

# O PAPEL DAS GALERIAS COMERCIAIS NA REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DE SÃO PAULO

Heliana Comin Vargas

Este trabalho teve como base uma pesquisa realizada com a participação de um bolsista de iniciação científica no programa PIBIC do CNPQ, Mariana Tavares e com os alunos de graduação da disciplina AUP- 279. As atividades terciárias e a estruturação do espaço urbano e regional, nos anos de 1996 e 1997.

Foi apresentado com uma versão em inglês *The Role Of Shopping Arcades In The Vitality Of São Paulo Downtown, na International Conference Shelter and Revitalization of Old and Historic Urban Centres* março/abril 1998

Posteriormente, foi publicado, com cortes, sob o Título Galerias do Centro, na revista URBS, São Paulo, v.8, p41-49, 1998.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo é resultado de uma pesquisa realizada na área central da cidade de São Paulo, tendo como objeto de estudo a dinâmica do setor de comércio e serviços varejistas observada nos estabelecimentos conhecidos como “Galerias Comerciais ou Passagens”.

Este trabalho teve como objetivo mais geral a compreensão do papel destes edifícios comerciais na vitalidade das áreas centrais como forma de oferecer subsídios aos estudos de revitalização urbana de áreas centrais. Estes estudos de revitalização, têm sido, atualmente, alvo da atenção dos estudiosos da cidade, dos seus usuários mais presentes e da comunidade local que vê, no centro das cidades, as marcas da sua própria identidade.

Neste sentido, são feitas, inicialmente, algumas considerações sobre o processo de recentralização urbana que vem sendo observado na maior parte das grandes cidades, e de quais princípios fundamentais têm norteado os projetos de intervenção urbana com vistas à revitalização.

Em sequência, são apresentados a área de estudo selecionada, o histórico das Galerias Comerciais “apogeu e declínio”, de forma contextualizada, bem como o resultado da pesquisa realizada e sua possível contribuição aos estudos de revitalização urbana.

## 2. O RETORNO AO CENTRO

De acordo com os atuais estudos urbanos e territoriais, o “**retorno ao centro**” corresponde à quarta mais recente fase do desenvolvimento urbano que

acontece a nível mundial, sobretudo nos países mais desenvolvidos. Este fenómeno tem sido denominado de “recentralização” ( Fallaci, 1992) ou reurbanização (Ronzani, 1992)

Se este processo for entendido em termos quantitativos, como inversão da descentralização da população e empregos, de fato não se encontrará nenhum exemplo real de reurbanização. Nas cidades europeias, por exemplo, a reurbanização em curso é um fenómeno qualitativo, isto é, substituição de um grupo social por outro, denominado “gentrification”. (Ronzani, 1992)

Na verdade, a valorização imobiliária das áreas centrais com o “boom” de hotéis, escritórios e centros de convenções tende a expulsar os pobres para a periferia.

Enquanto a cidade industrial inventou tecidos urbanos próprios ( zonas industriais, bairros operários), e edificações próprias ( a fábrica, a casa popular), a terciarização além de construir novos espaços, como centros administrativos, grandes conjuntos de escritórios, centros de compras e de lazer, tem reutilizado largamente os espaços urbanos e as edificações já existentes, reformando-as. (Ronzani, 1992)

### **3.EM BUSCA DA REVITALIZAÇÃO**

Por mais de 30 anos , conforme salienta Frieden (1992), a partir do início da década de 50, os prefeitos das grandes cidades americanas e seus aliados dedicaram-se, fortemente, à recuperação de centros urbanos deteriorados. Inicialmente, essas intervenções conduziram a uma devastação brutal dos espaços edificados ou reduziram-se a meros planos de intervenção viária.

Posteriormente, na década de 70, foi necessário reparar os danos causados por aqueles dias de devastação, tendo sido iniciado a elaboração de projetos viáveis, atraentes e populares. Já nos anos 80, a revitalização, tão esperada, era uma realidade em muitas cidades e outras estavam seguindo um caminho promissor.

Os projetos escolhidos por Frieden (1992) para uma pesquisa sobre quais fatores haviam tornado estes projetos de revitalização bem sucedidos, tinham o setor verejista como elemento central da mudança, funcionando como capitaneador do novo desenvolvimento.

Contrariamente aos projetos mais antigos planejados para uma clientela elitizada, estes foram desenhados para atrair grandes multidões de pessoas comuns. Construídos para enfrentar a competição dos shopping centers periféricos, responsáveis pela forte pressão sobre o mercado varejista tradicional, eles necessitaram uma significativa ajuda da municipalidade e de

uma grande estratégia do setor público e privado para enfrentar as dificuldades encontradas durante o percurso.

Na verdade, era necessário mesmo compreender qual a estratégia de negócios dos Shopping Centers que garantiam a sua vitalidade. O que havia mudado? O que estava funcionando mal nas áreas centrais?

Uma das razões do sucesso dos Shopping Centers em relação ao comércio de rua decorre do seu lay-out, isto é, localização das lojas com os seus respectivos usos.

Teklenburg e Van Andel (1993), acreditam que a análise dos Shopping Centers pode ser usada para descrever como, por um grupo de usuários particulares, espaços (ruas e quadras) são conectados e quais têm maior potencial do que outros para atrair fluxos de movimentos.

A distribuição espacial de lugares potencialmente fortes e fracos pode ser usada para caracterizar um área urbana e relacionar a estrutura morfológica do seu lay-out com problemas específicos. Isto é de interesse especial quando as mudanças no lay-out estão envolvidas. (Teklenburg et al., 1995)

Ainda segundo Teklenburg (1995), a integração de um shopping center com o sistema de ruas e quarteirões do centro da cidade torna-o uma extensão real do distrito de compras e não apenas um outro elemento singular. É esta extensão que ajuda a revitalização da área central. O autor considera que uma forma de análise e descrição do lay-out urbano e a sua estrutura morfológica pode se apoiar no modelo de sintaxe espacial.<sup>1</sup>

Uma análise deste tipo exige, primeiramente, uma definição da área de estudo, embora sem fronteiras muito rígidas, bem como a representação dos espaços considerados públicos e não públicos de uso do pedestre, nosso objeto de estudo.

