

ATIVIDADES COMERCIAIS TRANSITÓRIAS Dinâmicas socioespaciais e apropriações urbanas

TEMPORARY COMMERCIAL ACTIVITIES
Sociospatial dynamics and urban appropriations

Rhaiani Vasconcellos de Almeida Trindade¹ e
Larissa Leticia Andara Ramos²

Resumo

As cidades estabelecem relações indispensáveis entre seus espaços públicos e as pessoas que neles circulam. Desde a antiguidade, diversas são as apropriações urbanas que se manifestam, dentre elas, as atividades comerciais, as quais tendem a propiciar diversas formas de relação com o território. Destaca-se, neste artigo, as atividades comerciais transitórias consideradas formas de apropriações efêmeras que estabelecem uma relação de simbiose entre o espaço público e a atividade comercial, consideradas essenciais para o crescimento das funções urbanas, sociais e econômicas. O presente trabalho aponta reflexões sobre essa relação, em especial, entre a atividade comercial transitória, espaço público, apropriações urbanas e as dinâmicas socioespaciais sobre o território. O método aplicado consiste em levantamento bibliográfico, mapeamento, observação e questionário. Os resultados destacam a relevância das atividades comerciais transitórias como catalisadoras e estimuladoras de um espaço urbano mais vivo, coletivo e inclusivo.

Palavras-chave: atividades comerciais transitórias, espaços públicos, apropriação urbana, território, urbanidade.

Abstract

Cities establish indispensable relationships between their public spaces and the people who circulate in them. Since antiquity, several urban appropriations have been established, among them, commercial activities, which tend to provide different forms of relationship with the territory. This article highlights transitory commercial activities, considered ephemeral forms of appropriation that establish a symbiotic relationship between public space and commercial activity, essential for the growth of urban, social and economic dynamics. The present work points to reflections on this relationship, especially between transitory commercial activity, public space, urban appropriations and their socio-spatial dynamics over the territory. The applied method consists of bibliographic survey, mapping, observation and application of a questionnaire. The results highlight the relevance of transitory commercial activities as catalysts and stimulators of a more lively, collective and inclusive urban space.

Keywords: transitory commercial activities, public spaces, urban appropriation, territory, urbanity.

Introdução

Ao longo da história, espaços públicos destinados ao comércio consolidaram-se, na medida que eram utilizados como pontos de encontros e trocas de mercadorias. O ato do encontro e da troca são considerados atividades sociais, pois preveem a necessidade da conversa e de relações interpessoais entre os interessados (VARGAS, 2001).

Esses encontros acontecem majoritariamente nos espaços públicos - ruas, passeios, orlas, praças e parques - que são espaços essenciais para que as dinâmicas urbanas aconteçam e tornem-se palcos catalisadores das atividades econômicas e sociais (GEHL, 2014; LYNCH, 1997). Ruas e calçadas, segundo Jacobs (2011), são órgãos vitais de uma cidade, onde ocorrem toda a interação e o convívio de uma sociedade, sendo indispensáveis às pessoas que nelas circulam, usam e ocupam, ultrapassando os limites de serem apenas espaços livres públicos de circulação.

Ao considerar a relação simbiótica entre cidade, espaço público e comércio, Vargas (2001) e Jacobs (2011) assinalam que a contribuição acontece através do uso, circulação, apropriação e vivência das pessoas nos espaços coletivos, favorecendo a vigilância e a vitalidade urbana, além de tornarem o espaço mais atrativo e diverso (SOTO, 1987). Essa associação direta entre espaço público e comércio tornar-se essencial para o crescimento das funções e das dinâmicas urbanas coletivas.

O uso e apropriação territorial do espaço público está associado à qualidade desses lugares, seja pelo fato deles serem espaços acessíveis, onde as pessoas desenvolvem suas atividades diárias, ou por serem lugares agradáveis e bonitos, que permitem o encontro e a diversidade (PROJECT FOR PUBLIC SPACES, 2019).

Tais características de uso e apropriação do espaço público vêm ao encontro das funções sociais do comércio. Assim como apresenta Vargas (2001), a atividade comercial revela-se uma prática que pode contribuir para a qualidade urbana, criando também oportunidades para apropriações espontâneas e efêmeras de uso da cidade.

Para Soto (1987), a diversidade de atividades que estão presentes nos espaços públicos urbanos proporciona uma maior procura de produtos e serviços, bem como estimula o funcionamento e a vitalidade urbana. Logo, possibilita o uso e apropriação das calçadas onde a comercialização desses produtos e serviços acontece (JACOBS, 2011).

Gehl (2014, p.11) enfatiza que “as cidades são locais onde as pessoas se encontram para trocar ideias, comprar e vender, ou simplesmente relaxar e se divertir”. O autor considera as relações cotidianas, a dimensão humana, as oportunidades de encontro nos espaços de vivência tais como as ruas, praças, parques, o que a cidade tem de mais importante.

Em contexto histórico, conforme assinala Vargas (2001), a relação entre comércio e espaço público persiste desde o surgimento das cidades, como aconteciam nos bazares árabes, ágoras gregas, fóruns romanos e praças medievais, caracterizados como espaços de comercialização de produtos locais, adensados de atividades e pessoas, e com uma “atmosfera única”. Tal “atmosfera única”, conforme evidencia Vargas (2001, p.157), proporciona uma série de experiências e sensações e é assim descrita pela autora: “(...) seus sentidos são assaltados por milhares de odores, seus olhos perdem-se num infinito de cores, e seus ouvidos são invadidos por um burburinho de sons”.

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Cidade, Universidade Vila Velha (UVV).

² Professora Doutora do curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo e do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Cidade, da Universidade Vila Velha (UVV).

A comercialização de produtos nas ruas favorece o aparecimento do comércio local e pode adquirir, com o decorrer do tempo, condição de estabelecimento permanente (VARGAS, 2001) Ainda conforme evidencia a autora, as técnicas de venda, o formato, o tamanho e o espaço característico para a realização da atividade comercial - seja ela de rua ou estabelecimento específico - podem se alterar no decorrer do tempo, de acordo com as demandas, mas não alteraram a essência principal do comércio que é a de interação social.

