de classe inferior, que costumavam deslocar-se, carregando consigo seus bens, de um lugar para outro, de uma feira para outra, à maneira dos mascates e vendedores ambulantes...”. Percebe-se, então, que ainda se tratava do comércio rudimentar, uma atividade casual e secundária, e ainda sem as vantagens que o dinâmico comércio, que vigorou em seguida, oferecerá àqueles que buscavam ganhos crescentes.

Assim sendo, somente é possível falarmos em cidade enquanto lugar voltado para as trocas comerciais, enquanto parte de uma sociedade que caminha para a dependência das trocas e do mercado, quando o comércio, fruto da divisão do trabalho, se desenvolver a ponto de provocar nos indivíduos a vontade (e a necessidade) de buscar vantagens cada vez maiores, através da competição nesses lugares estabelecidos para (e pelo) comércio. Essas práticas, a princípio individuais, farão surgir pontos protegidos e assegurados para tal finalidade que, aos poucos, institucionalizam-se: os mercados.

O processo de renascimento comercial, tendo como região principal o Mediterrâneo, denotou a retomada das relações comerciais entre o Ocidente (a Europa) com o Oriente e a Ásia. Conforme intensificavam essas relações, pequenas aldeias, burgos, vilas e cidades, fora ou dentro dos domínios senhoriais (algumas resquícios do Império Romano), despontavam e passavam a abrigar verdadeiros mercados abertos para onde convergiam camponeses que ali vendiam seus produtos, tornando-os, cada vez mais, libertos das obrigações feudais. Huberman (1984) chama atenção para o fato de que as cidades surgiam naqueles lugares em que os mercados se reuniam para negociar, e estes encontros efetuavam-se sempre nos arrabaldes dos burgos e aldeias feudais. É em épocas posteriores, durante os séculos XII até o século XIV (auge do feudalismo e da eferescência do comércio), que muitas cidades cresceram e se desenvolveram independentes dos rigores feudais, assim como surgiram outras, resultado da intensificação das trocas (PIRENNE, 1973).

Os mercados modernos surgidos no curso da Idade Média eliminaram as formas arcaicas de troca, a exemplo das pequenas feiras de aldeias, submetidas depois às grandes cidades que nasciam. Antes, porém, a feira que se instalou nos burgos e núcleos urbanos menores, por sua simplicidade e seu caráter de troca direta, era designada de mercado elementar entre a cidade e o campo, reunindo, assim, a mais volumosa de todas as trocas conhecidas, reclamando, aos poucos, formas de controle, organização e regularizações por parte das autoridades locais, processo que se consolidou depois, através da institucionalização de vários elementos que consolidam o sistema econômico atual.

Tendo, então, passado da casualidade para a regularidade, a nova atividade (de comerciar), proporcionava vantagens e poder, cada vez maiores aos comerciantes/mercadores, quanto mais seguidos foram os encontros destinados, exclusivamente, aos negócios, a exemplo das constantes feiras ou mercados ao ar livre, inicialmente ocorrendo dentro dos muros dos burgos, e depois em áreas externas a eles, contribuindo, dessa maneira, para a formação de verdadeiras cidades. Sobre o papel social que essa classe desempenhou no desenvolvimento das cidades, Le Goff (1968, p. 35), destaca:

o seu poderio econômico está ligado ao desenvolvimento das cidades, centros dos seus negócios. É no quadro urbano, igualmente, que vão tomar corpo o seu ascendente social, o seu poder político – consequência e penhor do seu poderio econômico. Embora esta evolução não tenha seguido o mesmo ritmo, não tenha conhecido um sincronismo perfeito e se tenha revestido de formas diferentes, pode dizer-se que, no século XIII, as cidades são dominadas política e socialmente pelos grandes mercadores<sup>3</sup>.

Em todo caso, esse mercado que crescia e se desenvolvia nas cidades, fruto do dinamismo comercial de mercadores, tampouco se referia a um comércio especializado, isto é, próprio de uma sociedade capitalista de mercado. Para Hicks (1972, p. 33),

aqueles que realizam trocas em tais feiras ainda não serão, em sua maioria, comerciantes especializados. Mesmo quando as trocas se tornam habituais, e o mercado é aberto frequentemente, os comerciantes podem ser camponeses que vão à feira uma vez por semana; não é necessário que haja qualquer outra mudança em seu modo de vida.