A análise de fluxos pode indicar quais os fatores são mais significativos para atrair movimentos e como eles podem enfraquecer ou fortalecer as características da área. Isto é, quais são os polos geradores de fluxos e por quê? (para uma determinada população alvo)

Este fato, acrescido de outras técnicas dos negócios varejistas, que vão desde o mix das lojas até a qualidade dos espaços arquitetônicos, das formas de promoção, divulgação e marketing, poderão colaborar para a efetivação de um processo de revitalização de áreas centrais.

---

<sup>1</sup> A sintaxe espacial é uma técnica desenvolvida originalmente para estudos de análise morfológica de projetos de arquitetura e projetos urbanos (lay-out), estabelecendo, muitas vezes, uma relação direta com a distribuição espacial de fluxos de pedestres ( Hillier et al, 1987, 90,93)

## **4.GALERIAS COMERCIAIS: APOGEU E DECLÍNIO**

Durante a década de 50, segundo IANNI ( 1972), processou-se, definitivamente, a hegemonia da cultura urbana em São Paulo, sendo impossível reviver a ideologia da vocação agrária do Brasil.

Para que a metrópole se consolidasse, enquanto tal, era preciso criar também um aparato cultural que fizesse de São Paulo uma metrópole que além de afluente, fosse também ilustrada”.( MEYER, 1991, pg. 35).

### **4.1.o apogeu das Galerias**

Este aparato cultural significou a criação de museus, estações de TV e Bienais de artes plásticas, além de induzir a um novo perfil dos cinemas nas áreas centrais. Outro aspecto desta modernidade refere-se ao crescente número de edifícios de apartamentos, aos chamados edifícios-conjuntos, que vieram a marcar uma nova relação com o espaço urbano. Estes edifícios-conjuntos congregavam num mesmo espaço múltiplas atividades, (comércio, restaurantes, escritórios, cinemas, garagens, ruas internas), e tornaram-se marcos da arquitetura no período (década de 50). Como exemplos podem ser citados o Conjunto Nacional, na Av Paulista, projeto de David Libeskind e a Galeria Metr pole, na Av. São Luiz , projeto de Salvador Candia e Giancarlo Gasperine.

Este dois edifícios segundo, MEYER (1991), são símbolos da modernidade entendida como simultaneidade, por abrigarem num mesmo espaço fun es urbanas diversas, e oferecerem um espaço privado com características de espaço público.

Além do edifício-conjunto, surgiu ainda na década 50/60, uma outro tipo de edifício conhecido como edifício galeria. Dois edifícios se destacam neste período:o Edifício Califórnia. projeto de Oscar Niemeyer, em 1954; e, o edifício - Galeria R. Monteiro, projetado por Rino Levi arquitetos associados, em 1960. O primeiro cria uma rua/galeria no térreo; o segundo enfrenta o desafio de incorporar no projeto uma antiga servidão de passagem, bastante utilizada, ligando a rua Barão de Itapetininga   rua 24 de Maio, transformando, um obstáculo em dado de projeto ( XAVIER A, at al 1983)

Ambos os tipos de projetos, os edifícios-conjuntos e os edifícios-galerias atestam uma rela o positiva entre o espaço público e privado e, mesmo não fazendo parte dos programas oficiais ou da legisla o urbanística de forma específica, promovem uma valoriza o do espaço público da área central.

A partir de 1957, ( embora objeto de discussão desde 1952, projeto de lei nº 460 de 1952), a construção de Galerias na área central, acabou por se tornar obrigatória nas edificações que possuísem lotes lindeiros a determinadas ruas. (Lei nº 5.114/57)<sup>2</sup>

Além desta lei, para a área central. Outras foram sucessivamente criadas determinando a construção de galerias em outros locais da cidade.

Neste sentido, é possível supor que muitas destas galerias nasceram da exigência da legislação urbanística, ditada por ideais modernistas e mentalidade elitizada da classe política e dos urbanistas. Portanto, nem sempre as premissas do desenvolvimento varejista, sua lógica espacial, seu mix foram levados em consideração, levando a uma desocupação permanente de área de lojas.

A lei nº 4615, de 13/01/55, que regulava as condições gerais das edificações no seu parágrafo 4.14 dispunha sobre a construção de galerias , referindo-se às passagens internas, através de edifícios, estendendo-se de rua a rua. Definia a largura da passagem , altura de pé-direito e condições de iluminação . Fazia referência ao fato de que quando estas galerias dessem acesso a estabelecimentos comerciais deveriam obedecer larguras maiores

As galerias, nesta época eram polos da cultura elitista paulistana. Abrigavam lojas de alto luxo, bares e restaurantes da moda e foram ponto de encontro de intelectuais, artistas e boêmios. A rua Barão de Itapetininga desde a década de 40 era a rua de comércio mais sofisticado da cidade e, não é por acaso, que aí se encontram as frentes de cinco galerias. (ESP 1974)

## 4.2.o declínio das Galerias

A estruturação da cidade de São Paulo, sempre esteve definida por um centro de negócios principal e outros de caráter regional. O processo de expansão e descentralização das atividades urbanas, até 1950, não conseguiu interferir no dinamismo da área central da cidade que continuou a absorver a maioria das atividades diversificadas e especializadas.

---

<sup>2</sup> LEI N.º 5114 DE 28 DE FEVEREIRO DE 1957

Art. 1º: As edificações que se fizerem nos lotes com frente para as ruas Direita, São Bento, 24 de Maio e 7 de abril apresentarão, obrigatoriamente, galerias junto aos alinhamentos, subordinando-se ao seguinte:

a) as galerias serão cobertas pelos pavimentos elevados situados acima da 1ª sobreloja;  
b) o forro ou face inferior do teto da galeria ficará a altura não inferior a 6.80m acima do nível de passeio junto à testada do lote, sendo essa altura tomada na média, quando a rua apresentar declive;  
c) serão obrigatoriamente observados os seguintes alinhamentos:  
I - interno da galeria;  
II - das faces internas dos pilares;  
III - das faces externas dos pilares.

d) não será permitido o estabelecimento de qualquer saliência, mesmo mostrador, que possa determinar redução na largura da galeria ou entre os pilares e o meio fio.

§2 - Nas ruas 24 de Maio e 7 de Abril a largura livre das galerias será de 4.40m; os pilares apresentarão entre as faces interna e externa a distância ou espessura de 0.60m

De acordo com o ritmo da industrialização, a Avenida Paulista tornou-se o novo centro dinâmico da cidade concentrando as sedes administrativas das grandes indústrias, das empresas multinacionais, dos escritórios e dos bancos. No entanto, o centro da cidade ainda mantinha a seu dinamismo considerando a Av. Paulista como sua área de expansão.

