



## **Encontros e desencontros entre vendedores e compradores na cidade: indicações para pesquisa sobre uso e ocupação do Solo Urbano<sup>1</sup>**

João Júlio Vitral Amaro

Dr. pela Technische Universität-Berlin – Alemanha

[vitral@arquitetura.ufmg.br](mailto:vitral@arquitetura.ufmg.br)

### **I – Deslocamentos e velocidade de vendas: a construção de modelos interpretativos**

O planejamento urbano, como qualquer outro tipo de planejamento, pode ser entendido como um conjunto de ações encadeadas visando estabelecer relações de causa e efeito, tendo em vista um resultado específico desejado. Desse modo, o planejamento urbano, através de seus planos urbanísticos, traz, de forma explícita ou não, um modelo onde se privilegia aquilo que é passível de ser ordenado. Os modelos não são simples retratos ou tipificações de situações existentes, mas interpretações das regularidades, das interações entre causas e efeitos presentes nos casos estudados e aplicáveis em casos semelhantes. Isto significa que aquilo que não é passível de ser ordenado não tem lugar nos modelos.

Há duas vertentes explicativas para o uso e ocupação do solo urbano. Uma delas é representada pelos chamados “modelos de localização” nos quais a “distância ao centro” é o fator preponderante. A outra vertente tem na teoria da renda fundiária da economia clássica sua fonte de inspiração. A primeira tem em von Thünen um precursor. O exame feito por von Thünen dos tipos de plantações nos estabelecimentos agrícolas concluiu que alguns tipos de produção são condicionados à distância ao mercado (o centro de convergência de todos produtos, no modelo de von Thünen). Isto porque os custos de deslocamento entram como um componente dos custos de produção dos produtos agrícolas, fazendo uns produtos mais viáveis

---

<sup>1</sup> Este trabalho é uma seção de um marco teórico para um projeto de pesquisa conduzida pelo autor, com o título “Planos Diretores e Leis de Uso e Ocupação do Solo como indutores da distribuição da densidade urbana: indicações para uma avaliação em Belo Horizonte”.

que outros. Esse modelo de von Thünen adaptado ao caso urbano procura retratar as condições de localização das atividades econômicas: quanto mais próximas ao centro, menores são os custos de deslocamento e maiores os preços dos aluguéis.

A vertente inspirada na teoria da renda fundiária da economia clássica procura também fazer uma adaptação. O problema enfrentado pelos economistas ingleses no início do séc. XIX era, a partir dos diferenciais de fertilidade, apresentar a base explicativa para a regularidade da formação dos preços dos aluguéis e, por consequência, do preço da terra<sup>2</sup>. Mas uma adaptação da teoria no intuito de decifrar as diferenças dos aluguéis na cidade não pode se referir a diferenciais de fertilidade. Os espaços urbanos, no entanto, se diferenciam por “produtividades” (ou rentabilidades<sup>3</sup>) distintas. Assim, os maiores sobre-lucros no espaço urbano - no caso do uso comercial - são proporcionados pelas maiores velocidades de venda. Na adaptação do modelo, “fertilidade” se transforma em “velocidade de vendas”<sup>4</sup>. Assim, aqueles lugares que proporcionam maiores velocidades de vendas podem auferir maiores ganhos.

As duas vertentes explicativas que procuram adaptar as teorias da renda fundiária rural carecem, no entanto, do exame mais acurado de um elemento que é comum a ambas: o “deslocamento”. As duas vertentes abordam a questão do deslocamento com um inconveniente reducionismo econômico. Por isso mesmo, convém observar que a consideração das modalidades de deslocamentos não se reduz a uma mera questão de custos de deslocamento.

## **II –Comércio urbano: da planura dos modelos às rugosidades da cidade real**

---

<sup>2</sup> “Renda da terra são juros de um capital imaginário”, de acordo com expressão de Karl Marx. Isto significa que o preço de uma gleba é função da renda, do aluguel que ela proporciona.

<sup>3</sup> A rigor, “produtividade” não é um conceito apropriado para se falar do terciário em geral, mas aqui restringimos “produtividade” à possibilidade de ganhos acima do lucro médio no comércio urbano. Para a teoria marxista “produtividade” relaciona-se apenas ao capital que gera a mais-valia, o sobre-trabalho que é a fonte de todo o conjunto do lucro; enquanto o comércio é “improdutivo”, ou seja, a geração do lucro social não está nele, embora ele possa acelerar a formação das taxas gerais de lucro. Para a teoria da distribuição de Karl Marx, o lucro total gerado nos setores produtivos (indústria e agricultura) é distribuído ainda na forma de juros para o capital bancário e como renda fundiária para os proprietários de terras.