A partir do exposto, é possível imaginarmos que não bastou que as feiras, os mercados constantes ou periódicos progredissem; que as cidades crescessem; que as corporações como as guildas surgissem, além de outras instituições econômicas; ainda assim, não existia uma vida comercial moderna nos moldes da economia de mercado. A vida econômica das sociedades em grande parte da Idade Média ainda estava pautada nas tradições, nos costumes, nas leis, no mando ou ordem, quando, na verdade, se pretendia a livre concorrência, o jogo dos preços, a busca incessante de vantagens – lucros –, a expansão econômica, o suprimento total do mercado, a generalização das trocas. As cidades medievais, nesse período

de dinamismo do comércio, eram verdadeiras respostas das atividades da classe beneficiada com concessões da nobreza e dos feudos: a burguesia comercial, a qual possuía o comando das relações comerciais da cidade, onde já se fazia necessário criar cargos e/ou entidades dispostas a intervir nas trocas, evitando, assim, os conflitos. Para Braudel (1996, p. 16), sem o controle e as muitas intervenções, as feiras e os mercados viveriam em meio ao caos, isto é, os indivíduos poderiam aí praticar todo tipo de preço, estendendo esse quadro caótico à vida cidadina voltada para esses lugares de comércio, transformados no centro da vida urbana; o lugar do encontro, da festa, da liberdade, dos acordos, dos contratos, dos negócios. Enfim, como este historiador lembra: *o centro de uma vida de relações*.

O mercado foi, a princípio, lugar exclusivo de mercadores/comerciantes, mas, à medida que o modo de produção feudal se desenvolve, aquele passou a ser indispensável, também, para os senhores feudais, seus vassallos, seus trabalhadores livres, para os servos daqueles, bem como para os artesãos e comerciantes que surgiam nas cidades vivendo dos ganhos realizados nas trocas, quando essa população trazia do campo para as cidades seus produtos. Enfim, os mercados medievais confundiam-se com as cidades; beneficiavam pessoas e grupos, regiões e reinos, a exemplo de uma classe burguesa que fechava a cidade ao mercador estrangeiro, isto é, ao mercado externo, considerado inimigo ameaçador ao mercado local, onde a competição e a concorrência eram quase nulas. Ou seja, as cidades se opunham ao mercado externo, uma vez que este significava a desintegração dos monopólios mantidos até então por aquela classe local. De todo modo, vemos aqui delineados alguns traços que indicam o poder dessas cidades medievais, sob os auspícios de uma burguesia comercial sedenta por romper com velhas políticas do feudalismo, o que não tardou a acontecer.

As cidades medievais da Europa, dotadas de um comércio cada vez mais intenso, cresciam rapidamente, e, em fins do século XIII, já formavam uma rede urbana dotada da pré-indústria (BRAUDEL, 1996). Na Itália, na França, na Inglaterra e em outros países, a influência delas ultrapassava o campo; o artesanato diversificava-se e, enquanto isso, os horizontes do mercado, ou melhor, da consolidação de uma sociedade ou economia de

mercado, alargava-se. Nas palavras de Lefebvre (1972, p. 60), “o capitalismo aproxima-se a passos largos, mas ainda não chegou. Com a cidade medieval estamos no período preparatório que é o da acumulação primitiva, da acumulação de riquezas, de técnicas, de mão-de-obra, de mercados, de lugares e territórios, de comunicações, etc.”.

O surto mercantil europeu, principalmente na região do mediterrâneo, a partir do século XIII, estendeu-se pelos séculos XIV e XV, e embora este período tenha conhecido muitos desastres, tais como doenças capazes de aniquilar grandes massas populares rurais e urbanas, incorrendo em deficiências econômicas na Europa, o comércio a longa distância proporcionou a proliferação de praças de mercado nas cidades, onde ainda existiam e reinavam feiras e mercados, mas poder-se-ia acrescentar a estes: as lojas, as casas comerciais, os armazéns, as bolsas de valores, os bancos, as corporações de negócios e outras engrenagens econômicas. As praças de mercado figuravam como a centralidade da vida urbana no auge do período medieval, posto que ali tudo acontecia: o lazer, os fatos políticos, a vida econômica e a vida religiosa. A praça de mercado proporcionava a vida pública aí centralizada (SITTE, 1992).

