

OS EFEITOS DA GLOBALIZAÇÃO NO COMÉRCIO

O CASO DA RUA DE SANTA CATARINA, PORTO

ISABELA CANÇADO FIUZA

Dissertação submetida para satisfação parcial dos requisitos do grau de
MESTRE EM PLANEAMENTO E PROJETO URBANO


Orientadora: Professora Doutora Teresa Manuel Almeida Calix Augusto

OUTUBRO DE 2020

MESTRADO EM PLANEAMENTO E PROJETO URBANO 2019/2020

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA CIVIL

Tel. +351-22-508 1901

Fax +351-22-508 1446

✉ mppu@fe.up.pt

Editado por

FACULDADE DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO

Rua Dr. Roberto Frias

4200-465 PORTO

Portugal

Tel. +351-22-508 1400

Fax +351-22-508 1440

✉ feup@fe.up.pt

🌐 <http://www.fe.up.pt>

Reproduções parciais deste documento serão autorizadas na condição que seja mencionado o Autor e feita referência a *Mestrado em Planeamento e Projeto Urbano - 2019/2020 - Departamento de Engenharia Civil, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2020*.

As opiniões e informações incluídas neste documento representam unicamente o ponto de vista do respetivo Autor, não podendo o Editor aceitar qualquer responsabilidade legal ou outra em relação a erros ou omissões que possam existir.

Este documento foi produzido a partir de versão eletrônica fornecida pelo respetivo Autor.

Este documento foi produzido em português do Brasil.

Aos meus pais e minha madrinha

*A vida é para quem é corajoso o suficiente para se arriscar e
humilde o bastante para aprender*

Clarice Lispector

AGRADECIMENTOS

O meu profundo agradecimento e reconhecimento a todos que contribuíram, de alguma maneira, na trajetória de desenvolvimento da presente dissertação e que tornaram possível alcançar os resultados desejados.

Em primeiro lugar, não posso deixar de agradecer a minha orientadora, Professora Doutora Teresa Manuel Almeida Calix Augusto, por todas as análises críticas, ensinamentos e conhecimentos partilhados ao longo da pesquisa.

Desejo igualmente agradecer a Professora Doutora Vera Lúcia Cançado Lima, que também é minha madrinha, pela disponibilidade, generosidade e estímulo em todas as conversas, direcionamentos e correções, que tanto enriqueceram a investigação. Além, claro, de agradecer a paciência, torcida e carinho de sempre.

Aos colegas de mestrado pelas experiências, aprendizados, angústias e alegrias divididas no decorrer de todo curso. Em especial à Nay, Ju, Du, Lo, Marana, Filipe, Ana, Bê e Maria pela amizade e por serem minha família no Porto.

Aos meus pais, Heloiza e Guilherme, minha eterna gratidão pelo apoio incondicional, não apenas na execução desta dissertação, mas na vida. Obrigada pela dedicação, pela educação, pela compreensão e pelo amor. Obrigada por tudo e por tanto!

Por fim, mas não menos importante, agradeço aos meus queridos amigos e familiares que, de perto ou de longe, me incentivaram e tornaram mais leve e divertida esta trabalhosa jornada.

RESUMO

Nas últimas quatro décadas, grande parte das transformações ocorridas no comércio e no espaço urbano podem ser atribuídas à globalização, fenômeno que integra o mundo, encurtando as distâncias e o tempo. Seu caráter multidirecional justifica a abrangência de outros processos transnacionais e as teorias mais recentes evoluem para conceitos de glocalização e grobalização, aliados à difusão de algo ou à propagação do nada.

Com a constante evolução e expansão da globalização, as cidades tornaram-se palco da multiplicação de espaços urbanos de consumo e de lazer. As ruas comerciais precisaram se adaptar para atender as necessidades e desejos dos consumidores capitalistas. Esta é uma problemática presente no Porto, sendo a rua de Santa Catarina uma das artérias mais emblemáticas e antigas da cidade, com longa tradição e vocação comercial, foi selecionada como objeto de estudo.

Questiona-se sobre os impactos da globalização nesta rua, seja em termos da dinamização por parte das marcas, da influência de homogeneização do espaço urbano e de respostas que possam tender para a glocalização e/ou grobalização. Assim, o objetivo principal desta dissertação foi identificar os efeitos do fenômeno da globalização na rua de Santa Catarina.

Como metodologia da pesquisa foram utilizadas as estratégias de revisão de literatura e de estudo de caso, nas quais os dados foram coletados por meio de fontes bibliográficas e documentais, além da visita em campo.

O contexto histórico da rua revelou momentos diferenciados de declínios e revitalizações, que acompanham e refletem o progresso da globalização e seus movimentos globais e locais.

Atualmente, a globalização tornou a rua de Santa Catarina mais competitiva comercialmente, devido à maior oferta de produtos, estabelecimentos, transportes públicos e estacionamento; em contrapartida, são mais frequentes as reabilitações “maquiadas” que visam o lucro e descaracterizam o patrimônio histórico existente. Ficou clara a bipolaridade entre o global e o local, pois ao categorizar os estabelecimentos em relação ao alcance geográfico das marcas percebeu-se que existem maior número de lojas locais, porém as lojas globais têm maior representatividade de estrutura física. Observou-se que certas marcas globais, dinamizadoras do espaço urbano, se repetem sistematicamente em outras vias pedonais europeias, indicando falta de especificidade e prejuízo da identidade das cidades. E ao aplicar a teoria de Ritzer sobre a “globalização de nada”, constatou-se que a maior parte das marcas se enquadra nos conceitos de glocalização de algo e grobalização de nada.

Como consideração final, concluiu-se que tanto o comércio quanto o espaço urbano podem “sobreviver” e se beneficiar com os efeitos provocados pela globalização, desde que haja equilíbrio. É preciso usufruir das vantagens do global, sem que o valor do local seja subjugado.