Durante a década de 60 a necessidade de espaços para estacionamentos crescia proporcionalmente à quantidade de automóveis. Era mais um fator somado ao processo de descentralização que a cidade experimentava. Os comerciantes começaram a descobrir as conveniências de se estabelecerem fora do centro. O varejo, assim como a população, iniciaram, então, seu deslocamento em direção à periferia, acompanhando os novos eixos viários. Enquanto respondia às mudanças espaciais, o sistema varejista também buscava se adaptar às mudanças econômicas: nesse momento o processo de oligopolização industrial contribuía para a concentração do capital distribuidor, ocorrendo, como consequência, também uma concentração espacial na área urbana, bem como o aparecimento de estabelecimentos de grande porte. (LIMA, 1975)

Assim, o centro de São Paulo passara a assumir uma papel diferente diante da metrópole. Aos poucos deixava de ser o pólo cultural freqüentado pela classe alta. Não era mais alvo principal dos investimentos, pelo contrário, embarcava num processo de degradação.

Sofrendo o mesmo processo do centro, as galerias comerciais eram abandonadas tanto pelos comerciantes como pelos usuários. Muitas delas, criadas tardiamente, nunca chegaram a experimentar o sucesso. As lojas, quando não ficavam vazias, eram subdivididas transformando-se em cubículos de um comércio de baixo nível, tanto em termos de adaptação como de lucratividade.

Vários destes edifícios-conjuntos foram criados, quase simultaneamente, um seguindo o sucesso do outro. Entre eles, os de pior desempenho foram aqueles destinados exclusivamente ao comércio varejista: como o Edifício Grandes Galerias e o Centro Comercial Presidente. Eram lançamentos já não tão promissores e que causaram descontentamento dos que neles investiram, pois o retorno era muito reduzido.

Todavia, como a população de mais alta renda continuou o seu percurso em direção ao setor sudoeste da cidade de São Paulo, o Centro de Negócios Principal foi estimulado a seguir a mesma direção.

No final dos anos 60, o primeiro Shopping Center do país é inaugurado na rua Iguatemi, hoje denominada Av. Faria Lima, que passara a sofrer um forte

processo de verticalização e de mudanças de usos, disputando com a Av. Paulista, a atração de edifícios comerciais e de serviços.

A partir deste momento são vários os artigos de jornais que atentam para o forte processo de deterioração das galerias na área central.

Alguns são altamente expressivos para mostrar este processo.

“Elas já abrigaram lojas de alto luxo, os bares e restaurantes da moda foram ponto de encontro de intelectuais, artistas e boêmios. Agora, estão em decadência, reduzidas a simples amontoados de cubículos que querem passar por lojinhas: tornaram-se apenas um eventual atalho para se chegar mais depressa a uma outra rua e são ponto de encontro de marginais. Alguns anos depois de seu apogeu, as galerias comerciais do quadrilátero formado pelas ruas 7 de Abril, Conselheiro Crispiniano , 24 de Maio e Avenida Ipiranga estão em plena e inevitável decadência.

Com idade oscilando entre 8 e 45 anos, essas galerias passaram, com o tempo, por constante e rápida deterioração, que transformou seu comércio sofisticado numa aglomeração de pequenos serviços e lojas padronizadas, oferecendo invariavelmente os mesmos artigos. Além de uma aspecto econômico desfavorável, as galerias adquiriram, com a decadência, as feições dos lugares frequentados por um público ocioso e deseducado: são sujas, pobres e assustam a população, na maioria dos casos. (ESP , 13/01/74)

A partir de 1975, o capital imobiliário, à procura de oportunidades novas, associado a arquitetura de um único arquiteto, embora de forma lenta no início, colaborou para mais uma expansão ou deslocamento do centro de negócios , em direção às marginais do Rio Pinheiros, onde a procura por grandes áreas para a construção de grandes edifícios podia ser atendida. Na verdade, este deslocamento tem sido provocado, também, por mudanças na economia da cidade que apresenta um forte processo de terciarização e pelas novas exigências espaciais dos edifícios de comércio e serviços. (Vargas, 1995)

Durante a década de 80, algumas mudanças na distribuição da renda, o crescimento da população, a expansão da área metropolitana, a melhoria das comunicações, a falta de transporte de massa e a emergência de uma grande número de Shopping Centers passaram a contribuir para uma mudança hierárquica dos centros regionais na estrutura urbana existente.

A Av. Paulista alcança o seu climax ainda nesta década e passa a ser considerada o grande marco da cidade e o local preferido para a maioria das manifestações públicas, embora apresentando já sinais de deterioração.

A famosa rua Augusta, rua de compras da elite paulistana na década de 70, também mostrava sinais de deterioração, incluindo também as galerias nela existentes.

Os centros urbanos regionais começam a se fortalecerem, cada um polarizando setores da cidade que atingem cerca de 2 milhões de habitantes, população suficiente para viabilizar novos centros com características metropolitanas.

Todas estas alterações começaram a exigir um repensar as teorias de localização varejista tradicionais, e a necessidade de intervenção imediata para frear o processo de deterioração.

### 4.3.a recuperação das galerias

Na verdade, nada acontece gratuitamente. Esta preocupação com o retorno à centralidade, que vem sendo reclamada a partir do início da década de 90, no Brasil, e que se reflete diretamente sobre a preocupação em recuperar e revitalizar as áreas centrais, pode ser também observada através do estudo das galerias.

Artigos de jornais mais recentes, datando o final da década de 80 começaram a mostrar que a situação podia mudar.

“As galerias do centro velho de São Paulo são um mundo à parte. Turistas estrangeiros, funcionários apressados e ricas senhoras,(que de vez em quando aparecem à procura de produtos não encontrados em outros locais), dividem o espaço com travestis, trombadinhas e desocupados. Na maioria das galerias, o chão e as paredes tomados pela sujeira, escadas rolantes e elevadores em estado precário de conservação mostram que já vai longe o tempo em que não havia nada mais chique que o chá das cinco, nesses locais que eram o ponto de encontro da sociedade paulistana. **Mesmo assim, as galerias mantêm o charme de ser um lugar onde o visitante pode encontrar coisas que não existem em outros locais da cidade.**(FSP 25/04/89).