Dito isso, o resultado do crescimento, do alcance e das inovações na circulação de mercadorias incidiu na organização de um mercado, com novas leis e regras, localizado nas cidades e pronto a sujeitar qualquer tipo de troca, conforme suas normas. Braudel (1996, p. 27), lembra que faz parte desse processo o fato de que,

pouco a pouco, formam-se cadeias de intermediários, de um lado, entre o produtor e o grande mercador, do outro, entre este e os revendedores, sendo que por essas cadeias passará a maior parte do comércio de manteiga, de queijo, de produtos avícolas, de frutas, de legumes, de leite... Nesse jogo, perdem-se as prescrições, hábitos e tradições, que voam em estilhaços.

Ainda faltavam alguns elementos para fazer nascer uma economia baseada nas trocas de forma generalizada, o que ocorrerá no Renascimento. O fim das doutrinas econômicas, sob os auspícios do poder da Igreja, contrária à ideia de lucro, aliado à transformação do artesanato em manufatura que se prolifera por todo lugar, bem como à multiplicação das expedições comerciais e à fundação de impérios coloniais nos mais variados continentes do mundo e, mais ainda, às premissas anteriores a esse período

consubstanciaram-se em mudanças, as quais representavam as condições para a consolidação de uma economia de mercado. Portanto, já está em jogo a ascensão do capitalismo; deixamos para trás várias sociedades com suas trocas e/ou comércios específicos, e caminhamos rumo ao desenvolvimento de uma economia capitalista.

O crescente afluxo de produtos de alto valor provenientes das colônias para a Europa no decorrer dos séculos XVI, XVII e XVIII, através de poderosas companhias comerciais, fez das cidades desse continente grandes e importantes mercados, onde essas mercadorias de “além mar” eram negociadas. Portanto, tais cidades constituíam-se em verdadeiros “depósitos” de riquezas acumuladas, isto é, o processo de preparação do caminho que resultou na revolução industrial, a cargo de nações enriquecidas na fase mercantilista, destacando-se a Inglaterra. Nessas cidades propulsoras da economia capitalista, surgiram e cresceram um mercado de transações comerciais/de produtos, mas também um mercado de trabalho e um mercado financeiro. Estava esboçada, assim, uma economia de mercado/capitalista. Para Lefebvre (1972, p. 44), “no decurso deste processo a cidade gera algo de diferente, algo que a ultrapassa: no plano econômico, gera a indústria; no plano social, gera a propriedade de bens móveis (não sem transigir com as formas feudais de propriedade); no plano político, finalmente, gera o Estado”<sup>4</sup>. No processo, o já existente mercado urbano se expande para a escala nacional e, em períodos posteriores, se amplia para a escala mundial.

#### **4. A indústria e a multiplicação dos lugares do comércio na cidade**

As palavras de Lefebvre (1972), citadas acima, dizem respeito à leitura que o mesmo fez da obra clássica de Engels (*A Situação da Classe Trabalhadora na Inglaterra*), na qual este último mostrava-se estupefato perante as verdadeiras revoluções que ocorriam naquele país em meados do século XIX, fruto da emergência da indústria, salientando o surgimento de grandes cidades. Estas se tornariam a nova realidade daquela

nação: celeiros do caos, da desordem resultante do amontoamento e do entrelaçamento de centenas de trabalhadores habitando os bairros pobres, das classes que se enriqueciam, habitando lugares privilegiados com ar saudável, bairros comerciais e industriais, etc.

A emergência da economia capitalista foi fruto das mudanças nas relações, as quais representavam o esteio da sociedade feudal. Nessa nova economia (e novo modo de produzir), a produção, que fora para a simples subsistência, passou a ser totalmente voltada para o mercado e se torna, continuamente, dependente dele; a terra entra no mundo da mercadoria e passa a ser propriedade privada, quando outrora poderia ser de todos; o trabalho servil dá lugar ao trabalho assalariado; o comerciante ou membro de corporações feudais se transforma no capitalista, e mantém com o trabalhador outro tipo de relação, etc.

O período capitalista que abarca o século XVIII e parte do século XIX é marcado pela extraordinária transformação, resultado da emergência da indústria, desta vez não mais como simples artesanato, como fora durante séculos, tampouco como manufatura, porém enquanto um sistema calcado no desenvolvimento e melhoria de técnicas de produção fabril, proporcionando, com isso, maior produtividade; maiores cargas de mercadorias colocadas no mercado mundial.