PALAVRAS-CHAVE: Globalização; Glocalização; Grobalização; Comércio; Espaço Urbano; Rua de Santa Catarina.

ABSTRACT

Over the past four decades, many of the transformations that occurred in commerce and in the urban space can be attributed to globalization. Globalization is a phenomenon that integrates the world, shortening distances and time. Its multidirectional character justifies the scope of other transnational processes and the most recent theories have evolved into concepts of glocalization and grobalization, together with the diffusion of something or the propagation of nothing.

With the constant evolution and expansion of globalization, cities become the stage for the multiplication of urban spaces for consumption and leisure. Commercial streets had to be adapted to meet the needs and desires of capitalist consumers. This is a problem present in Porto, with Santa Catarina Street being one of the most emblematic and oldest arteries in the city, with a long tradition and commercial vocation, it was selected as an object of study.

It is inquired about the impacts of globalization on this street, whether in terms of dynamism by the brands, the influence of homogenization of urban space and responses that may tend to glocalization and/or grobalization. Thus, the main objective of this dissertation was to identify the effects of the phenomenon of globalization on Santa Catarina Street.

As a research methodology, were used the strategies of literature review and case study, in which data were collected through bibliographic and documentary sources, in addition to the field visit.

The historical context of the street revealed different moments of decline and revitalization, which follow and reflect the progress of globalization and its global and local movements.

Nowadays, globalization has made the Santa Catarina Street more commercially competitive, due to the greater offer of products, establishments, public transport and parking; in contrast, the “make-up” rehabilitations that aim at profit and mischaracterize the existing historical heritage are more frequent. It was clear the bipolarity between the global and the local, because when categorizing the establishments in relation to the geographic reach of the brands, it was noticed that there are a greater number of local stores, but global stores have a greater representation of physical structure. It was observed that certain global brands, which dynamize the urban space, are repeated systematically in other European pedestrian streets, indicating a lack of specificity and damaging the identity of cities. And when applying the Ritzer theory about the “globalization of nothing”, it was found that most brands fall under the concepts of glocalization of something and grobalization of nothing.

As a final consideration, it was argued that both commerce and urban space can “survive” and benefit from the effects of globalization, as long as there is balance. It is necessary to take advantage of the global, without subjugating the value of the local.

KEYWORDS: Globalization; Glocalization; Grobalization; Trade; Urban Space; Santa Catarina Street.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	i
RESUMO	iii
ABSTRACT	v
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 ENQUADRAMENTO DA PROBLEMÁTICA E MOTIVAÇÃO	1
1.2 OBJETIVO	3
1.3 METODOLOGIA	3
1.4 ESTRUTURA.....	4
2. GLOBALIZAÇÃO	7
2.1 EVOLUÇÃO E CARACTERÍSTICAS	7
2.2 A GLOBALIZAÇÃO E O COMÉRCIO	10
2.3 A GLOBALIZAÇÃO E O ESPAÇO URBANO	15
2.4 RELAÇÃO ENTRE GLOBAL E LOCAL.....	19
3. RUA DE SANTA CATARINA	25
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA RUA.....	25
3.1.1 CONTEXTO HISTÓRICO	25
3.1.2 ÁREA DE ENQUADRAMENTO	38
3.1.3 ÁREA DE ESTUDO.....	43
3.2 CATEGORIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS.....	57
3.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	66
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Elementos principais da Glocalização e Grobalização	21
Figura 2 – <i>Continuum</i> de Algo – Nada e suas categorias de análise	22
Figura 3 – Interseção entre o <i>continuum</i> de Glocal – Grobal e Algo – Nada	23
Figura 4 – Imagens da rua de Santa Catarina em diversas décadas	28
Figura 5 – Gráfico da população residente nos municípios e na área metropolitana do Porto	30
Figura 6 – Mapa de delimitação da ACRRU, ZIP e Centro Histórico do Porto	32
Figura 7 – Mapa de conversão da ZIP em ARUs	34
Figura 8 – Mapa das novas delimitações das ARUs	36
Figura 9 – Mapa de delimitação da Área de Enquadramento	39
Figura 10 – Mapas da Área de Enquadramento: Qualificação do Solo (cima) Imóveis Classificados (esquerda) Bens Patrimoniais (direita)	41
Figura 11 – Mapa de elementos comerciais da Área de Enquadramento	42
Figura 12 – Mapa de delimitação da Área de Estudo	44
Figura 13 – Mapa de qualificação do solo da Área de Estudo	48
Figura 14 – Mapa do património da Área de Estudo	50
Figura 15 – Imagens antigas e atuais de estabelecimentos com valores patrimoniais da Área de Estudo	52
Figura 16 – Edifício que abrigou a marca Bruxelas em obras de reabilitação	53
Figura 17 – Mapa de acessibilidade e mobilidade da Área de Estudo	55
Figura 18 – Mapa de categorização dos estabelecimentos da Área de Estudo	59
Figura 19 – Gráficos de categorização dos estabelecimentos da Área de Estudo	61
Figura 20 – Imagens das ruas analisadas e de estabelecimentos globais que se repetem	63
Figura 21 – Mapa e gráfico das atividades comerciais dos estabelecimentos da Área de Estudo	65
Figura 22 – Gráficos de categorização das atividades comerciais mais representativas da Área de Estudo	66
Figura 23 – Interseção entre o <i>continuum</i> de Glocal – Grobal e Algo – Nada adaptado ao comércio da Área de Estudo	70

SÍMBOLOS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

ACRRU – Área Crítica de Recuperação e Reconversão Urbanística

AMP – Área Metropolitana do Porto

APEC – *Asia-Pacific Economic Cooperation* ou Cooperação Económica Ásia-Pacífico

ARU – Área de Reabilitação Urbana

ANSR – Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária

CMP – Câmara Municipal do Porto

DGPC – Direção-Geral do Património Cultural

FMI – Fundo Monetário Internacional

GATT – *General Agreement on Tariffs and Trade* ou Acordo Geral de Tarifas e Comércio