Martinho (2012) sinaliza que os espaços públicos que recebem o comércio de produtos locais são elementos vivos da história de uma cidade, pois evidenciam a cultura regional e a integração de pessoas. A autora, ao se referir das dinâmicas de comércio e de consumo na cidade, enfatiza as possibilidades de apropriações, valores e identidade cultural destacados no trecho a seguir:

O modo como a comida e a arquitetura se interliga possibilita a apropriação de significados e valores, incorporando e refletindo uma identidade territorial de uma área. O contexto socioeconômico de antigos bairros tem sido rejuvenescido e requalificado devido à organização em torno da produção e consumo de produtos alimentares ou refeições. A abertura de comércio e a combinação estratégica de gastronomia e arquitetura tem sido fundamental para esta renovação (MARTINHO, 2012, p.70).

Para Colchete Filho, Braida e Cardoso (2014, p. 2), “o comércio pode margear, estender-se e, não raras vezes, apropriar-se das calçadas, imprimindo-lhes a identidade da cidade”. A apropriação do espaço público apresenta-se como uma valorização da identidade local por parte da sociedade, tomam espaços físicos e geram espaços de manifestações culturais através de eventos e apropriações efêmeras (EDELWEISS; GARZON, 2017).

Vargas (2001) assinala que o mercado autônomo e espontâneo, que apresenta instalações e apropriações de caráter efêmero - assim dizendo apropriações transitórias e que possuem instalações não permanentes, tais como barracas, bancas e tendas - vão ganhando espaço nas cidades contemporâneas.

Nessa relação entre comércio, apropriação do espaço público e cidade destaca-se o comércio que se apropria dos espaços livres de uso público (ruas, passeios, calçadas, praças e orlas) intitulado neste trabalho como “as atividades comerciais transitórias”. Entende-se, assim, como comércio transitório aqueles de caráter efêmero (pontos de vendas com estruturas não fixas, mas flexíveis) e que possuem uma temporalidade transitória, ou seja, utilizam o espaço público das ruas, calçadas, praças e orlas por um período predeterminado do dia e da semana para realizarem suas vendas (VARGAS, 2001; LIMA, 2011).

Nesse cenário, as atividades comerciais de caráter transitório, em especial aquelas que se apropriam do espaço público, possuem função de destaque nas cidades contemporâneas. Uma cidade requer espaços onde as funções socioeconômicas integrem-se com as dinâmicas realizadas nos espaços públicos, visto que o comércio de rua utiliza da calçada, do movimento, do fluxo, do contato entre pessoas e, principalmente, da compra por impulso e do lazer para se promover (VARGAS, 2021). Diante dessas premissas, o presente artigo apresenta reflexões sobre as atividades comerciais transitórias e suas apropriações territoriais, de modo a compreender as dinâmicas socioespaciais e as influências dessa relação na urbanidade. Também expõe definições e conceitos sobre os temas: atividades comerciais transitórias, espaços públicos e apropriações urbanas.

A pesquisa é de natureza aplicada, de abordagem qualitativa. Além da revisão bibliográfica, utiliza de levantamentos perceptivos e coletas de dados, a partir da etnografia urbana³, do questionário (pesquisa de opinião através da plataforma *Google Forms*) e do levantamento fotográfico, utilizando-se como recorte espacial o município de Vila Velha -ES. A pesquisa de opinião online realizada buscou compreender a visão da população sobre a atividade comercial transitória e as dinâmicas existentes no espaço público, se elas utilizam esses serviços, o que é comercializado e onde costumam adquirir os produtos. Como forma de ampliar a linha de transmissão do questionário, a disponibilização aconteceu por meio das redes sociais por um período pré-estabelecido.

Atividade comercial e cidade

O comércio apresenta grande importância para a cidade no que se refere as condições fundamentais para o desenvolvimento e aprofundamento das relações entre as esferas públicas e socioeconômicas. Vieira (2008) considera o comércio uma atividade polarizadora dos sistemas urbanos, principalmente dos espaços livres, ao viabilizar condições de trocas de diversos produtos, promover relações interpessoais e possibilitar condições de apropriações no espaço público.

Pamplona (2013) destaca que o comércio que acontece na rua é um fenômeno vigoroso, resultado de uma resistência de mudanças econômicas e urbanas que perdura há séculos. Destaca ainda que o comércio de rua não perdeu sua essência nem mesmo sobre a pressão da modernidade capitalista, pelo contrário, aderiu-se as mudanças sofridas. É uma comercialização que tange diretamente os aspectos sociais: a interação e contatos de pessoas (PAMPLONA, 2013).

O ato de troca, seja ele de caráter social ou econômico, é responsável, desde a origem das cidades, pela aproximação de pessoas, criando vínculos fundamentais para formação e relação entre o espaço e as pessoas, já que para realização do ato de troca existe a necessidade dos interessados se encontrarem em algum lugar (VARGAS, 2018). Vargas (2018, p. 4) assinala a “relação umbilical entre comércio e as demais atividades sociais, que raras vezes foi rompida [...], quando o rompimento dessa relação aconteceu, imediatamente essa ligação teve de ser recuperada”.

É possível identificar, nas cidades, espaços públicos onde o comerciante instala-se com maior prioridade para realizar a atividade comercial. Vargas (2018) apresenta esses espaços como “espaços públicos oportunos de comercialização”, pois estão localizados nas esquinas das ruas e cruzamentos, próximos a locais que já acontecem outras atividades, já que o fluxo de pessoas circulando e utilizando esses espaços é mais intenso.

Vargas (2015) enfatiza que a localização comercial, seja de uma loja ou ambulante não são definidos por um decreto, ou por uma delimitação espacial destinada para o comércio, e sim pela quantidade e qualidade do fluxo no espaço. A qualidade é identificada através da relação entre intensidade de público consumidor e a renda resultante da venda, gerando, a partir disso, tipos de comércio e vendas característicos desses locais.

³ O método etnográfico e a observação comportamental consistem na compreensão dos cenários e das paisagens urbanas de como as pessoas se apropriam do espaço públicos e circulam nos arranjos socioespaciais que a cidade oferece. Neles são interpretadas as relações existentes entre a dimensão social e a dimensão física do espaço (ROCHA; ECKERT, 2015).

O lugar do mercado, seja ele pontual ou linear, de nascimento espontâneo ou artificialmente criado, de pequenos povoados ou grandes cidades são reflexos da confluência de fluxos de pessoas, bens e veículos envolvidos pela oportunidade do encontro que tem como elemento vital o congestionamento (VARGAS, 2015).