Na verdade, a maior parte das galerias tornou-se ponto de encontro de tribos urbanas e sede de um comércio exótico e variadíssimo (City News,1990)

Este novo momento da economia, de produção flexível com mercado segmentado, pós-moderna, repleta de diversidade e utilizando fortemente, símbolos e signos, pode encontrar nas galerias o verdadeiro sentido do lugar “the sense of place”.

De acordo com Harvey (1998), esta tendência à revalorização do centro, sem dúvida sustentada por interesses de caráter imobiliário, se enquadra também numa busca mais geral da especificidade local, enfatizada como “antídoto” ao processo geral de homogeneização que investe sobretudo nos aspectos de consumo e de informação.

“Shopping centers podem ser muito práticos, fazer compras nas ruas dos Jardins muito chique, mas descobrir pequenos oásis de consumo no interior das boas e velhas galerias do pedaço possui um charme extra: o fazer parte da confraria de quem sabe das coisas.”(ESP, Jardins,10/05/91)

Embora referindo-se às lojas especializadas e raras encontradas nos Jardins (rua Augusta e Faria lima), elas refletem o processo que vem sendo observado de uma maneira geral, na cidade e no mundo. Isto é, a busca pela diferença, pelo excêntrico, e mesmo pelo avesso. Momento este, que apesar da aparente tendência a uniformização e homogeneização das sociedades, frente ao processo de globalização, o grande paradoxo que se apresenta é a busca do específico, do ser diferente e único ( Vargas, 1997).

Diante deste quadro e com esta visão, de retorno aos centro, da busca do específico e da ênfase na atividade varejista, uma pesquisa mais detalhada das galerias nas áreas centrais, pareceu ser interessante, de tal forma que fosse possível retirar dela contribuições aos estudos de revitalização urbana, de um modo geral e, de buscar uma especificidade característica da área central da cidade de São Paulo.

## **5. A PESQUISA**

Esta pesquisa foi realizada com a participação de um bolsista de iniciação científica à pesquisa no programa PIBIC do CNPQ, Mariana Tavares e com os alunos de graduação da disciplina AUP- 279. As atividades terciárias e a estruturação do espaço urbano e regional, nos anos de 1995 e 1996.

### **5.1 delimitação da área de estudo**

A diversidade das áreas centrais das grandes cidades, exige uma delimitação de sua área de estudo segundo determinados objetivos, para que seja possível retirar parâmetros comparáveis.

Neste sentido, inicialmente processou-se uma leitura mais atenta da área central da cidade de São Paulo delimitada pelas Avenidas Ipiranga, Senador Queirós, Parque Dom Pedro, Praça da Bandeira e Avenida São Luiz. (mapa 1). Embora sem perder a visão do conjunto mais amplo e das influências diretas e indiretas do entorno.

Esta leitura , levou a uma divisão desta área em três partes com características diferenciadas, conforme o uso terciário predominante. (mapa 1)

O centro velho onde predominam as atividades administrativas, financeiras e jurídicas, encontrando-se edifícios de importância como a Bolsa de Valores, a Câmara Municipal e diversas sedes de bancos;o centro novo onde a atividade varejista é a predominante, encontrando aí lojas de pequeno, médio e grande porte ; a área onde predomina a atividade atacadista, reduto das famosas “sacoleiras” que vêm de outras partes do estado para se abastecerem e revenderem os produtos no seu local de origem. ( mapa 1)

Como o nosso objetivo principal é a avaliação do desempenho do setor de comércio e serviço varejista, a área objeto de análise refere-se ao centro novo.

Dentro deste perímetro, é possível observar-se uma grande concentração de espaços comerciais diferenciados como as galerias comerciais e as passagens, e mesmo os edifícios-conjuntos e os edifícios-galerias, bem como a existência de um grande número de vias de pedestres.(mapa2)

Desta forma, buscou-se compreender a importância destes espaços varejistas diferenciados, e as suas especificidades, para identificar elementos responsáveis pelo bom desempenho ou pela atratividade gerada.

## 5.2 Características dos estabelecimentos: usos, qualidade espacial e lay-out.

Das 16 galerias constantes da planta de localização ( mapa 2), apenas 13 delas foram submetidas a pesquisa de campo com relação às atividades desenvolvidas nos estabelecimentos existentes.

<b>1.ED.ITÁLIA</b>	edifício-conjunto duas entradas, lojas grandes com sobreloja e prédio de escritórios uso predominante relacionado ao turismo.( companhias de viagem e , agências e lojas de malas e sacolas)
<b>2.ED. COPAN</b>	edifício-conjunto galeria comercial no térreo, bastante permeável, várias possibilidades de entradas, circulação vertical interna. uso predominante relacionado à alimentação, (dos cafés à churrascarias por quilo); outros usos diversificados, uso residencial nos andares superiores.
<b>3.METRÓPOLE</b>	edifício-galeria galeria com cinco andares( subsolo, térreo e mais 3 sobre lojas) sobrelojas com grande quantidade de lojas desocupadas e outras de difícil identificação do uso, (usos considerados pouco nobres, boates com usos suspeitos) predominância das agências de turismo, de viagens e seguradoras. 1 sobreloja:restaurantes, com espaços para mesas em terraços e cinema térreo:agências de viagem, bares e restaurantes (menores mais em maior quantidade), serviços pessoais e bancários, espaços ociosos. Subsolo: difícil identificação dos estabelecimentos, e lojas vazias. Uso diferenciado no período diurno e noturno.
<b>4.DAS ARTES</b>	passagem lay -out em corredor com mudanças de direção; lojas de apenas um do lados com frente para vitrines acesso do edifício é interno uso diversificado; lojas de maior porte representadas por relojoaria e joalheria.