IHRU – Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana

INE – Instituto Nacional de Estatística

MERCOSUL - Mercado Comum do Sul

NAFTA – *North American Free Trade Agreement* ou Tratado Norte-Americano de Livre Comércio

OMC – Organização Mundial do Comércio

ORU – Operação de Reabilitação Urbana

PDMP – Plano Diretor Municipal do Porto

RJRU – Regime Jurídico da Reabilitação Urbana

RNB – Rendimento Nacional Bruto

SIR – Sistema de Informação Residencial

SRU – Sociedade de Reabilitação Urbana

VCI – Via de Cintura Interna

ZIP – Zona de Intervenção Prioritária

KM/H – Quilómetro por hora

KM² – Quilómetro quadrado

1

INTRODUÇÃO

1.1 ENQUADRAMENTO DA PROBLEMÁTICA E MOTIVAÇÃO

Ao longo da história, o comércio exerceu, e continua a exercer, papel fundamental nas cidades, seja na dimensão econômica, social ou cultural. Desde os primórdios das civilizações, as práticas comerciais e os espaços urbanos estão interligados e se relacionam intimamente, visto que o florescimento da vida urbana não seria possível sem a presença das trocas. Além das atividades econômicas, o comércio envolve diferentes disciplinas, como o planejamento urbano, a arquitetura e o patrimônio histórico cultural, e afeta diretamente a organização, movimentação e vivacidade dos espaços urbanos (Barata Salgueiro & Cachinho, 2009). Nas últimas quatro décadas, grande parte das transformações ocorridas no comércio e no espaço urbano podem ser atribuídas ao fenômeno da globalização.

A globalização pode ser definida como um processo complexo, no qual ocorre a integração mundial e o encurtamento das distâncias e do tempo (Held & McGrew, 2001, p. 11). As inovações tecnológicas dos sistemas de comunicação e de transportes facilitaram e intensificaram os fluxos de capitais, serviços, produtos, pessoas, conhecimentos e transações financeiras, contribuindo para o desenvolvimento da era globalizada atual e do capitalismo informacional (Castells, 1999). No que tange aos efeitos causados pelo fenômeno, as discussões indicam dicotomia e que os resultados podem ser, ao mesmo tempo, positivos e negativos (Castells, 2006; Eriksen, 2014; Giddens, 2000).

A dimensão econômica não é a única, como já mencionado, mas é uma das mais relevantes quando se trata de globalização, sendo o comércio internacional um dos seus princípios fundamentais (Castells, 2006; James & Gills, 2007) e também principal responsável pelo aumento da interconectividade entre os países (Castells, 1999). A formação dos blocos econômicos, por exemplo a União Europeia (Castells, 1999); a concentração de poder por parte das empresas multinacionais e transnacionais; e o surgimento da sociedade de consumo (Sousa Santos, 2001; 2002), são características marcantes da economia global. Baseadas no neoliberalismo, que busca maior

produtividade, competitividade e lucratividade, as estratégias de liberação de mercado, desregulamentação das atividades econômicas e privatização de companhias estatais (Ianni, 1998) foram agentes da alteração da forma de produção e de consumo, ambas estimuladas pelo sistema capitalista, transformando a economia em cultura (Sousa Santos, 2002) e o comércio em lazer (Barata Salgueiro & Cachinho, 2009).

Além de influenciar o comércio, a globalização econômica condiciona o modo como o espaço urbano é planejado, produzido e vivenciado. As mudanças de hábitos e estilos de vida, aliadas às novas tecnologias e melhorias de infraestrutura, impulsionam o aparecimento de novas centralidades (Harvey, 1990). As cidades, elementos essenciais para reprodução do social e do capital (Harvey, 2011; Santos, 2002; Sassen, 2000), passam a competir entre si e transformam, analogicamente, os espaços urbanos em mercadorias e os governos em empresas (Canettieri, 2017). Neste contexto, o empresariamento e o marketing urbano (Harvey, 1996) buscam a reinvenção da imagem e “venda” das cidades, principalmente, através de políticas de renovação do espaço urbano e de empreendimentos imobiliários especulativos de colaboração público-privada (Botelho, 2004). Assim, os espaços urbanos, produtos de consumo e espetáculo (Werneck Lima, 2004), obedecendo as lógicas de produção e propósitos capitalistas, tornam-se homogêneos e resultam na simplificação da identidade das cidades (Teobaldo, 2010).

Com alcance diversificado e interferência nos mais variados campos da sociedade, a globalização se manifesta simultaneamente nos contextos local e global, evidenciando a relação intrínseca entre eles (Giddens, 1991). Enquanto o local está associado ao conceito de localidade, seja de uma realidade concreta ou abstrata (Robertson, 2012), o global representa a extensão do local para além desta localidade (Sousa Santos, 2001). O caráter multidirecional da globalização justifica a abrangência de outros processos transnacionais e as teorias mais recentes evoluem para conceitos como o da glocalização, que reflete a integração do global e do local, e o da grobalização, traduzindo a imposição do global sobre o local. É possível perceber que a grobalização tende para a propagação do nada, formas sociais centralmente concebidas e controladas, que produzem conteúdos isentos de distintividade; ao passo que a glocalização difunde algo, formas sociais localmente concebidas e controladas, que produzem conteúdos mais distintivos (Ritzer, 2003a; 2003b; 2004; 2007).