Pearlman apud Vargas (2021) afirma que o comércio, junto à calçada, conjugando as vias de circulação, incentiva o burburinho, o adensamento, o uso das esquinas e a diversidade, já que as ruas são espaços públicos por excelência. Ademais, “[...] mais do que mero espaço público, a calçada vem sendo convertida em parte do processo de produção capitalista, enquanto circulação de mercadorias e mais valia, que em seu espaço físico tem um dos componentes [...]” (YÁZIGI, 1997, p. 362).

A intensidade de público, a qualidade do fluxo e renda viabilizam e determinam o tipo de comércio para cada lugar da cidade. Logo, entende-se que o comércio que se instala nos espaços urbanos da cidade adequa-se às dinâmicas existentes e às especificidades de cada lugar, como por exemplo o comércio mais popular procura instalar-se nos espaços e ruas mais centrais da cidade (VARGAS, 2015).

Speck (2017, p. 226) ressalta a importância do centro das cidades para as relações de comércio ao afirmar que o “o centro é a única forma de beneficiar todos os cidadãos de uma só vez”, sendo considerado pelo autor, o melhor lugar para um comerciante atuar. Esses espaços urbanos de troca sociais e econômicas, de produção cultural, juntamente com a globalização e avanços tecnológicos, a intensificação dos fluxos e os deslocamentos são reflexos da cidade contemporânea, o lar da maioria da humanidade (GEHL, 2014).

Portanto, percebe-se como o comércio é atraído pelo fluxo de pessoas, mas da mesma forma ele também atrai o fluxo de pessoas (VARGAS, 2015). O fluxo de pessoas acontece através de comércios âncoras, estabelecidos e consolidados, que se tornam polos geradores de fluxo da região, tornando-se elementos fundamentais para o desenvolvimento e funcionamento da cidade.

Dentre a relação comércio, espaço público e arquitetura na formação das cidades, é possível identificar lugares significativos que, no decorrer do tempo, mudaram de nome, mas continuam com a função de promoção da integração social e da vitalidade urbana. Destacam-se os bazaares, as ágoras, os fóruns, as praças, as feiras, dentre outros espaços públicos presentes nas cidades antigas (VARGAS, 2001).

No que tange ao significado e a importância da imagem do comércio na cidade, Vargas (2001, p.157 e 158) afirma:

[...] todos os espaços de mercado analisados no período reforçam a questão da diversidade e do congestionamento de imagens, sons, odores, mercadorias e pessoas que refletem a expressão máxima da vitalidade e do dinamismo do lugar. Desordem, confusão e multidão são fortes indicadores de sucesso do comércio, ou pelo menos seus requisitos essenciais.

Na cidade existe duas formas de comércio: o planejado e o não planejado, também nomeados como formal e espontâneo, respectivamente. Os espaços públicos como a rua, a calçada, a praça e parque, por essência, são pontos centrais para o desenvolvimento do comércio não planejado e/ou espontâneo, sempre referenciado como áreas tradicionais de compras e vivências (VARGAS, 2001).

Para Soto (1987), o trabalho e o comércio não planejado (considerado pelo autor como



o comércio informal) desempenham um papel importante na sobrevivência das cidades, no qual os participantes lutam pela sustentabilidade econômica e social. A diversidade que está presente neste espaço proporciona uma maior procura de produtos e serviços que contribuam para o seu funcionamento e reprodução.

Outro ponto relevante a ser observado em relação aos efeitos do comércio sobre a cidade, no que tange a um espaço urbano mais seguro e vivo, Jacobs (2011) enfatiza que aqueles trechos que não possuem espaços públicos utilizáveis devem ser preenchidos por comércios, para assim levar as pessoas a circularem pelo local.

Uma cidade demanda de espaço para que suas funções - sejam elas econômicas ou sociais - tenham com resultado a afluência da atividade e do serviço. Para deixar de ser um simples agrupamento humano, “o setor terciário passa a exercer cada vez mais protagonismo na (re) organização espacial das cidades” (VARGAS; BOTTURA, 2021, p. 3), pois a cidade necessita de um espaço comercial, seja ele voltado para rua ou para o interior dos edifícios, e o espaço público torna-se um elemento externo essencial para a sociabilização e vitalidade urbana (VARGAS, 2001).

Atividade comercial transitória: conceitos e suas dinâmicas

A atividade comercial transitória, denominada por Vargas (2018) como “comércio ambulante”, é uma das formas de comercialização mais antiga presentes na cidade. Essa atividade, que se apropria e transita pelas ruas e calçadas, continua a coexistir e reforçar sua presença nas cidades contemporâneas.

Lima (2011, p. 14), por sua vez, além de referir-se à atividade comercial transitória como “ambulante”, também apresenta o conceito de “apropriações transitórias”. Nesse caso, o autor refere-se as atividades ou eventos classificados como efêmeros, ou seja, aqueles que “acontecem em espaços públicos e possuem temporalidade transitória, permanecendo por um período inferior a 24 horas”.

Pamplona (2013) também se refere ao comerciante que vende seus produtos nos espaços públicos como “ambulante”, independente do estabelecimento ser de caráter fixo ou móvel, esse último aquele que transita pelas ruas junto a sua mercadoria. Para Pamplona (2013, p.6), o comerciante ambulante é aquele que:

Figura 1 – Comércio ambulante fixo (figura à esquerda) e comércio ambulante móvel (figura à direita). Fonte: Acervo das autoras, 2021 (fotografada em visita ao bairro Itapuã, Vila Velha-ES).

[...] vende diretamente ao consumidor (varejo) produtos diversos (normalmente miudezas e mercadorias de mais baixo valor), ou presta serviços (normalmente de alimentação), em vias e logradouros públicos (ruas, calçadas, praças, jardins etc.), fora de lojas, em postos, fixos ou móveis, ou de forma itinerante levando sua mercadoria junto ao corpo, com ou sem permissão oficial.

Já a autora Cleps (2009, p. 3) utiliza o termo “comércio informal” ao fazer menção as atividades comerciais transitórias e descreve ser uma “reação aos limites da urbanização, da mundialização econômica e das novas formas de se produzir. No entanto, esta modalidade comercial também pode ser concebida como uma alternativa na criação de novas possibilidades de inserção social”.

Ao referenciar-se ao “comércio ambulante”, Cleps (2009, p. 3) salienta que a atividade comercial, denominada por muitos como o “comércio de rua” constitui-se como “a primeira forma de troca da história que assumiu formatos diferentes, quer na forma de mercados temporários ou feiras, quer como barracas isoladas, panos estendidos no chão, carroças, carros e o próprio ambulante perambulando pelas ruas em busca de consumidores”.