<b>5. 7 DE ABRIL</b>	<p>edifício-galeria  3 pisos com acessos por escadas rolantes  acesso do edifício é interno  uso diversificado  terceiro piso: grande quantidade de lojas vazias, predominância dos serviços (cabelereiros, chaveiros eletricitas, consertos etc)  segundo piso: lojas vazias, maior incidência dos estabelecimentos de alimentação  térreo: lojas vazias em menor quantidade, predominando o setor de vestuário.</p>
<b>6.IPÊ</b>	<p>passagem  uso bastante diversificado, com algumas lojas de maior porte voltadas à relojoaria e joalheria; existência de sanitários públicos.</p>
<b>7.NOVA BARÃO</b>	<p>edifício-conjunto  galeria a céu aberto de uso exclusivo do pedestre; fechamento nas duas extremidades no período da noite; presença significativa da vegetação  2 pavimentos, dando acesso a 4 edifícios de seis andares.  andar superior com circulação feita por corredor também aberto e voltado para o piso térreo, com ligações transversais.  acesso ao andar superior feito por 4 escadas rolantes  térreo com uso predominante das relojoarias e joalherias (motivo de tradição), concentrado na parte mais central e lanchonetes localizadas nas extremidades; demais usos bastante diversificados; presença de sanitários.  Segundo pavimento: predominância dos serviços de cabelereiros, muitas lojas desocupadas.</p>
<b>8.LOUSÃ</b>	<p>passagem  acesso interno  uso diversificado</p>
<b>9.ITAPETININGA</b>	<p>passagem,  acesso intra-quadra entre ruas paralelas  espaço em corredor bastante reduzido; lojas de apenas um lado, com espaço de vitrine no lado oposto;  acesso interno  várias lojas desocupadas  uso diversificado de mercadorias de pequeno porte (bijouterias)</p>
<b>10.CALIFÓRNIA</b>	<p>edifício-galeria,  passagem direta entre ruas transversais.  acesso interno  uso diversificado</p>
<b>11.GUATAPARÁ</b>	<p>Esta galeria é mais propriamente uma passagem com alta concentração de serviços de lanchonete. Espaço de circulação e acessos altamente prejudicado.</p>
<b>12.R.MONTEIRO</b>	<p>edifício-galeria  2 pisos : acesso direto à sobreloja através de escada rolante em posição convidativa; entrada monumental  espaço de circulação horizontal duplo e amplo.  acesso interno  sobre loja com especialização voltada aos serviços de trico, e alguns outros usos diversificados, lanchonete/restaurante de aspecto agradável  térreo: mix bastante diversificado, maior concentração no setor de vestuário e equipamentos eletrônicos</p>

<b>13.G. GALERIAS</b>	<p>Galeria-Comercial</p> <p>6 pavimentos: um subsolo que é na verdade um piso rebaixado em relação a rua.</p> <p>Ligação transversal na quadra apresentando várias formas de circulação vertical. Elevadores, escadas rolantes e escadas tradicionais.</p> <p>número de estabelecimentos elevado; lojas desocupadas aumentam nos andares mais altos.</p> <p>Comércio de forte especialização na temática, com alto grau de complementariedade.</p> <p>comércio segmentado (tribos), ( do disco e camiseta ao corte de cabelo).</p> <p>Subsolo: cabelereiros black;</p> <p>térreo: certo comércio diversificado</p> <p>andares superiores em sequência: discos de rock, roupas de rock, camisetas com os ídolos do rock; lojas de silkscreen.</p> <p>atualmente conhecida com a galeria do Rock.</p>
-----------------------	---

### 5.3.volume do fluxo de pedestres:

A contagem do número de pedestres circulando nas entradas de cada galeria, permitiu definir uma diferenciação do fluxo entre as diversas galerias pesquisadas, cujo resultado esta apresentado no mapa 3

Os maiores fluxos foram observados na Galeria 12 (R. Monteiro), seguida da Galeria 7 (Nova Barão) e 13 ( Grandes Galerias).

Neste caso, algumas considerações podem ser facilmente estabelecidas. Existe apenas uma rua de pedestre com continuidade que oferece esta mesma ligação. Estas três galerias constituem-se num caminho contínuo alternativo para o pedestre.

Além disso, os espaços internos destas três galerias, são os mais amplos e convidativos, com uma grande variedade de opções em termos de comércio. Em contraste com as ruas de pedestre, repletas de vendedores ambulantes e com pouca segurança, o percurso pelas galerias passa a ter preferência. Esta ligação também promove um acesso, bastante direto entre o terminal de ônibus do Largo do Paissandú e o terminal do Anhagabaú .

É interessante notar que, apesar das galerias 4 (das artes), 5 (7 de abril) e 6 (Ipê) , oferecerem a mesma posição e direção, existe uma diferença significativa na escolha pela galeria 6, já que em matéria de serviços oferecidos elas não diferem fortemente. Em termos de qualidade dos espaços internos a galeria 7 de abril é mais confortável, embora com alta taxa de vacância. Apresenta grande número de lanchonetes no 1 piso, elemento este que pode funcionar como fator de atração porém, se não apresentar exaustão adequada pode funcionar como um fator de retração do fluxo de passagem . De qualquer

forma, não foi possível estabelecer a razão desta preferência.pela galeria 6 ( Ipê)

#### 5.4- motivo do fluxo

Nesta entrevista era questionado o percurso do pedestre que entrava na galeria. Perguntava-se a ele qual o motivo de sua entrada.(tabela 1) Se a resposta fosse passagem, então procurava-se saber de onde ele vinha e para onde ia. Mais de 65% dos usuários das galerias dela se utilizam habitualmente.

**TABELA 1 - MOTIVO DE ENTRADA NAS GALERIAS:**

	passagem	compras	trabalho	vitrine	Alimentação	serviços
1.ED.ITÁLIA			80%	20%		
2.ED. COPAN						
3.METRÓPOLE	75%	4%	7%		7%	7%
4.DAS ARTES	35%	20%	30%	10%		5%
5. 7 DE ABRIL	42%	5%	5%			15%
6.IPÊ	75%	5%	5%			15%
7.NOVA BARÃO	60%	10%		10%	10%	10%
8.LOUSÃ	65%	15%	10%			10%
9.ITAPETINING A	35%	25%	5%			35%
10.CALIFÓRNIA	15%	15%	40%		10%	20%
11.GUATAPARÁ	30%				60%	10%
12.R.MONTEIRO	70%	10%	10%			10%
13.G. GALERIAS	55%	25%		10%		10%

O motivo principal de utilização das galerias acontece devido a necessidade de passagem, sendo mais significativos nas galerias 3, 6, 7, 8, 12( acima de 60 % do fluxo)

Em algumas destas galerias, a alta incidência do fluxo de passagem (tab 1), ainda que associado a um valor de fluxo baixo ( mapa 3), refere-se muito mais ao pouco interesse oferecido pelo comércio aí existente oud alta taxa de vacância, do que por uma posição privilegiada em termos de passagem, como a galeria 8 (Lousã), e mesmo a galeria 3 (Metrópole) , ou a 6 ( Ipê)

As galerias de maior fluxo, Nova Barão, R Monteiro e Grandes Galerias, (mapa 3), apresentam diferenças significativas em termos de motivos do fluxo.