Com a constante evolução e expansão da globalização, as cidades, principalmente na Europa, se tornam palco da multiplicação de espaços urbanos de consumo e de lazer. As ruas comerciais, onde outrora estavam inseridos apenas estabelecimentos tradicionais, passam por transformações, buscando atender às necessidades e desejos do novo público consumidor capitalista (Rocha & Fernandes, 2009). Esta é uma problemática presente no Porto e para o desenvolvimento desta dissertação seleciona-se como objeto de estudo a rua de Santa Catarina, por se tratar de uma das

artérias mais antigas da cidade (Câmara Municipal do Porto, 2018c), com longa tradição e vocação comercial e amplamente importante no contexto urbano, seja em termos históricos, econômicos, sociais ou culturais. Questiona-se os efeitos da globalização nesta rua, seja em termos da dinamização por parte das marcas, da influência de homogeneização do espaço urbano e de respostas que possam tender para a glocalização e/ou globalização.

1.2 OBJETIVO

Tendo em vista a pertinência da temática apresentada, principalmente na reflexão acerca das cidades europeias, e a relevância da rua de Santa Catarina como uma das artérias comerciais com maior destaque na cidade do Porto e na região norte de Portugal, a presente dissertação tem como objetivo principal identificar quais são os efeitos do fenômeno da globalização na rua em questão.

Considerando o espaço urbano em que a via se encontra inserida e o comércio nela presente, os objetivos secundários e específicos para desenvolvimento do trabalho são:

- I. Sintetizar a ampla bibliografia existente de forma a compreender o fenômeno da globalização e suas implicações no comércio e no espaço urbano em diversas cidades;
- II. Caracterizar a rua de Santa Catarina e suas envolventes imediatas de forma a compreender as qualidades do espaço urbano comercial;
- III. Categorizar os estabelecimentos comerciais da rua de Santa Catarina em relação ao alcance geográfico das marcas.

1.3 METODOLOGIA

A metodologia aplicada no desenvolvimento da presente dissertação é dividida em duas grandes abordagens. Enquanto a primeira foca em uma perspectiva teórica, apresentando a revisão de literatura acerca da globalização, a segunda trata da pesquisa empírica realizada na rua de Santa Catarina como objeto de estudo de caso.

Segundo Merriam (1998), a revisão de literatura narra de maneira sintetizada e crítica as teorias e os pensamentos mais relevantes sobre um determinado tema, sendo uma etapa fundamental, que modela e destaca os principais pontos de uma pesquisa. Seguindo esta lógica, o trabalho recorre a fontes bibliográficas, como artigos científicos e livros, para o reconhecimento das questões essenciais que estão em debate no que toca a problemática da globalização e seus consequentes impactos no comércio e no espaço urbano.

A utilização do estudo de caso como estratégia de pesquisa é defendida por Yin (2001, p. 32), que o define como uma forma distintiva de investigação empírica de “um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos”. Na medida que o objetivo deste trabalho é a identificação dos efeitos produzidos pela globalização a partir da observação direta do cenário concreto da rua de Santa Catarina, torna-se adequado o uso de tal estratégia. Para o levantamento de dados recorre-se a fontes bibliográficas e documentais, como artigos, relatórios técnicos, planos municipais, mapas e arquivos fotográficos, e também a visita em campo, que permite acesso a informações e fotografias atualizadas do objeto de estudo. Estes dados possibilitam a leitura circunstancial da rua de Santa Catarina, com algumas notas comparativas, e o entendimento de sua dimensão histórica, de suas características físicas, de ocupação e utilização, auxiliando na percepção e descrição do território.

Pela dificuldade de acesso a alguns estudos e fontes bibliográficas científicas, dada a sua pertinência para o assunto tratado, são consideradas as informações e citadas no trabalho algumas fontes menos científicas, como reportagens, sites e texto de revistas específicas. Ademais, fazem parte desta dissertação, ainda que não explicitamente, os conhecimentos e conteúdos adquiridos pela autora ao longo da vida acadêmica.

1.4 ESTRUTURA

A presente dissertação se encontra estruturada em quatro capítulos, incluindo este primeiro de introdução, que emoldura as análises em torno da globalização, apresenta a problemática e a motivação do tema, os objetivos do trabalho, a metodologia utilizada e a estruturação dos capítulos.

No segundo capítulo apresenta-se a revisão de literatura, que sintetiza a teoria sobre a temática da globalização, dividido em quatro seções: a evolução e características do fenômeno, a relação entre o global e o local e seus subsequentes efeitos no comércio e no espaço urbano.

Já o terceiro capítulo é dedicado ao estudo de caso, no qual se apresenta a rua de Santa Catarina como objeto da investigação. Distribuído em três seções, exhibe a caracterização da rua e discorre sobre seu contexto histórico e físico, desenvolve a categorização dos estabelecimentos em relação ao alcance geográfico das marcas e retrata a discussão entre os princípios conceituais e os resultados práticos alcançados.

No quarto e último capítulo são expostas as considerações finais, identificando os efeitos mais significativos provocados pela globalização na rua de Santa Catarina. Traz ainda recomendações e

sugestões para novos estudos que exponham ideias complementares em torno do assunto tratado, através de acontecimentos atuais e diferentes óticas.

2

GLOBALIZAÇÃO

O presente capítulo apresenta a revisão de literatura em torno da temática da globalização e dos efeitos que esta produz no comércio e na consequente produção do espaço urbano. A primeira seção pretende compreender sua origem e evolução, passando pela conceituação, agentes e principais características apontadas pelos relevantes teóricos. As duas seções seguintes são focadas nas implicações da globalização no cenário do comércio e no espaço urbano. E a última seção finaliza com abordagens sobre a relação entre as dimensões global e local.

2.1 EVOLUÇÃO E CARACTERÍSTICAS

O termo globalização e seus conceitos são relativamente recentes, raramente utilizados antes da década de 1990, o que não significa que o processo em si não tenha acontecido ou não tenha sido tema de discussões em épocas anteriores (Eriksen, 2014; James & Steger, 2014).

Apesar de não existir uma unanimidade em torno de sua exata origem, autores como Bishop et al. (2011, p. 118), Hobsbawm (2000, p. 71) e Porto-Gonçalves (2006, p. 1) acreditam que a globalização se inicia assim que começam as interconexões no mundo, no chamando período mercantilista dos séculos XV e XVI, com a expansão marítimo-comercial europeia e o surgimento do sistema capitalista.