A indústria significou enormes mudanças sócio-espaciais, dentre as quais, podemos ressaltar o fato de que as sociedades que viviam da agricultura em períodos anteriores, portanto, populações em sua maioria rurais, passam a viver em cidades industriais, as quais precisam, de tempos em tempos, de enorme contingente de mão-de-obra. A divisão do trabalho foi fundamental no processo de industrialização, posto que a indústria, naquele momento, exigiu, cada vez mais, grandes massas de trabalhadores divididas em tarefas específicas no processo produtivo, o que não ocorreu sem efeitos nocivos a milhares de pessoas. Reforçando as transformações acarretadas pela indústria, diz Lefebvre (1972, p. 12):

é nas grandes cidades que a indústria e o comércio conseguem mais perfeito desenvolvimento e é por consequência nelas que mais nítida e manifestamente vêm de cima as consequências que acarretam para o proletariado. É nelas que a concentração dos bens atinge o máximo, que é mais radical a destruição dos costumes e das condições de vida dos bons velhos tempos.



O crescimento industrial que ocorria desde o século XVIII teve um papel bastante significativo na produção do espaço urbano, a partir de então. A industrialização produziu mudanças de grande magnitude, chegando a significar uma ruptura com o que havia de mundo urbano no passado: do mundo do artesanato corporativamente organizado nas cidades medievais se passa à atividade produtiva industrial em grande escala. Nesse sentido, as grandes cidades, concentradoras de atividades industriais, foram fruto desse crescimento, trazendo a reboque o desenvolvimento dos meios de transportes/comunicações, facilitando e aumentando a circulação das mercadorias, a expansão dos mercados e as altas taxas demográficas, decorrentes da incessante migração de populações do campo para esses novos centros urbanos.

Esse acelerado processo de produção industrial, concentrado em algumas cidades européias, onde as fábricas convertiam-se no centro ao redor do qual se desenrolava toda a vida urbana, incidirá, nas últimas décadas do século XIX, na produção em massa (ou em série) de mercadorias, o que resultou na transformação do comércio, isto é, na necessidade do surgimento de novos lugares de compra e venda, assim como nas mudanças porque passaram antigos centros de compras, a exemplo dos mercados locais, para atender essa nova realidade: a cidade da sociedade industrial.

Ainda na segunda metade do século XIX, a grande indústria capitalista progredia e já lançava seu domínio por todo o mundo, buscando novos mercados e toda sorte de vantagens. Na virada do século XIX para o século XX, modernas e gigantes empresas monopolistas expandiam-se no mercado, desta vez objetivando mais do que o simples lucro. Apoiadas na lógica da racionalização, no desenvolvimento tecnológico e na tecnocracia, a grande empresa arranca rumo a uma produção industrial em larga escala, o que não veio desacompanhado de um consumo em massa, atributo de novas estratégias, a exemplo da utilização crescente do *marketing*. Somente esses gigantes tinham a capacidade de controlar os mercados no mundo, através de suas habilidades voltadas para o crescimento das vendas (GALBRAITH, 1983).

Como resultado da expansão de uma economia predominantemente de consumo massivo, embora uma economia produtiva não fosse menos

importante, surgem elementos novos que calcificaram o poder das atividades comerciais na cidade. Dentre as inovações e transformações relativas aos lugares destinados às atividades comerciais urbanas na segunda metade do século XIX, a princípio nas cidades industriais da Europa, mas que depois se expandem pelo mundo, podemos enfatizar: o surgimento das galerias, dos grandes magazines, ou grandes lojas ou, ainda, mais tarde, lojas de departamento (a versão nos Estados Unidos), no início localizadas no centro das cidades, aproveitando-se, assim, das vantagens provenientes da aglomeração, isto é, da melhor localização (PINTAUDI 1981).

Essas novas engrenagens de comércio fizeram com que as pequenas lojas, com seu tratamento pessoal e individualizado, se tornassem insignificantes, tendendo, inclusive, ao desaparecimento. Ressaltamos, também, os mercados ou feiras cobertas, outrora periódicos, e abrigando todo tipo de negócios, os quais passaram a ser diários e voltados, principalmente, para a venda de produtos perecíveis, como os alimentos em geral. As grandes lojas populares<sup>5</sup>, com enormes variedades de produtos, também surgem em momento posterior, direcionadas, quase que exclusivamente, às classes operárias.