Em termo legais, cada município é responsável por reger normativas que visam regular e ordenar as atividades comerciais que se apropriam dos espaços públicos urbanos. Como exemplo disso, o município de Vila Velha- ES, cidade onde reside as autoras deste artigo, possui o Decreto nº 130/2017 que regulamenta a exploração das atividades econômicas em logradouro público. O Decreto define a atividade comercial transitória - nomeada pelo município como “comércio ambulante” - como “toda atividade econômica temporária de caráter precário, oneroso, pessoal e intransferível, exercida por pessoa física em logradouro público, mediante autorização” (VILA VELHA, 2017). O município de Vila Velha também possui a Lei nº 5.406/2013, que institui o Código Municipal de Posturas denominado como “Código de Controle de Posturas e de Atividades Urbana”. A Lei define o “comerciante ambulante” ou “camelô” como a “pessoa física que exerce essa atividade profissional por sua conta e risco, com ou sem emprego de tabuleiro ou outro apetrecho permitido nesta Lei, apregoando suas mercadorias” (VILA VELHA, 2013).

A Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho utiliza a expressão “vendedores ambulantes” referindo-se àqueles que vendem suas mercadorias em vias e logradouros públicos, planejam atividades de vendas, definem itinerários ou escolhem ponto de trabalho de acordo com suas demandas e providenciam licença para exercer a ocupação. Contudo, o exercício da atividade é regularizado conforme a legislação federal, exposta na Lei nº 2.041/1940, que decreta como “comércio ambulante regular” o exercício de compradores ou vendedores que atuam em próprio ou para terceiros, em logradouros públicos ou outros espaços públicos de livre acesso (BRASIL, 1940).

No que tange a classificação das atividades comerciais transitórias, Soto (1987) divide tais atividades em “comércio ambulante móvel” e “comércio ambulante fixo”. O “comércio ambulante móvel” é aquele no qual os vendedores percorrem as ruas, vendem seus produtos ou prestam algum tipo de serviço sem local fixo. Já o “comércio ambulante fixo” é aquele que se apropria da via pública e deixa de ser móvel quando se instala em um espaço oportuno para as vendas, o que além de garantir a segurança econômica e urbana, auxilia nas relações de vizinhança. A Figura 1, a seguir, exemplifica as duas modalidades de comércio transitório segundo a classificação de Soto (1987).

Para Cleps (2009, p.9), essas atividades podem ser dividida em três grandes grupos: 1) Fixos, aqueles que se instalam próximos a lugares com grande movimentação de pessoas, diversidade de atividade e serviços tais como os terminais rodoviários, igrejas e hospitais; 2) Periódicos, aqueles que circulam em áreas de lazer como os parques, praças e campos de futebol, instalando-se principalmente nos finais de semana e feriados; e 3) Ocasionais, aqueles que se instalam nas mediações dos comércios formais, festas comemorativas ou atos políticos.

Já a Lei nº 5.961/2017 (VILA VELHA, 2017), classifica as atividades comerciais e de prestações de serviços em logradouro público em quatro categorias: 1) Feira livres, 2) Ambulante fixado com local delimitado, ou seja, ao licenciar-se na prefeitura o ambulante aponta o local no espaço público que vai ser realizada a atividade comercial, 3) Ambulante não fixado sendo circulante em logradouros predeterminados ou em locais privados, ou seja, o ambulante não possui uma atividade móvel e sem local pré - determinado especificado ao licenciar-se na prefeitura, e 4) Comerciante eventual, aquele que apropria-se do espaço público mediante a realização de eventos e/ou panfletagem como: show, jogo de futebol e eventos culturais.

Para Cleps (2009), as “atividades econômicas informais” estão cada vez mais presentes no cotidiano da sociedade brasileira. Supõem-se que tal cenário resulta do aumento do desemprego, bem como das baixas remunerações oferecidas no setor formal, onde o indivíduo precisa recorrer ao comércio informal como alternativa para se manter e sobreviver.

Vargas (2018) relaciona o aumento do “comércio informal” com o crescimento das aglomerações urbanas. A autora também sinaliza esse aumento como consequência de fatores econômicos, como a alta no índice de desemprego e até mesmo questões políticas, como a falta de planejamento, controle e fiscalização do poder público em relação à legalidade.

Vale destacar que o “comércio informal” pode apresentar aspectos negativos e positivos. Por exemplo, Queiroga (2012) evidencia como vantagens a flexibilidade, referindo-se a possibilidade do comerciante fazer seu próprio horário, optar pelo tipo de produto que irá vender - conforme as circunstâncias encontradas - e adequar-se mediante as oportunidades de demanda e oferta. Como aspectos negativos, o autor destaca a informalidade, a falta de regularidade legal e fiscal, bem como as incertezas na procedência dos produtos.

Numa ótica positiva, Cleps (2009) refere-se à coexistência do “comércio informal” como necessária para a cidade porque atrai as pessoas a adquirirem e consumirem seus produtos, além de oferecer aos consumidores compras de caráter hedônicas⁴, variedade e diversidades de produtos, preços mais acessíveis, facilidade de compra, localização estratégica por estar no caminho da casa ou trabalho e atendimento mais aproximado e personalizado.

De modo a sintetizar as contribuições das atividades comerciais transitórias nas relações socioespaciais urbanas e na dinamização de espaços públicos, na sequência, é apresentada a Tabela 1, com as principais contribuições defendidas por autores que analisam as relações entre comércio e urbanidade, tais como Jacobs (2011); Soto (1987), Vargas (2001), Lima (2011), Queiroga (2012), Cleps (2009).

⁴ Compras de caráter hedônicas, segundo Vargas (2009), são aquelas realizadas por impulso e lazer, inesperadamente.