A Nova Barão (7) apresenta um espaço descoberto, porém de qualidade com segurança, tendo 40% do seu fluxo a ela direcionada como atividade fim, onde a procura por alimentação também aparece como uma certa ênfase.

Nas Grandes Galerias (13), o motivo do fluxo também se relaciona com compras pelo tipo de comércio oferecido no térreo (diversificado) e especializado na galeria como um todo.

A Galeria R. Monteiro já tem sua grande força na passagem. Estabelece uma clara relação entre duas ruas de pedestre de fluxo bastante elevado. (mapa 2)

Os edifícios onde o principal motivo do fluxo é o trabalho, constituem-se nos edifícios-galerias (ed. Itália e Califórnia), associados à edifícios de escritórios, e não apresentando localização alternativa interessante para o fluxo de passagem.

Na Galeria Guatapará o principal motivo de fluxo é a alimentação. O que justifica um certa afluência de pessoas embora o espaço interno seja altamente prejudicado. Na verdade, este é o uso predominante na galeria

A existência de entrada de edifícios de escritórios no interior das galerias altera para o motivo de trabalho o maior interesse do fluxo gerado.

### **5.5. origem dos fluxos**

Com relação à origem dos fluxos nas galerias, as entrevistas não permitem uma avaliação exata, pois as pessoas se referem ao local imediatamente anterior a entrada na Galeria. De qualquer forma, foi notória a identificação das duas ruas de pedestres principais da área (7 de Abril, 17,48% e Barão de Itapetininga, 18,98%) como maior foco emissor de fluxo. Estas fazem ligação direta com terminais de ônibus e metrô e unem o centro novo com o centro velho (mapa 1 e 4). Na direção destas duas ruas não existe nenhuma continuidade entre galerias.

Com menor ênfase, outras ruas da área são citadas como fonte emissora, variando de 5% à 13% das citações.

Destaque deve ser feito à companhia telefônica localizada na 7 de Abril, que se constitui num forte polo gerador de fluxo. Aliás, esta é uma característica das instituições de serviços públicos de atendimento ao consumidor.

## **6. CONCLUSÃO**

Como resultado dos levantamentos e análises realizadas, foi possível identificar-se três áreas de atuação principais, em busca do aumento de vitalidade das

galerias comerciais e, por conseqüência, da área de estudo: os fluxos, os usos, e os espaços interiores

### **fluxos**

A primeira análise a ser feita refere-se à distribuição dos fluxos na área analisada.

Conforme observado, os polos geradores de tráfego estão representados pelas duas ruas de pedestre mais centrais, ( Barão de Itapetininga e 7 de abril), que respondem pela ligação entre o centro novo e o velho, e entre terminais de transporte de massa. Nesta direção não existe uma rede de galerias que possa agir como concorrente àquelas ruas.

Segundo Tecklenburg (1995), deve-se buscar uma distribuição mais eqüitativa dos fluxos no total da área, garantindo uma distribuição desta vitalidade. Deve-se buscar, portanto, uma maior permeabilidade para os fluxos, através de várias entradas bem localizadas e convidativas.

O caminho do sucesso, ainda segundo Teklenburg (1995), deve buscar uma correspondência muito grande com o espaço público de toda a área do distrito das compras.

*Neste sentido, uma intervenção na área em busca de um aumento de vitalidade, e recuperação das galerias, passa por torná-las mais facilmente acessíveis. Isto significa: aumentar o número de acessos, promover ligações entre galerias, tornar os acessos mais convidativos.*

*Se considerarmos que a maior parte das quadras nesta região apresenta vazios em seu interior, uma intervenção desta ordem é perfeitamente viável em termos de intervenção física.*

### **usos**

Quanto aos usos das diversas galerias algumas considerações podem ser realizadas.

Aquelas galerias que apresentam grande número de serviços de alimentação são bastante procuradas, mesmo que as instalações não sejam as mais adequadas, como no caso da Galeria Guatapará, e mesmo a Nova Barão. Soma-se a este fato, a nova praça de alimentação da Lojas C&A que tem padrão bastante diferenciado em relação aos existentes, aproximando-se dos padrões dos Shopping Centers.

Outro elemento significativo são os serviços especializados oferecidos em grande quantidade, através da possibilidade da compra comparada. Esta é a

situação característica das Grandes Galerias que se transformou na Galeria do Rock e é conhecida em toda a cidade.

Algumas outras especializações, não com a mesma massa crítica de lojas, referem-se aos serviços voltados ao tricô, como acontece na Galeria R Monteiro; ou com os cabeleireiros na galeria Nova Barão.

Serviços especializados, com um certo grau de raridade e tradição, também se mantêm funcionando como as relojoarias da R. Monteiro ou óticas da Nova Barão, ambos serviços de tradição e confiança

É notória, a utilização do nível do térreo pelos serviços diversificados, ou de conveniência que podem usufruir da compra por impulso ou pelas pessoas que estão a trabalho.

Nos edifícios-galerias, que possuem edifícios de escritórios., a composição de usos de conveniência com usos especializados pode ser também uma boa alternativa, pois direciona-se, principalmente, aos usuários mais freqüentes, aqueles que trabalham no local.

O grande número de lojas vazias, passa a ser um grande inconveniente para o comércio. Além de mostrar indícios de deterioração, não colabora na formação de uma massa crítica para a atração de mais fluxo

Conforme salienta Teklenburg, (1995) o acréscimo significativo de área de lojas, embora não possa explicar por si só um aumento da vitalidade, já que isto pode acontecer em detrimento de outras lojas, ao oferecer mais opções, aumenta seu poder de atração do consumidor.

*Neste sentido, como a maior parte das galerias tem administração centralizada, uma atitude pró-ativa no sentido de melhorar o mix e incentivar a ocupação das lojas vazias será de grande contribuição para o processo de revitalização das próprias galerias e da área como um todo. No entanto, estes estudos de mix, devem seguir princípios bastante criteriosos, que levem em conta as questões dos negócios varejistas e o público alvo.*

### **espaços interiores**

Com relação à arquitetura e aos espaços interiores, cada vez mais o aspecto físico e cênico, o conforto ambiental, a facilidade de acesso tem contribuído para atração do consumidor, mesmo que ele esteja de passagem. No que se refere à área de estudo pode-se acrescentar aí o fato de que a existência de vendedores ambulantes de modo desorganizado, além das variações climáticas e aos aspectos de segurança, têm conduzido os transeuntes a preferirem as galerias em detrimento das ruas de pedestre.