Além dos novos lugares de troca mencionados, as primeiras décadas do século XX vão vislumbrar o gigantismo de uma economia super produtivista e uma sociedade hiper consumista, o que requereu, mais e mais, o aparecimento de estabelecimentos comerciais urbanos, a princípio concentrados no centro da cidade. Todavia, algumas inovações, como novas técnicas de comercialização, a exemplo do *self service*, com a popularização do uso do automóvel, com o aperfeiçoamento de equipamentos eletrodomésticos, que facilitaram o armazenamento de produtos, etc. foram possibilidades para descentralizar certos setores do comércio, isto é, muitos passaram a se localizar em áreas afastadas do centro da cidade, numa espécie de periferação ou suburbanização do comércio.

Faz parte da lógica do comércio a procura de lucros com o menor custo possível e, no espaço urbano, as vantagens locacionais são buscadas de maneira que tais potencialidades reduzam o tempo de giro do capital. Nesse sentido, a urbanização tornou-se um instrumento de fundamental importância para ampliar a capacidade do comércio, uma vez que a cidade

expande-se, criando pontos atrativos para a localização de novos tipos de estabelecimentos comerciais, os quais tendem a concentrar e centralizar o capital. Para Vargas (1993, p. 195), estudando a localização estratégica do comércio,

como a urbanização crescera a taxas bastante elevadas, e a cidade se expandiu horizontalmente, havia condições de o comércio se viabilizar em áreas não tão centrais. O aparecimento do automóvel e o aumento do poder aquisitivo, que permitiu a sua larga difusão, libertou a circulação urbana dos trilhos (bondes e trens de subúrbio), que condicionavam rigidamente a localização da população. Agora ela podia distribuir-se pela cidade que se dispersava em direção à periferia, forçando o aparecimento de centros menores espalhados por toda a cidade.

Desse processo resulta o surgimento de outros tipos de comércio que, por concentrarem e centralizarem suas atividades, os serviços, etc., obtêm mais facilidades que resultam em maiores lucros, a exemplo das cadeias de lojas, das ruas de comércio especializado, setores do comércio distribuídos pelos bairros, os supermercados e, após a II Guerra Mundial, os hipermercados e os *shopping centers*.

## 5. Palavras finais

Na atualidade, nossas vidas já não podem mais ser ordenadas a partir de formas e práticas/experiências culturais particulares, associadas a um lugar e a um modo de vida específico. Assim, acreditamos que as discussões sobre o comércio apontam e contribuem na elucidação de uma sociedade (urbana) que se constitui de momentos mediados, cada vez mais, pelas trocas e pelos valores de troca, na qual tudo tende a entrar no “mundo da mercadoria”; na qual os lugares na (e da) cidade são esvaziados da vivência social do ser humano.

O tema comércio e cidade abre perspectivas para pensarmos nessa sociedade na qual os homens são afastados daquelas relações ainda pouco ou que não estão presas à troca mercantil, isto é, que representavam uma forma específica de viver – outro modo de vida –; desviados para relações, as quais estão no plano da reprodução das relações de troca (material),

estas ampliadas incessantemente pela produção industrial, estimulada pelo consumo.

Percebe-se, no âmbito desse mesmo processo, mudanças no cotidiano, a exemplo do que significa hoje o lazer. Há uma negação da cidade e a busca por lugares seguros e confortáveis para o lazer, como os *shopping centers* e outros tipos de comércio mais modernos. Na verdade, ocorre, atualmente, uma negação da cidade, uma fuga do centro e de suas formas tradicionais, o que significa negar e desvalorizar a própria história e a cultura, buscando refúgios, evitando, assim, os ditos “problemas urbanos”.

O comércio concentrado no centro da cidade, sobretudo das grandes cidades, representou, durante décadas, o sustentáculo da economia local, na ausência de setores industriais dessas mesmas cidades, realidade que se transformou após os anos 1970. O processo de industrialização incorreu em mudanças espaciais quando da emergência de novos centros, abrigando novas formas comerciais.

A descentralização das atividades comerciais, com a criação e dinamização de outras áreas da cidade para abrigar o comércio, isto é de novas centralidades, uma realidade não só de Vitória, mas das grandes cidades brasileiras, tendencialmente contribui na desvalorização e no desaparecimento de formas comerciais mais antigas, a exemplo dos mercados, sobretudo as formas/ os abrigos do comércio do centro e no seu entorno.

Nas novas regiões de expansão do processo de urbanização/metropolização surge uma crescente competição entre áreas (e terrenos) potenciais para se transformarem nesses novos centros; são locais estratégicos para abrigar enormes formas/centros comerciais, exigindo grandes obras viárias para interligar as várias partes da cidade, ou seja, novos investimentos, inovações urbanísticas, loteamentos, infraestrutura de toda ordem, etc., alimentadores da expansão do tecido urbano para além dos seus limites/ áreas limítrofes.