AUTORES	CONTRIBUIÇÃO DAS ATIVIDADES COMERCIAIS TRANSITÓRIAS
Soto (1987)	- O trabalho e o comércio ambulante possuem papel intrínseco na existência das cidades, é nela que os sujeitos buscam formas de se reproduzirem economicamente e socialmente.
Jacobs (2011)	- A figura do comerciante é um elemento integrante do espaço da rua e da calçada. Seu papel vai muito além das responsabilidades comerciais. - O comerciante incentiva a tranquilidade e a ordem, sendo ótimos vigilantes das ruas quando estão em grande quantidade.
Cleps (2009)	- As mercadorias são mais acessíveis aos usuários tanto em relação ao preço como em relação ao local de venda. - O espaço urbano ocupado pelo comércio informal torna-se uma área coletiva cuja feição remete ao local de origem daquele que o utiliza para criar condições de sobrevivência. - O comércio informal desenvolve-se e dilui-se de acordo com as relações econômicas e sociais de determinados espaços.
Vargas (2001)	- O comércio, junto à calçada, conjugando as vias de circulação, incentiva o burburinho, o adensamento, o uso das esquinas, a diversidade porque as ruas são espaços públicos por excelência - Significativo para a população por contribuir na geração de emprego, sustento e renda.
Lima (2011)	- Os ambulantes estão ligados ao espaço público e contribuem por meio de sua atividade relacional socioeconômica, para a manutenção de energia vital das áreas centrais. - Podem ser considerados como integrantes do imaginário destas áreas.
Queiroga (2012)	- A presença de comércio informal nos logradouros públicos apresenta aspectos positivos e negativos, revelando-se uma alternativa de renda e trabalho que contribui para a esfera pública. - A atividade comercial é responsável pelo movimento de pessoas em áreas não centrais e motiva o convívio público.

Percebe-se que a contribuição da atividade comercial transitória está relacionada sobretudo ao favorecimento da oportunidade de trabalho e renda, a criação de espaços públicos mais ativos, a interação de pessoas, ao fomento da relação simbiótica e de pertencimento com o território, além de também contribuírem para a segurança pública. Como ponto vulnerável, as autoras Vargas (2018) e Cleps (2009) possuem visto semelhantes ao referirem-se as condições de informalidade desta tipologia de comércio, destacando como desvantagens: a evasão de impostos, a falta de garantia das mercadorias que estão sendo comercializadas, a falta de higiene e condições sanitárias, a desordem nas calçadas com acúmulo de lixo onde estão instaladas, e as apropriações, em alguns casos, indevidas dos espaços públicos.

Portanto, a comercialização realizada pelo “ambulante” é considerada por muitos autores como atividade anacrônica, ou seja, que se opõe à ordem natural e formal dos acontecimentos, desinteressante ou até mesmo perigosa (VARGAS, 2001).

Atividades comerciais transitórias e apropriações urbanas

As cidades estabelecem relações únicas e indispensáveis entre os espaços públicos e as pessoas que as ocupam. Nesse sentido, Toste (2017, p.13) destaca “os espaços públicos urbanos como fundamentais ao atendimento das demandas humanas de convivência e desenvolvimento social, os quais tendem a fomentar as diversas formas possíveis de apropriação do território urbano”.

O espaço público urbano enquanto cenário de apropriação das atividades comerciais transitórias, torna-se um espaço voltado para o coletivo, na medida em que proporciona uma relação entre o lugar apropriado e as pessoas que ali trabalham, consomem e circulam (CLEPS, 2009).

A relação entre o espaço público e as atividades comerciais guardam uma estreita junção e simbiose, pois entre elas ocorrem influências diretas na dinamização urbana e no processo de comercialização dos produtos, sendo o espaço público palco de encontro e contato das pessoas com o comércio (PORTO, 2018).

Essas apropriações manifestam uma transformação do território, mudanças que acontecem por meio do uso e ocupação do espaço público. São decorrentes de uma centralidade efêmera e dos espaços de experiências, possibilitando novas leituras dos espaços urbanos (LIMA, 2014). Com isso, o território em que elas atuam possui um cenário suscetível a transformação e mudanças diárias, de acordo com cada apropriação, tendo através disso uma paisagem diferente a cada ocasião.

A territorialidade é o acontecer de todas as atividades cotidianas, seja no espaço do trabalho, do lazer, na igreja, na família, na escola, etc., resultado e condição do processo de produção de cada território, de cada lugar; resultado e condição da dinâmica socioespacial (VALE; SAQUET; SANTOS, 2005, p. 7).

Para Galarge e Pettina (2020, p.15), as apropriações acontecem nos “espaços intermediários, entre fluxo e permanência, entre o projetado e o improvisado, em que a apropriação subjuga elementos funcionais do sistema ao status de suporte, possibilitam ações e condutas que geram uma vitalidade ao lugar”. Ou seja, as apropriações não possuem um espaço fixo e definido, ocorrem de acordo com as oportunidades e funções de cada espaço, principalmente os espaços livres de uso público, pois podem ser vivenciados e utilizados de diferentes formas: como passagem ou interação.

Apropriar-se então significa reconhecer a si mesmo no mundo, submetendo o espaço ao tempo vivido. O uso, a interação entre o indivíduo e o espaço, ao final de um intervalo de tempo, determina a familiaridade deste com o lugar. Dessa forma, o fenômeno da apropriação está apoiado na interação ativa do indivíduo ou grupo com o espaço e sua autoidentificação (GALARGE E PETTINA, 2020, pág.17).

Ao logo dos anos surgem novas formas de apropriações do espaço público, essas mudanças são decorrentes do que proporciona a qualidade de vida urbana e das novas demandas econômicas da sociedade (VARGAS, 2002). Nesse sentido, as atividades comerciais transitórias são consideradas apropriações uma vez que as pessoas utilizam ou interagem com o espaço, e por meio desse uso conseguem atender a uma demanda ou necessidade pessoal ou de outro indivíduo.



Figura 2: Apropriação urbana dos comerciantes ambulantes. Fonte: Acervo das autoras, 2021. (fotografada em visita ao bairro Itapuã, Vila Velha-ES).

Para Lima (2011, p.24), a “apropriação transitória” deve ser considerada como uma “significativa representatividade e considerável capacidade de criar interferências na paisagem e uso do espaço urbano; e, ainda, junto com outros elementos móveis, são os que promovem a dinâmica atual deste lugar”.

Lima (2011) enfatiza que as apropriações são decorrências de ações comportamentais tais como a circulação de pessoas nas ruas que são atraídas pelo comércio e lazer. Entretanto, há mudanças nesses comportamentos, induzidos pelo avanço da tecnologia, a privatização da vida e principalmente pela mudança do lugar de compra, passando da compra em lugares abertos para fechados e confinados, e isso traz como impacto a falta de sociabilização e utilização dos espaços públicos. Lima (2011, p. 59) também ressalta a falta de sociabilização e utilização dos espaços livres público “como de grande perda, já que o sistema de espaços públicos pode ser agregador de indivíduos e pode ajudar na conexão destes com a comunidade e com a natureza”.