Com o passar dos anos a expansão colonial, o aumento das trocas comerciais, o desenvolvimento industrial e as transformações tecnológicas provocam gradativa ascensão da globalização. Contudo, apenas nas últimas décadas do século XX, com o progresso do neoliberalismo, o fim da Guerra Fria, que causa a dissolução do conflito entre Estados Unidos e União Soviética, e a queda do Muro de Berlim, fatos que quebram o sistema bipolar e parecem unificar o mundo, é que a globalização se consolida, intensificando o interesse público pelo fenômeno e banalizando o uso da própria palavra.

Outros especialistas apontam este período como embrionário no processo da globalização (Eriksen, 2014; Giddens, 2000; Held & McGrew, 2001; Robertson, 1992; Santos, 2000).

Assim como sua origem, o conceito de globalização tampouco é tratado de maneira consensual pelos estudiosos e é um assunto amplamente discutido nas mais diversas áreas de conhecimento, seja em Ciências Sociais, Geografia, Urbanismo, Economia, História, Filosofia, entre outras.

Para o sociólogo britânico Roland Robertson, teórico pioneiro da globalização, o conceito do processo “refere-se tanto à compressão do mundo quanto à intensificação da consciência do mundo como um todo” (Robertson, 1992, p. 8, tradução nossa). A teoria da compressão espaço-tempo é difundida, principalmente, pelo geógrafo social David Harvey, que acredita que o mundo está encolhendo e se transformando em uma aldeia global e que esta experiência pode ser “desafiadora, emocionante, estressante e, às vezes, profundamente perturbadora, capaz de provocar, portanto, uma diversidade de respostas sociais, culturais e políticas” (Harvey, 1990, p. 240, tradução nossa). Seguindo a mesma linha de pensamento, o historiador Eric Hobsbawm compara a globalização com um “mundo visto como um conjunto único de atividades interconectadas que não são estorvadas pelas fronteiras locais” (Hobsbawm, 2007, p. 10). Já o cientista político Anthony McGrew enxerga a globalização como um processo maior do que o simples aumento das conexões e define que para este acontecer é necessária “uma mudança ou transformação fundamental na escala espacial da organização social humana que liga comunidades distantes e expande o alcance das relações de poder entre regiões e continentes” (McGrew, 1992, p. 19, tradução nossa). O professor de economia português Boaventura Sousa Santos acrescenta que por se tratar de um “fenômeno multifacetado com dimensões econômicas, sociais, políticas, culturais, religiosas e jurídicas interligadas de modo complexo” (Sousa Santos, 2001, p. 32) é apropriado que os debates e os estudos acerca da globalização levem em consideração todas estas áreas e não reduzam a atenção a apenas uma delas.

Mesmo sem uma definição única e universal, é possível chegar em um ponto de convergência das ideologias dos principais autores, que entendem a globalização como um processo complexo, não apenas uma ocasião isolada, que envolve diversas dimensões, no qual ocorre a integração mundial e interdependência entre os países, encurtando as distâncias e o tempo (Held & McGrew, 2001, p. 11).

Não acho que seja possível identificar a globalização apenas com a criação da economia global, embora este seja seu ponto focal e sua característica mais óbvia. Precisamos olhar para além da economia. Antes de tudo, a globalização depende da eliminação de obstáculos técnicos, não de obstáculos econômicos. Ela resulta da abolição da distância e do tempo. Por exemplo, teria sido impossível considerar o mundo como uma unidade antes de ele ter sido circunavegado no início do século XVI. Do mesmo modo, creio que os revolucionários avanços tecnológicos nos

transportes e nas comunicações desde o final da Segunda Guerra Mundial foram responsáveis pelas condições para que a economia alcançasse os níveis atuais de globalização (Hobsbawm, 2000, p. 71).

A Terceira Revolução Industrial, ou Revolução Técnico-Científica-Informacional, foi a principal responsável pelas transformações tecnológicas que tornam real o “capitalismo informacional” (Castells, 1999) e aceleram ainda mais o processo de globalização. Segundo o renomado geógrafo brasileiro Milton Santos a “sociedade opera no espaço geográfico por meio dos sistemas de comunicação e transportes” (Santos, 2002, p. 21), e estes possibilitam os fluxos intensos e rápidos de capitais, serviços, produtos, pessoas, conhecimentos e transações financeiras, contribuindo para a criação de uma nova rede geográfica e uma sociedade de informação. Santos (2002, p. 160) ressalta que “o meio técnico-científico-informacional é a cara geográfica da globalização”. Dentre estas inovações tecnológicas, o antropólogo norueguês Eriksen (2014, p. 4) destaca a internet, e seu crescimento exponencial, como fator imprescindível e potencializador da globalização, que muda a vida das pessoas.

Para uma compreensão mais assertiva desta nova rede geográfica e da sociedade de informação global, Santos (2000) propõe que se considere a “existência de pelo menos três mundos em um só”. O primeiro é o mundo da fantasia, no qual mostra “a globalização como fábula”, ou seja, interpreta a forma como este fenômeno é contado às pessoas, e expõe uma idealização em massa de um mundo unificado em que todos têm acesso aos benefícios da globalização, uma realidade editada. O segundo é o mundo real, como os fatos efetivamente ocorrem atualmente, onde “a globalização como perversidade” é resultado de um processo sistêmico injusto de competição, no qual o consumismo é incentivado e as diferenças são aprofundadas. E o terceiro é o mundo da esperança, no qual ele apresenta a globalização como possibilidade e, finalmente, explora a viabilidade de “uma outra globalização”, na qual a técnica e o conhecimento são utilizados para alcançar objetivos mais humanos.