## Notas

<sup>1</sup> Idem. A Grande Transformação, As Origens da Nossa Época. Rio de Janeiro: Ed. Campos, 1980, p. 60. No âmbito da Antropologia Econômica, este estudioso, na presente obra, como

em outras, tem no desvendamento das economias primitivas do homem seu ponto central de discussão, tendo por objetivo entender os sistemas econômicos recentes, como o capitalismo, a partir dos precedentes.

<sup>2</sup> Karl Marx. "Formas que Preceden a la Producción Capitalista". In: Godelier, Maurice (org.), 1976, p. 27. Neste trabalho, Marx está interessado na análise das economias primitivas e antigas e, a partir daí, discute o surgimento das condições históricas que incidiram no modo de produção capitalista, tais como as formas de propriedade da terra, o trabalho não criador de valor, o excedente, etc.

<sup>3</sup> Jacques Le Goff. Mercadores e Banqueiros da Idade Média, p. 35. Entender o papel desempenhado por estas classes na vida econômica, mas também política, religiosa, urbana, etc., do mundo medieval, resultou neste trabalho deste estudioso da história daquela época.

<sup>4</sup> Henri Lefebvre. O Pensamento Marxista e a Cidade, 1972, p. 44. Além da obra de Engels, este livro sobre a cidade reúne os clássicos e inéditos textos de Marx e de ambos, sobretudo aqueles que possibilitaram uma leitura que articulasse análises acerca dos problemas urbanos advindos da ação do capital.

<sup>5</sup> Podemos exemplificar como versões brasileiras dessas lojas populares, as Lojas Brasileiras e as Lojas Americanas, existentes há décadas em todo o nosso território.

## Referências

BRAUDEL Fernand. **Civilização Material, Economia e Capitalismo (Séculos XV-XVIII)**. Vol. O Jogo das Trocas. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

CARLOS, Ana F. A. **O Espaço Urbano: novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: Contexto, 2004.

GALBRAITH, John K. **O Novo Estado Industrial**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1983.

HICKS, John. "A Ascensão do Mercado". In: **Uma Teoria de História Econômica**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1972.

HUBERMAN, Leo. **A História da Riqueza do Homem**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984 (20ª edição).

JACOBS, Jane. **La Economía de Las Ciudades**. Barcelona. Ediciones Península, 1975.

LEFEBVRE, Henri. **O Pensamento Marxista e a Cidade**. Lisboa, Ed. Ulisséia, 1972.

\_\_\_\_\_. **De L'État**. Tome 3. Le Mode de Production Étatique. Paris: Union Générale d'éditions, 1977.

\_\_\_\_\_. **A Cidade do Capital**. Rio de Janeiro, Ed. DP&A, 1999.

LE GOFF, Jacques. **Mercadores e Banqueiros da Idade Média**. Lisboa: Gradiva Publicações, 1968.

MARX, Karl. "Formas que precedem a la producción capitalista". In: Godelier, Maurice (org.) **Antropologia y Economía**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.

\_\_\_\_\_. **O Capital. Crítica da Economia Política**. Vol. I. São Paulo: Ed. Abril Cultural, 1983.

PINTAUDI, Silvana M. **Os Supermercados na Grande São Paulo. Cultura e Modernidade**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FFCLH-USP, 1981.

PIRENNE, Henri. **As Cidades da Idade Média**. Lisboa: Publicações Europa-América, 1973.

POLANY, Karl. "El Sistema Económico como Proceso Institucionalizado". In: Godelier, Maurice (org.) **Antropologia y Economía**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.

SITTE, Camilo. **A Construção das Cidades segundo seus Princípios Artísticos**. São Paulo: Ática, 1992.

SMITH, Adam. **Uma Investigação Sobre a Natureza e Causas da Riqueza das Nações**. São Paulo: Ed. Hemus, 1981.

\_\_\_\_\_. **A Riqueza das Nações**. São Paulo: Ed. Nova Cultural, 1996.

VARGAS, Heliana C. **Comércio: Localização Estratégica ou Estratégia na Localização?** Tese de Doutorado. São Paulo: FAU-USP, 1993.

Recebido em: 04/09/2010

Aceito em: 09/11/2010