<sup>4</sup> Esta adaptação da teoria da localização agrícola para a localização urbana pode ser acompanhada em Singer (1979) onde o autor, com o conceito de “velocidade de vendas”, trata da “rotação do capital”, processo no qual a determinação da lucratividade diferenciada entre capitais de montantes iguais depende da velocidade do retorno do capital adiantado; sobre esse tema ver também o livro II de O Capital de Karl Marx.

Por considerar apenas aquilo que é essencial (ou considerado válido para grande número de casos), os modelos de localização urbana, em geral, excluem alguns elementos fundamentais, como, por exemplo, o relevo do sítio onde está assentada a cidade<sup>5</sup>. Relevos distintos oferecem “espaços cênicos” distintos e alguns deles indicam, acolhem e favorecem o encontro de compradores e vendedores. O futuro da localização comercial em uma cidade, em suas dimensões funcionais ou semânticas, vai depender em grande parte das decisões que remontam à época da sua fundação. A escolha do sítio natural e o traçado da malha urbana vão definir as características ou a personalidade<sup>6</sup> da localização comercial. Numa cidade onde as avenidas convergem para um único centro, haverá a atração para este ponto de grande parte das atividades terciárias<sup>7</sup>. Assim, podemos considerar que algumas atividades comerciais têm como estratégia de localização a presença regular do público que, com outros objetivos que não a compra, passa por determinados lugares. Mas esta é apenas uma das “cenas” urbanas propícias ao comércio.

As estratégias de localização devem variar muito, dependendo do comportamento do potencial cliente. Se o potencial cliente chegará de fato a “entrar na loja”, vai depender de uma “atualização” de sua “agenda de compras”. Esta “agenda” não existe em lugar nenhum a não ser como uma (vaga) lembrança de que é preciso comprar, por exemplo, conectores para cabos elétricos ou um suporte para CDs. A atualização da agenda vai acontecer, por exemplo, no contato visual com a loja de material elétrico, ao passar a 70 km/h, dirigindo o automóvel pela via coletora, com declividade variando de 5 a 10%, que conduz às vicinais onde mora o potencial comprador. Este “agendamento” é um momento do processo da compra do objeto desejado. Neste cenário combina-se declividade, velocidade e possibilidade de convergência

---

<sup>5</sup> Os modelos de localização têm como pressuposto a homogeneidade da superfície urbana, onde o espaço é livre de acidentes geográficos; ver POLESE (1998), pág. 326. .

<sup>6</sup> As características singulares, únicas para cada cidade, dão a ela sua “personalidade” que a difere de outras. Em geral tais singularidades são dadas pelas características naturais, físicas, do sítio natural. Aqui podemos fazer uma aproximação conhecida pela cultura filosófica, onde se associa “matéria” com o suporte das singularidades e “forma” com o universal. Modelos, conforme discutido acima, têm o caráter de universalidade (são “universais-empíricos”) e deixam escapar as singularidades.

<sup>7</sup> Um exemplo de localização comercial numa estrutura radiocêntrica é Belo Horizonte, que tem mais de 60% de suas atividades terciárias na zona central; conforme Amaro (1994). Outras estruturas que tem modos peculiares de distribuição das atividades terciárias são aquelas em “tabuleiro”, onde o traçado viário é formado por vias ortogonais; e aquelas estruturas muito conhecidas em cidades litorâneas onde o desenvolvimento é linear. Ambas, ao contrário das radiocêntricas, tendem a dispersar distribuição comercial e apresentam rápida obsolescência semântica dos centros comerciais, dada a migração de centros para pontos da cidade onde se divulga, alardeia, como a localização mais “moderna”.

visual. Outros cenários com outros componentes existem e serão tão mais diversificados quanto maior for o número das figuras de relevo – ou das figuras geomórficas - presentes em uma cidade.