Com isso, as atividades comerciais criam formas, usos e apropriações efêmeras através do dinamismo humano nos espaços urbanos. Assim, esses cenários urbanos constituídos por tais apropriações são selecionados, organizados, reorganizados e transformados diariamente, conforme demonstra as figuras 2 e 3 a seguir, expressando as relações socioeconômicas e culturais presentes no local (CLEPS, 2009).

Essa transformação dos espaços e da paisagem pela instalação do comércio ambulante, principalmente nos espaços de maior fluxo de pessoas, ocasiona segundo Cleps (2009), em novos espaços de vendas, com diferentes formas de consumo. A mudança da paisagem acometida pela atividade comercial transitória pode ser vista como elemento invasor que muda e camufla as belezas da cidade, mas ao mesmo tempo deve ser um espaço a ser absorvido e incorporado pois passa a ser um elemento do cotidiano urbano.

Assim sendo, a atividade comercial transitória pode ser caracterizada como uma atividade prevalecte dos logradouros públicos. Yázig (1994, p. 110), afirma que:

Por ser economia de rua, depende, como é natural, exclusivamente do espaço público. Deste ângulo, não pagam aluguéis, mas apenas taxas municipais, quando são legalizados. Nesta territorialidade, caracterizam-se ainda, em variados casos, por nomadismos: conforme o calendário de eventos, deslocam-se para onde há concentração



Figura 3 – Comerciantes ambulantes apropriando-se do espaço público das vagas de estacionamento. Fonte: Acervo da Autora, 2021. (fotografada em visita ao bairro Itapuã, Vila Velha-ES).

de pessoas, conforme o horário de entrada-saída: jogos de futebol, escolas etc. Em alguns casos, há continuidade noturna. Estes são os genuínos ambulantes.

Partindo do pressuposto de que os comerciantes ambulantes que ocupam as ruas tornam-se elementos que compõem os espaços públicos e a paisagem urbana, é preciso atentar para o que diz Jacobs (2011), que a rua é fundamental para a unificação das cidades, e esse espaço público é responsável por garantir que os bairros residenciais possuam experiências, hábitos, diferenças e conflitos.

Percepções sobre o comércio transitório

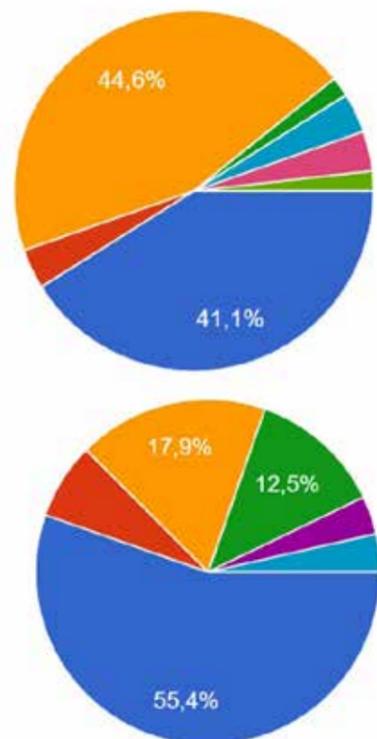
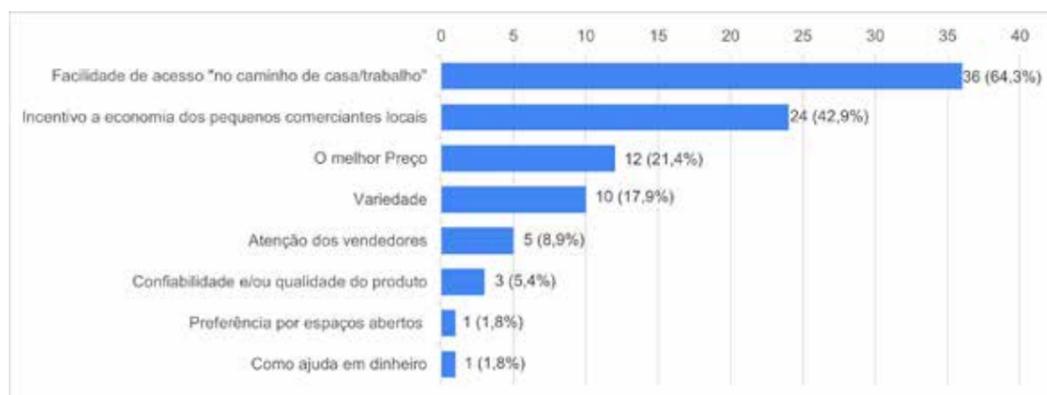
Como forma de compreender a relação da atividade comercial transitória com o espaço público, foi desenvolvido e aplicado uma pesquisa de opinião em formato de questionário, composto por perguntas que visavam compreender a percepção das pessoas em relação ao comércio transitório, as relações existentes, os tipos de produtos comercializados, bem como as dinâmicas urbanas proporcionadas. O formulário foi enviado e postado em redes sociais, por um período de uma semana e obteve um total de 68 respostas.

Para identificar a utilização dessa atividade comercial transitória foi questionado aos participantes, se faziam uso ou consumiam produtos comercializados por ambulantes nos espaços públicos. Foi verificado que cerca 82,4% fazem uso desse comércio, representando um percentual significativo dos entrevistados.

Nota-se, conforme representada na Figura 4, que as principais motivações para o consumo dos produtos ofertados pelo comércio transitório refere-se a facilidade de acesso e a localização estratégica desse comércio, situados próximos às residências ou no percurso até o trabalho. Tal observação corrobora as considerações das autoras Cleps (2009) e Vargas (2001; 2018) ao afirmarem que o comércio efêmero instala-se próximo a polos geradores de fluxos, em lugares oportunos e com grande movimentação de pessoas, diversidade de atividades e serviços.

Ainda dentre as motivações para o uso do comércio transitório, destaca-se a oportunidade de incentivar a economia local dos pequenos comerciantes, bem como o preço favorável, a qualidade dos produtos e a atenção dos vendedores. Em relação a esse último aspecto, Jacobs (2011) evoca a figura do comerciante e suas relações

Figura 4 – Principais motivos pra o consumo dos produtos vendidos por ambulantes. Fonte: Imagem gerada pelo Excel a partir de dados coletados na pesquisa, 2021. Figura 5 – Principais localizações de apropriações. Fonte: Imagem gerada pelo Excel a partir de dados coletados na pesquisa, 2021. Figura 6 – Categoria de produtos mais consumidos. Fonte: Imagem gerada pelo Excel a partir de dados coletados na pesquisa, 2021.



com o território. A função do comerciante vai além do ato de venda, é considerado um agente local que incentiva a tranquilidade e a ordem, sendo também vigilante das ruas, em especial, quando estão em grande quantidade.