Isto é notório na comparação da Galeria Nova Barão com a Rua Marconi. Esta última apresenta um fluxo bastante inferior à galeria e, como consequência do baixo fluxo de pedestre, praticamente, não existe vendedores ambulantes nesta rua. Talvez o próprio incentivo a passagens por galerias, espaço “semi público” pudesse desestimular a grande afluência de ambulantes nas áreas centrais.

Dentro de um novo contexto onde os Shopping Centers são os protagonistas de uma relação conturbada do público com a cidade, as galerias comerciais do centro representam algo de positivo ou têm o potencial para tanto. Dialogam com seu entorno, são articulações da rua, do espaço urbano com o espaço edificado, transformando seus corredores em mais uma opção de circulação.

O lay-out e a integração com o espaço da cidade tem papel significativo na vitalidade das áreas centrais.

Por outro lado, as galerias com mais de uma sobre loja, apresentam sérias dificuldades de desenvolvimento. Teklenburg (1995) acredita que um shopping vertical com poucas entradas dificultaria esta integração.

*Algumas galerias, apresentam aspectos arquitetônicos, de distribuição internas e mesmo de imagem externa, facilmente exploráveis em termos de valorização do estabelecimento e de atração de consumidores.*

Finalmente, não se pode esquecer que não será apenas o projeto de arquitetura, mudanças para lay-outs mais apropriados, com mix melhor estudado, acréscimo de áreas de lojas, ou mesmo a implantação de equipamentos e serviços públicos geradores de fluxo, suficientes para acrescentar vitalidade às áreas urbanas. A renda da população e a situação da economia do país, também interferem neste processo. Além disso, a busca de elementos característicos da sociedade analisada e o grupo social alvo de atração merecem ser devidamente estudados, para que os esforços de revitalização produzam os efeitos desejados

## **7.BIBLIOGRAFIA**

- A DECADÊNCIA das sofisticadas galerias - ESP: *O Estado de São Paulo*, 13/01/1974.
- AS SURPRESAS e encantos das galerias da cidade. FSP. *Folha de São Paulo* 25/04/89.
- D’OTTAVIANO, Maria Camila Loffredo - *Galerias na Área Central* - Trabalho apresentado na disciplina AUP 850 - As Atividades Terciárias e a Estruturação do Espaço Urbano e Regional - 2º semestre 1996.
- EXÓTICAS, elas resistem ao tempo - *Jornal City News*, 11/02/1990.
- FALLACI, Rudi. *Un Progetto per l’Area Metropolitana Bolognese*. In ROSINI, Rino. *L’urbanistica delle aree metropolitane*. Firenze, Alinea, 1992. P 285-302.
- FONSECA, Nuno de Azevedo. *Estudo comparativo da proposta de cidade contidas em edifícios dos anos 1945/65 e 1965/85 na cidade de São Paulo*.
- EESC-USP, Dissertação de Mestrado. São Paulo, 1992.
- FRIEDEN, Bernard J.&SAGALYN, Lynne B. *Downtown, Inc. How America Rebuild Cities*.The MIT Press. Cambridge, 1992.

- GALERIAS do centro da cidade deterioram-se - FSP: *Folha de São Paulo*, 23/11/1983.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Edições Loyola. São Paulo, 1994
- HILLIER B, Burdett R, et al. Creating Live, or, Does Architecture Determine Anything. *Architecture and Behaviour* 3 233-250, 1987 Apud: TEKLENBURG, Jan A. F., TIMMERMANS Harry J.P. BORGES & Aloys W.J. *Changes in Urban Layout and Pedestrian Flows*. Paper presented at the International Conference: Spatial Analysis in Environment-Behaviour Studies. Eindhoven, 1995.
- HILLIER, B. GRAJEWSKI, T. et al. *Broadgate Spaces, Life Public Spaces* (unit for Architectural Studies, University College, London, 1990. Apud TEKLENBURG, Jan A. F., TIMMERMANS Harry J.P. BORGES & Aloys W.J. *Changes in Urban Layout and Pedestrian Flows*. Paper presented at the International Conference: Spatial Analysis in Environment-Behaviour Studies. Eindhoven, 1995.
- HILLIER, B. GRAJEWSKI, T. et al. Natural Movement: or, Configuration and Attraction in Urban Pedestrian Movement. *Environment and Planning B: Planning and Design* 20, 29-66. Apud TEKLENBURG, Jan A. F., TIMMERMANS Harry J.P. BORGES & Aloys W.J. *Changes in Urban Layout and Pedestrian Flows*. Paper presented at the International Conference: Spatial Analysis in Environment-Behaviour Studies. Eindhoven, 1995.
- LIMA, Alberto de Oliveira - *Distribuição Espacial do Comércio Varejista na Grande São Paulo* - São Paulo, IG, 1975.
- MEYER, R.M. P. *Metrópole e Urbanismo: São Paulo Anos 50*. Tese de Doutorado, FAUUSP, 1991
- O DIA E A NOITE se encontram na galeria. É guerra - *Jornal da Tarde*, 21/3/1968.
- OS SEGREDOS das galerias: sem alarde, elas escondem lojas que são autênticos achados. *ESP. Estado de São Paulo- Jardins*, 10/05/91
- RONZANI, Guido. *Modelli di metropoli nell'esperienza europea*. In ROSINI, Rino. *L'urbanistica delle aree metropolitane*. Firenze, Alinea, 1992. P 135-182.
- TEKLENBURG, Jan A F & ANDEL J A van. *Urban Morphology and Children's use of Public Space*. Paper presented at the 24th Annual Conference of the Environmental Design Research Association. Chicago ( Urban Planning Group, faculty of Architecture and Planning, Eindhoven University of Technology), 1993. Apud: TEKLENBURG, Jan A. F., TIMMERMANS Harry J.P. BORGES & Aloys W.J. *Changes in Urban Layout and Pedestrian Flows*. Paper presented at the International Conference: Spatial Analysis in Environment-Behaviour Studies. Eindhoven, 1995.
- TEKLENBURG, Jan A. F., TIMMERMANS Harry J.P. BORGES & Aloys W.J. *Changes in Urban Layout and Pedestrian Flows*. Paper presented at the International Conference: Spatial Analysis in Environment-Behaviour Studies. Eindhoven, 1995.
- XAVIER A, LEMOS C, CORONA E. *Arquitetura Moderna Paulista*. Pini, São Paulo, 1983. In: MEYER, R.M. P. *Metrópole e Urbanismo: São Paulo Anos 50*. Tese de Doutorado, FAUUSP, 1991
- VARGAS, Heliana C. - *Comércio: Localização estratégica ou estratégia na localização?* - São Paulo, 1993, Tese de Doutorado - FAUUSP
- VARGAS, Heliana C. Searching for a Business Architecture Paper presented at the International Conference: Spatial Analysis in Environment-Behaviour Studies. Eindhoven, 1995.
- VARGAS, Heliana C. O turismo e a valorização do lugar. Anais do World Ecotour'97. World Congress & Exhibition on Ecotourism. Biosfera. Rio de Janeiro, 1997.