As “agendas” são muitas. Necessidades mais prementes (comprar um analgésico ou um vinho para uma visita inesperada) e necessidades nem tão urgentes (levar a calça jeans para a loja de reformas de roupas) têm agendas diferentes. “Agendas”, conforme aqui consideradas, não são catálogos de necessidades, mas a ativação da lembrança da necessidade através da “leitura” de um ponto muito específico da cidade. A “leitura” não se restringe ao contato visual (vêr a placa da loja para saber que ali existe tal atividade), mas também implica na avaliação sobre outra modalidade de deslocamento: quem viu a placa da loja ao passar de automóvel pode vir depois andando a pé. Assim, as modalidades de deslocamento (andar a pé, de automóvel, de ônibus ou de metrô), cada uma isoladamente ou a combinação delas, definem suportes cênicos específicos<sup>8</sup>. O “cenário urbano”, como se vê, não é apenas o invólucro das atividades urbanas, mas é ativação de predisposições, “atualização”, envolvendo a combinação de atividades físicas<sup>9</sup>.

Apenas o exame minucioso de cada cidade, com suas variadas figuras de relevo, garante o conhecimento de todos os componentes apropriados para a localização comercial. Forças centrípetas ou centrífugas caracterizando cenários que nos repelem ou nos aproximam, visadas permitindo convergência ou divergência visual, são as possibilidades dadas pelas conformações côncavas ou convexas de algumas figuras de relevo<sup>10</sup>. Como esboço de conclusão pode-se afirmar que, se os acidentes geográficos fazem a singularidade (o caráter, a

---

<sup>8</sup> Por não levar em conta essas diferenças os planos urbanísticos muitas vezes reservam áreas para comércio em lugares estéreis, sem futuro para pontos de vendas. Um exemplo está em Belo Horizonte, na rua Platina, onde, no início da ocupação, as paradas do bonde e, posteriormente, de ônibus pontuaram toda sua extensão com atividades terciárias. Os técnicos de planejamento da cidade devem ter pensado que o mesmo aconteceria com a presença do metrô e reservaram espaço para novas lojas, mas o resultado foi aridez, lojas fechadas, contrastando com as antigas paradas de bonde e atestando o desconhecimento das diferenças fundamentais entre modalidades de deslocamentos.

<sup>9</sup> Procura-se aqui refletir sobre o espaço vivenciado conforme as pesquisas da fenomenologia, particularmente através do capítulo “O Espaço” do livro “Fenomenologia da Percepção” de Merleau-Ponty; e ainda das noções de “intenção” (Meinung) e “preenchimento” (Erfüllung) de Husserl, conforme comentários de Fragata (1959).

<sup>10</sup> Uma tipificação da figuras de relevo foi feita em Belo Horizonte, em um trabalho pioneiro pelo arquiteto Maurício Andrés Ribeiro, como subsidio a elaboração da LUOS de 1976. A riqueza da geomorfia da cidade, como se observa neste trabalho (Ribeiro;1975), é catalogada nas seguintes situações: área plana; vale contínuo; vale curto ou grotá; crista contínua; linha de cumeeada; crista curta ou espigão; sela ou colo e encosta. A partir de cada uma foram apontadas as situações tipo da localização comercial.

alma, a personalidade) da cidade, não há como superpor a ela o esquema redutor de um modelo na pretensão de esgotar toda sua dinâmica.

### **III - Bibliografia citada**

Amaro, João Júlio Vitral; *Städtischer Bodenmarkt und Urbanisierung in Belo Horizonte – ein Beispiel für die Entwicklung in Brasilien*; Berlin; 1994.

Fragata, Júlio; *A Fenomenologia de Husserl como Fundamento da Filosofia*; Braga; 1959.

Marx, Karl; *O Capital*; São Paulo; 1983.

Merleau-Ponty, Maurice; *Fenomenologia da Percepção*; Rio de Janeiro; 1971.

Polèse, Mario; *Economía Urbana y Regional – introducción a la relación entre território y desarrollo*; Cartago; 1998.

Ribeiro, Maurício Andrés; *Notas sobre o Corpo Urbano de Belo Horizonte*; in: Revista Fundação João Pinheiro, 5 (4) abr. 1975

Singer, Paul; *O Uso do Solo na Economia Capitalista* (pags. 21-104); in: Maricato, E; *A Produção Capitalista da Casa e da Cidade no Brasil Industrial*; São Paulo; 1979

von Thünen, Johann Heinrich; *Der Isolierte Staat in Beziehung zur Nationalökonomie und Landwirtschaft*; Hamburg; 1826.