Os espaços públicos como praças, parques, orlas, calçadas e esquinas das ruas dos bairros - próximos das residências ou trabalho - são os locais onde as pessoas mais costumam comprar ou consumir produtos provenientes do comércio transitório, conforme ilustrado na figura 5. Sobre a categoria de produtos mais consumidos (figura 6), o setor de alimentos prevalece, tendo como destaque os produtos dos gêneros alimentícios diversos, seguido dos alimentos prontos /fast food e o artesanato local.

A figura 7 ilustra a presença de atividades comerciais transitórias apropriando-se das esquinas, próximo a cruzamentos de vias - ora situadas na calçada, quando de pequeno porte, ora ocupando a vaga de estacionamento, quando se apresenta em maior escala. Nota-se também que os produtos comercializados são do gênero alimentício e que ambas apropriações acontecem sob uma proteção móvel providenciada pelo próprio comerciante e também se favorecem da sombra de uma árvore.



Figura 7 – Comerciante ambulante de menor porte apropriando-se da esquina (figura à esquerda) e comerciante ambulante de maior escala instalado na rua em frente ao condomínio (figura à direita). Fonte: Acervo da autora, 2021. Figura 8 – Resultado do questionamento de como o comércio ambulante na cidade é percebido. Fonte: Acervo da autora, 2021. Figura 9 – Principais motivos pelo qual as pessoas não consomem produtos vendidos pelos ambulantes. Fonte: Imagem gerada pelo Excel a partir de dados coletados na pesquisa, 2021.

A pesquisa ainda aponta que a maioria das pessoas considera positiva a presença dos ambulantes (figura 8). Evidencia que além do comércio transitório auxiliar na economia local e ser uma oportunidade de trabalho e renda para muitas famílias, também gera vitalidade urbana e vigilância das ruas, assim como aponta Jacobs (2011) ao enfatizar que o comércio, seja ele o espontâneo ou formal, possui influência na vigilância urbana e na vida da cidade. Entretanto, a pesquisa sinaliza que alguns consideram o comércio transitório prejudicial ao comércio formal e, em determinadas situações, uma barreira para a caminhabilidade já que alguns instalam-se nas calçadas e ocupam toda a faixa de circulação.

Em contrapartida, aqueles que responderam que não consomem produtos vendidos por ambulantes, justificaram suas respostas, destacando não confiarem na procedência, na higiene e na qualidade dos produtos (figura 9). Esses pontos apresentados também vão ao encontro das considerações expostas por Vargas (2001; 2018) e Cleps (2009) em suas pesquisas, ao apresentarem como principais vulnerabilidades as condições de informalidade do comércio transitório, a falta de garantia dos produtos, a evasão de impostos, as condições de trabalho, a falta de conservação dos produtos, a sujeira,

além da desordem e das formas indevidas de apropriação dos espaços públicos.

Considerações finais

A atividade comercial transitória apropria-se de territórios urbanos de forma estratégica e oportuna. Apresenta-se como uma atividade comercial acessível para as pessoas tanto no que se refere ao local de apropriação quanto ao valor dos produtos. Nota-se uma potencial contribuição das atividades comerciais transitórias no dinamismo urbano, a partir da interação entre comércio, espaço público e população. Enfatiza-se ainda o papel das atividades comerciais transitórias na geração de trabalho e renda para diversas várias famílias. As análises realizadas, baseada nas referências bibliográficas e na leitura dos dados obtidos no formulário de pesquisa de opinião, indicam a existência de uma aceitação e consumo dos produtos vendidos pelos comerciantes ambulantes. Além disso, há uma necessidade dessas atividades comerciais transitórias serem incluídas nas políticas públicas urbanas de ordenamento e planejamento do solo, visando uma relação mais harmoniosa entre usuário, espaço público e atividades comerciais, com boas práticas de desenho urbano, que além de incentivarem a implantação dessas apropriações, garantam segurança de todos (comerciante, consumidor e população) e maior controle territorial.

As atividades comerciais de caráter transitório, presentes desde a formação das cidades, mostram-se como elementos de destaque, que devem ser mais bem analisadas e compreendidas, pois traduzem e expressam uma realidade de novas demandas contemporâneas e necessidades urbanas. Percebe-se, portanto, a premência de reconhecer e analisar as funções e dinâmicas acometidas pelas atividades comerciais transitória que se apropriam dos espaços públicos. Espera-se com as reflexões apontadas enfatizar a relevância das atividades comerciais transitórias e como essas podem contribuir para as potencialidades locais e incentivar a urbanidade e as relações socioespaciais, em especial na escala da rua e do bairro.

Agradecimentos

Agradecemos à Universidade Vila Velha, ao grupo de Pesquisa “Paisagem urbana e Inclusão” e à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santos (FAPES) através da bolsa PROCAP 2021 – ME.

Referências

- BRASIL. Lei nº 2.041 de fevereiro de 1940- que regula o exercício do comércio ambulante. 1940.
- CLEPS, Geisa Daise Gumiero. *Comércio informal e a produção do espaço urbano em Uberlândia (mg)*. Sociedade & Natureza, Uberlândia, 21 (3): 327-339, dez. 2009.
- COLCHETE FILHO, A.; BRAIDA, F.; CARDOSO, C. F. *Cidade e comércio: relações em Juiz de Fora, Minas Gerais*. Oculum Ensaios, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 155–165, 2014. DOI: 10.24220/2318-0919v11n1a2288. Disponível em: <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/oculum/article/view/2288>. Acesso em: 7 jun. 2022.
- EDELWEISS, Roberta Krahe; GARZON, Mauricio Ricardo Cabas. *A resignificação do espaço público de Porto Alegre a partir da apropriação efêmera da cidade*. Revista Prumo, [S.l.], v. 2, n. 3, July 2017. ISSN 2446-7340. Disponível em: <<http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaprumo/article/view/368>>. Acesso em: 27 mar. 2022.

puc-rio.br/index.php/revistaprumo/article/view/368>. Acesso em: 27 mar. 2022.