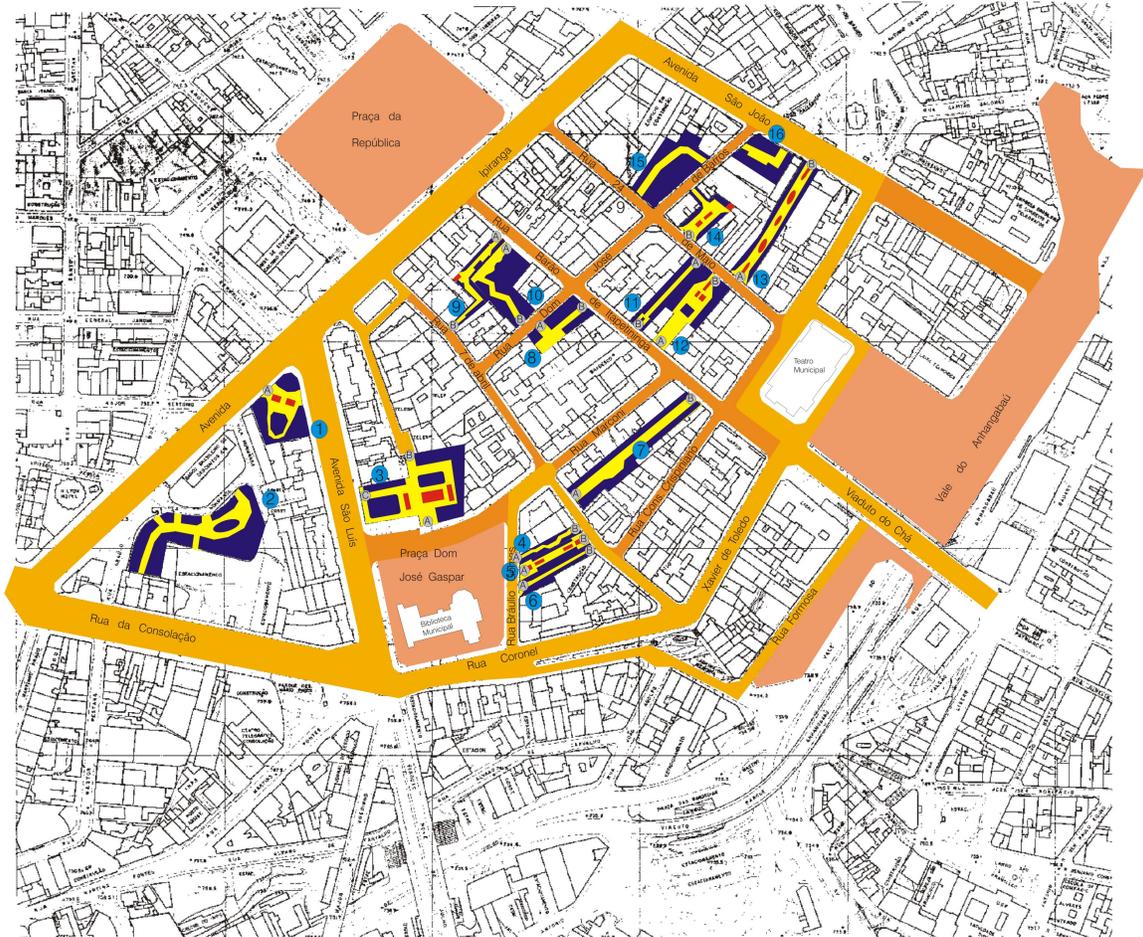
Mapa elaborado por Mariana Tavares,  
sob orientação da Profa Heliana Comin Vargas

- Área central predominantemente de comércio varejista ("CENTRO NOVO")
- Área central predominantemente de comércio atacadista
- Área central predominantemente administrativo - financeira
- Terminais de ônibus
- Terminais de metrô
- Edifícios e logradouros de interesse e/ou atração do público

# DIVISÃO DO CENTRO / PÓLOS 1

- |   |   |                        |  |
|---|---|------------------------|--|
| 1 Edifício Itália   | 6 Galeria Ipê   | 11 Galeria Guatapará   |  Via exclusiva de pedestres     |
| 2 Edifício Copan  | 7 Rua Nova Barão  | 12 Galeria R. Monteiro |  Via de veículos e pedestres    |
| 3 Galeria Metrôpole   | 8 Galeria Lousã   | 13 Grandes Galerias    |  Praça / Parque                 |
| 4 Galeria das Artes   | 9 Galeria Itapetininga  | 14 Galeria Presidente  |  |
| 5 Galeria 7 de Abril  | 10 Galeria Califórnia   | 15 Galeria             |  |
|  Área de Lojas |  Área de pedestres | 16 Galeria             |  Circulação/ Comunicação Vertical |

# GALERIAS EXISTENTES 2



Desenho produzido por Mariana Tavares  
sob orientação da Profa Heliana Comin Vargas





- 13 - 18%
- 5 - 13%
- 2 - 5%
- 1,5 - 2%

Mapa elaborado por Mariana Tavares, sob orientação da Profa Heliana Comin Vargas, com a contribuição dos alunos da disciplina AUP 279 da FAUUSP. 1996/1997

# ORIGEM DOS FLUXOS 4