Uma das características mais marcantes da globalização é o fato dela ser um processo que está em constante transformação, assim, percebe-se que “a globalização de hoje é bem diferente da do passado, porque se baseia na tecnologia da informação e comunicação, tornando irrelevantes as distâncias entre os países” (Castells, 2006, p. 60, tradução nossa). Segundo Giddens (1991), outro fator notável é que ela se manifesta simultaneamente nos cenários local e global, visto que tanto as práticas cotidianas podem ser afetadas por situações globais, quanto hábitos locais têm poder de influenciar o mundo como um todo.

A globalização pode, portanto, ser definida como a intensificação das relações sociais mundiais que vinculam localidades distantes de tal maneira que os acontecimentos locais são moldados por eventos que ocorrem a muitos quilômetros de distância e vice-versa (Giddens, 1991, p. 64, tradução nossa)

Os debates relativos aos efeitos da globalização são, quase sempre, dicotômicos e mostram que produzem, ao mesmo tempo, riquezas e pobreza, vencedores e perdedores. Apesar de, otimistamente, ser lembrada como responsável pelo acúmulo e difusão de conhecimento é duramente criticada por propiciar o aumento da desigualdade. Suas consequências não são inteiramente boas ou ruins, podendo gerar resultados positivos para uns, por exemplo no campo econômico, e repercussões negativas para outros, como acontece no meio ambiente (Castells, 2006; Eriksen, 2014; Giddens, 2000).

Sinteticamente, pode se afirmar que a globalização é um fenômeno de alcance diversificado, que interfere nas mais variadas dimensões que compõem uma sociedade, e, nem de longe, se apresenta como um processo linear. Seja qual for a dimensão, é perceptível a intrínseca relação e convivência entre o global e o local, porém, a intensidade e a maneira como a globalização atinge a vida dos indivíduos depende de inúmeros fatores, como a condição, o contexto e a região em que ela produz efeitos.

Para a presente dissertação importa conhecer com maior profundidade os contornos da globalização pertinentes ao comércio e à produção do espaço urbano, temas que serão tratados nas seções seguintes deste capítulo.

2.2 A GLOBALIZAÇÃO E O COMÉRCIO

A globalização não pode ser resumida à sua dimensão econômica, conforme já mencionado na seção 2.1, mas não há dúvidas sobre sua relevância no cenário contemporâneo e sobre sua influência no comércio, na produção capitalista e nas relações de mercado. A economia é, em sua essência, global, principalmente no que tange ao comércio mundial, que é um dos seus mais antigos e importantes fundamentos (Castells, 2006; James & Gills, 2007). Segundo Castells (1999, p. 147), “o comércio internacional é, historicamente, o elo principal entre as economias nacionais”.

As transformações mundiais que ocorrem no século XX são substanciais na trajetória de expansão do comércio e, por consequência, da própria globalização. No período pós-Segunda Guerra Mundial, o comércio internacional é caracterizado pela perda de potência da maior parte dos países europeus e pelo domínio dos Estados Unidos, que conseguem a imposição de um regime mais liberal.

Destacam-se as regulações contidas no acordo de Bretton Woods, conferência realizada em 1945 que resulta na criação dos atuais Banco Mundial e Fundo Monetário Internacional (FMI) (Sassen, 1991, p. 3). Poucos anos depois, em 1947, é institucionalizado o GATT (Acordo Geral de Tarifas e Comércio), primeira negociação multilateral com intuito de eliminar barreiras comerciais mundiais, inicialmente integrado por 23 países. Apesar das iniciativas de liberação comercial terem ficado adormecidas durante a Guerra Fria, o GATT policiou com sucesso o sistema comercial mundial por mais de quatro décadas. No final da década de 1980, com o fim da Guerra Fria e vitória do Bloco Ocidental capitalista, o mundo se apresenta multipolarizado e o comércio global dispara, estimulado principalmente pelo crescimento das exportações na Europa Ocidental, Ásia e Estados Unidos, sendo a dinâmica da globalização estabelecida de forma definitiva (Zeiler, 1999).

Comparada à década de 1950, a década de 1980 viu um estreitamento da geografia da economia global. O resultado foi o fortalecimento do eixo Leste-Oeste, com crescimento acentuado de investimentos e comércio dentro do que na época era referenciado como "tríade": Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão (Sassen, 1994, p. 17, tradução nossa).

Esta nova fase da economia mundial é marcada pelo neoliberalismo, que visa maior produtividade, competitividade e lucratividade dos países, através do aumento da liberação de mercado, da desregulamentação das atividades econômicas e da privatização das empresas e instituições estatais. A estratégia neoliberal é antagônica ao protecionismo e às práticas do Estado de bem-estar social, pregando a intervenção mínima do Estado, no qual este “apenas estabelece e fiscaliza as regras do jogo econômico, mas não joga” (Ianni, 1998, p. 28). Esta foi uma doutrina bastante difundida no mundo após a implementação das políticas socioeconômicas dos governos de Margaret Thatcher (1979-1990), como primeira ministra do Reino Unido, e de Ronald Reagan (1980-1989), como presidente dos Estados Unidos (Harvey, 2007).

Apesar de bem estabelecido e de sua longa vigência, o GATT foi um acordo provisório. Em 1995 cria-se a Organização Mundial de Comércio (OMC), que inclui as regras impostas pelo GATT, principalmente sobre comércio de mercadorias, mas lida também com o comércio de serviços e propriedade intelectual. Nos dias de hoje, a organização conta com a participação de mais de 160 países membros (WTO, 2020). A OMC, o FMI e o Banco Mundial formam o conjunto de organismos multilaterais responsáveis por garantir a integração entre as nações através de uma política de cooperação financeira global (Cox, 2002; Harvey, 2007; Ianni, 1998).