GALARCE, Fernando Esposito; PETTENA, Amanda Senna. *Arquitetura efêmera e insurgência urbana. estratégias de apropriação do comércio ambulante nos espaços intersticiais do brt transoeste, Rio de Janeiro*. Arq. sur, Concepción, v. 38, n. 57, p. 108-127, jul. 2020. Disponível em <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S07194662020000100108&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 11 dez. 2021. <http://dx.doi.org/10.22320/07196466.2020.38.057.06>.

GEHL, Jan. *Cidade para Pessoas*. São Paulo: Perspectiva. 2014.

HOLANDA, Frederico de. *O espaço de exceção*. Editora UnB, 2002.

JACOBS, J. *Morte e vida de grandes cidades*. 3ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

LIMA, Glaucio Coutinho de. *Apropriações transitórias do espaço público: a paisagem e os ambulantes no Centro de Vitória, ES*. 2011. 178 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes.

LYNCH, K. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MARTINHO, Ana Sofia Pacheco. *A gastronomia como ferramenta para uma cidade criativa*. Projeto de uma cooking factory. Tese de Mestrado, Lisboa, 2012.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. *A metrópole pós-moderna como centro de consumo: notas sobre São Paulo (Brasil) e Lisboa (Portugal)*. Estudos Geográficos, Rio Claro, v. 6(1), p.101 -117, 2007.

PAMPLONA, João Batista. *Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo*. R. bras. Est. Pop., Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 225-249, jan./jun. 2013.

PORTO, Livia maria goncalves. *Comércio de rua e sustentabilidade na cidade de fortaleza: quadrilátero da aldeota* ' 26/03/2018 107 f. Mestrado em ARQUITETURA E URBANISMO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE, São Paulo Biblioteca Depositária: Biblioteca Central George Alexander.

PROJECT FOR PUBLIC SPACES. “*Como avaliar a qualidade de um espaço público?*” [What Makes a Great Public Place?] 16 Abr 2019. ArchDaily Brasil. (Trad. Libardoni, Vinicius) Acessado 27 Mar 2022. <<https://www.archdaily.com.br/br/915132/como-avaliar-a-qualidade-de-um-espaco-publico>> ISSN 0719-8906

QUEIROGA, Eugenio Fernandes. *Dimensões públicas do espaço contemporâneo: resistências e transformações de territórios, paisagens e lugares urbanos brasileiros*. 2012. 284 p. Tese (Livre docência - Área de concentração: Paisagem e Ambiente) - FAUUSP

ROCHA, A. L. C. da; ECKERT, C. *Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana*. RUA, Campinas, SP, v. 9, n. 1, p. 101–127, 2015. DOI: 10.20396/rua.v9i1.8640752. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8640752>. Acesso em: 4 mar. 2022.

SACK, R. *Human Territoriality: its theory e history*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SAQUET, M. A. *Os tempos e os territórios da colonização italiana: o desenvolvimento*

econômico na Colônia Silveira Martins (RS). Porto Alegre: Edições EST, 2003.

SAQUET, M. A. *O território: diferentes interpretações na literatura italiana*. In; RIBAS, A. D.; SPOSITO E. S.; SAQUET, M. A. (orgs.) *Território e desenvolvimento: diferentes abordagens*. Francisco Beltrão: Unioeste, 2004. p.121-147.

SOTO, Hernando. *Economia Subterranea – uma análise da realidade peruana / Hernando de Soto, em colaboração com Enrique Ghersi, Mario Ghibellini e o Instituto Libertad y Democracia (IDL); prólogo Mario Vargas Lhosa: tradução Gilson Schwartz*. - Rio de Janeiro: Globo, 1987.

SPECK, Jeff. *Cidade Caminhável*. São Paulo: Perspectiva. 2017.

TOSTES, Taís Rodrigues de Souza. *Territorialidades no espaço público urbano: uma análise de praças na cidade de Vitória (es)*. 2017. 99 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes.

VALE, A. L. F.; SAQUET, M. A.; SANTOS, R. A. dos. *O território: diferentes abordagens e conceito-chave para a compreensão da migração*. Revista Faz Ciência, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 11, 2005. DOI: 10.48075/rfc.v7i1.7380. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/7380>. Acesso em: 12 maio. 2022.

VARGAS, Heliana Comin. *Espaço terciário: O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. 1 ed. São Paulo: Senac, 2001.

VARGAS, Heliana Comin. *O comércio e os serviços varejistas: principais agentes e sua inserção urbana*. GEOUSP, São Paulo, v. 8, p. 77-88, 2000.

VARGAS, Heliana Comin. *Do espaço da troca ao espaço do consumo: a permanência do local frente ao global*. Im: CONGRESSO INTERNACIONAL DE AMERICANISTAS: A Arquitetura 106 nas Américas: câmbios e continuidades da centralidade e estrutura da forma urbana, 53., 2009, México. Anais... México, 2009.

VARGAS, Heliana Comin. *A localização comercial não se define por “decreto”*. “Post” em site LabCom: Laboratório de comércio e cidade. 2015.

VARGAS, Heliana Comin. *Troca, comércio e consumo: congestionamento e vitalidade, uma via de mão única*. “Post” em site LabCom: Laboratório de comércio e cidade. 2015.

VARGAS, Heliana Comin. *Espaço terciário: O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. 2 ed. Editora Manole 2018.

VARGAS, H. C.; BOTTURA, R. A. *Transgressões do terciário em Palmas (TO, Brasil): da subversão do projeto ao amparo da lei*. Oculum Ensaios, v. 18, e214846, 2021. <https://doi.org/10.24220/2318-0919v18e2021a4846>

VIEIRA, Mariana Dias. *A Influência das atividades comerciais no sistema de espaços livres urbanos: O caso da centralidade de Madureira - RJ/ Mariana Dias Vieira*. - Rio de Janeiro: UFRJ /FAU, 2008.

VILA VELHA. *Lei nº 5.406, de 04 de fevereiro de 2013 do município de Vila Velha - que institui o Código Municipal de Posturas denominado como Código de Controle de Posturas e de Atividades Urbana*. 2013.

VILA VELHA, Decreto Nº 130 de 05 de outubro de 2017 do município de Vila Velha- que dispõe sobre a regulamentação para a exploração das atividades econômicas em logradouro público em Vila Velha.2017.

YÁZIGI, E. *O Mundo das Calçadas – Por uma política de espaços públicos em São Paulo*. Livre Docência (Tese), São Paulo, FFLCH/USP, 1997.