É reconhecido por diversos teóricos (Castells, 1999; Giddens, 2000; Harvey, 2007; Held & McGrew, 2001) que dentro da globalização econômica existem duas tendências contraditórias: de um lado a

crescente liberação do comércio internacional, e de outro os processos de integração regional. Segundo Castells (1999, p. 152) a economia global regionalizada se pauta em um sistema de áreas de comércio, no qual ocorre a homogeneização progressiva das alfândegas dos países membros, mas são mantidas as barreiras comerciais com o restante do mundo. Como exemplo de blocos econômicos pode-se citar o Tratado de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA), a Cooperação Econômica da Ásia e Pacífico (APEC), o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) e a União Europeia, que é apontada como iniciativa de maior sucesso¹, tendo unificado sua economia por meio da circulação de uma só moeda, da prática das mesmas taxas alfandegárias e do estabelecimento do Banco Central Europeu. Atualmente, as relações comerciais estão presentes em todo mundo, e afetam, além do comércio internacional, as dimensões sociais, políticas e culturais (Ianni, 1998, p. 27)

Com a globalização, o que temos é um território nacional da economia internacional, isto é, o território continua existindo, as normas públicas que o regem são da alçada nacional, ainda que as forças mais ativas do seu dinamismo atual tenham origem externa. Em outras palavras, a contradição entre o externo e o interno aumentou (Santos, 2000, p. 76).

Como citado anteriormente, a globalização impulsiona tanto o desenvolvimento dos transportes, quanto a revolução nas tecnologias de informação e de comunicação, encurtando distâncias e tempo. Para além destes, Sousa Santos (2001, p. 35) resume como principais traços da nova economia mundial o domínio do sistema de finanças e de investimentos a nível global; a flexibilidade e multilocalidade dos processos de produção; o baixo custo dos transportes; a desregulação da economia à nível nacional; a hegemonia das agências financeiras multilaterais; e o destaque dos capitalismos transnacionais americano, japonês e europeu.

A partir do livre comércio, a economia neoliberal intensificou a interconectividade global. Neste contexto, Sousa Santos (2001) aponta como uma das transformações mais relevantes o acúmulo de poder econômico por parte das companhias multinacionais e transnacionais. Segundo o professor de economia “das 100 maiores economias do mundo, 47 são empresas multinacionais, 70% do comércio mundial é controlado por 500 empresas multinacionais e 1% das empresas multinacionais detém 50% do investimento direto estrangeiro (Sousa Santos, 2001, p. 36). Eriksen (2014, p. 2) enfatiza que o número de empresas transnacionais multiplicou-se por mais de onze, crescendo de sete mil em 1970 para cerca de oitenta mil em 2013. Castells (2006, p. 58) acrescenta que as empresas

¹ Apesar de União Europeia ser percebida positivamente do ponto de vista de sua conformidade e pelo fato de introduzir uma série de ideais comuns a um conjunto de países, o Brexit é um exemplo de que nem sempre aquele que parece ser um bom modelo de atuação em termos de comércio consegue efetivamente se concretizar em todos os níveis.

multinacionais representam 40% do produto mundial bruto e dois terços do comércio internacional, condicionando, assim, todas as economias.

Antigamente as grandes nações mandavam seus exércitos conquistar territórios e o nome disto era colonização. Hoje as grandes nações mandam suas multinacionais conquistar mercados e o nome disto é globalização. Santos (?)²

Muitos estudiosos, como Sousa Santos (2001, p. 35), Santos (2002, p. 164) e Giddens (1991, p. 71), mencionam que as empresas multinacionais e as organizações internacionais se configuram como principais agentes da economia global. Estes citam que os países acabam por ficar subordinados à lógica do capital, resultando na perda da soberania local. Já Castells (2006, p. 61) argumenta o contrário e não acredita que as empresas multinacionais sejam “os globalizadores”. Ele defende que a globalização do comércio não depende exclusivamente das inovações tecnológicas e das estratégias de negócios, e que o papel que o Estado desempenha, ao liberalizar, desregular e privatizar, é que dita o ritmo acelerado do fenômeno. Para Cox (2002, p. 82) são as cidades globais que centralizam o poder.

A economia global é o sistema gerado pela globalização da produção e das finanças. A produção global beneficia-se das divisões territoriais da economia internacional, jogando com as diferentes jurisdições territoriais, de modo a reduzir custos, economizar impostos, evitar regulamentos antipoluição e controles sobre o trabalho, bem como obtendo garantias de políticas de estabilidade e favores. As finanças globais alcançaram uma rede virtual conectada 24 horas por dia, praticamente sem regulamentação. As decisões financeiras mundiais não estão centralizadas nos Estados, mas nas cidades globais – Nova York, Tóquio, Londres, Paris, Frankfurt – e se estendem para o resto do mundo através dos computadores (Cox, 2002, p. 82, tradução nossa).

O aumento das trocas comerciais internacionais pode resultar na redução do preço médio, maior disponibilidade e melhor qualidade dos bens e serviços. Apesar destas vantagens, o debate sobre a relação entre as nações desenvolvidas e as nações em desenvolvimento é ainda bastante controverso. Giddens (2000, p. 8) afirma que “a globalização cria um mundo de vencedores e vencidos”, onde os países ricos, em minoria, enriquecem cada vez mais e com maior velocidade, e os países pobres, grande maioria, se afundam na pobreza. Para Castells (2006, p. 60, tradução nossa) “a globalização econômica é, ao mesmo tempo, inclusiva e exclusiva”, argumentando que o

² Esta é uma frase conhecida e disseminada pelo geógrafo Milton Santos, porém não foram encontradas evidências de suas fontes bibliográficas científicas.

fenômeno inclui todos os que têm poder capital e tudo o que tem valor monetário, mas exclui todo o resto. Já Eriksen (2014, p. 13) expõe que é difícil ter certeza sobre quem de fato é beneficiado pelos atuais regimes comerciais, que apesar das evidentes desigualdades mundiais “não está claro se estas são resultados da própria globalização ou das políticas domésticas com o objetivo de desregular os mercados e incentivar o investimento”.

Não há dúvida que a globalização altera tanto a forma de produção como a forma de consumo, ambos estimulados pelo sistema capitalista. Desde a consolidação deste fenômeno, o comércio internacional, representado pelas empresas hegemônicas, produz o consumidor antes que os bens e os serviços sejam produzidos. Assim, a demanda do consumidor, que, muitas vezes, não é propriamente advinda do consumidor em si, apresenta-se como fator fundamental na movimentação e dinamização da economia global (Cox, 2002, p. 107; Santos, 2000, p. 48; Sassen, 1991, p. 339). É como explica Sousa Santos (2002) em entrevista concedida ao programa brasileiro Roda Viva, “a economia transformou-se numa cultura, transformou-se numa sociedade de consumo, transformou-se na ideologia do consumo...e a ideologia do consumo vai sempre na frente da prática de consumo”.

A transição de uma economia que enaltece a produção em massa e a repetição, para uma economia que foca na produção especializada e diferenciada, é diretamente refletida nesta nova cultura do consumo. Os produtos comercializados tanto servem para atender as necessidades quanto satisfazer os desejos dos clientes. Segundo Barata Salgueiro & Cachinho (2009, p. 12), o funcionamento e a organização do comércio são condicionados pelas características de cada local, como o sistema de produção disponível, a forma como a população está distribuída, os hábitos e estilo de vida desta população e pela organização da própria cidade, principalmente no que tange a mobilidade e zoneamento. O comércio tradicional perde sua magnitude à medida que surgem novos formatos de estabelecimentos, como os grandes centros comerciais, e novas estratégias de atração de público, focadas não apenas na negociação das mercadorias, mas também nos serviços e na experiência proporcionada aos consumidores. A sociedade passa a valorizar o pluralismo, a heterogeneidade e o efêmero, buscando espaços que sejam, ao mesmo tempo, de consumo e prazer. “Assim se completa a evolução do comércio da venda de bens para a criação de ambientes e se reforça a ligação entre comércio e lazer” (Barata Salgueiro & Cachinho, 2009, p. 17).

Tais aspectos da globalização econômica, além de impactar o comércio e a forma de consumo da sociedade, têm o poder de afetar a produção das cidades e espaços urbanos, assunto que será discutido na próxima seção.

2.3 A GLOBALIZAÇÃO E O ESPAÇO URBANO

As transformações advindas da globalização a partir da década de 1980, especialmente no que se refere às inovações tecnológicas da comunicação e transporte, alteram as barreiras tradicionais de espaço e tempo, repercutindo diretamente na estrutura das cidades e na maneira como o espaço urbano é planejado, produzido e vivenciado pela sociedade. A quebra das fronteiras, característica do cenário globalizado contemporâneo, além de facilitar o fluxo de capital, serviços, pessoas e produtos, também modifica o papel de centralidade e a importância das cidades (Barata Salgueiro & Cachinho, 2009; Harvey, 1990; Sassen, 2005).

A arquitetura e o desenho urbano foram, portanto, apresentados a novas e mais abrangentes oportunidades de diversificar a forma espacial do que no período imediato do pós-guerra. As formas urbanas dispersas, descentralizadas e desconcentradas são agora muito mais viáveis tecnologicamente do que antes (Harvey, 1990, p. 75, tradução nossa).

A holandesa Saskia Sassen, especialista em sociologia urbana, popularizou o termo cidades globais a partir de diversos estudos que destacam a correlação entre as dinâmicas da globalização econômica e os grandes centros urbanos. As cidades globais têm o papel hierarquicamente muito relevante no mundo atual e, através delas, está sendo produzida uma geografia específica da globalização, e o aumento das transações entre elas está modificando a geografia do poder mundial. A autora, que cita Nova York, Londres, Tóquio, Frankfurt e Paris como principais exemplos de cidade global, reforça sobre a importância de incluir o lugar e a produção do espaço urbano nos estudos sobre a economia global, na medida em que o fenômeno da globalização pode ser bastante influenciado pelos locais estratégicos onde os processos globais são efetivados e na conexão entre eles (Sassen, 1991, 1994, 2000, 2005).

O espaço urbano é o campo de materialização da produção, onde são realizadas as atividades cotidianas e são aplicados os investimentos econômicos. Assim, as cidades se tornam fatores essenciais para a reprodução do social e do capital (Harvey, 2011; Santos, 2002; Sassen, 2000). Neste sentido, Harvey (2012, p. 48) afirma que a cidade é, “ao mesmo tempo, produto e condição de processos sociais de transformação”, sendo a urbanização mecanismo poderoso para garantir a circulação e o acúmulo de capital, desde que sejam dominados tanto os aspectos relacionados à infraestrutura, quanto os aspectos sociais, econômicos, políticos, culturais e intelectuais da população.

Princípios neoliberais da nova economia global, como liberação e desregulação de mercado e privatização de empresas estatais, dentre outros, impactam fortemente os espaços urbanos. Esta nova

lógica, orientada pelos imperativos de mercado, tem condicionado processos e projetos urbanos, bem como o desenvolvimento das cidades (Lima, 2007, p. 60). As cidades passam a se relacionar em posições de concorrentes, competindo pela atração de investimentos, de novos negócios e de mão-de-obra qualificada, visando a oferta dos melhores preços e qualidades de seus serviços (Vainer, 2000, p. 77). Analogicamente, esta competição interurbana faz do espaço urbano uma mercadoria, da mesma forma que a busca pela otimização dos custos e a maximização dos lucros transformam governos em empresas, “as multinacionais do século XXI” (Canettieri, 2017, p. 517). Em seus estudos sobre o urbano, Lefebvre (1986, p. 170) já previa este cenário, alertando que “o modo de produção existente amplifica o domínio da mercadoria, estendendo-o ao território das cidades e ao espaço”.

As decisões dos governantes acerca do que se fazer em determinados territórios passam a seguir a lógica que opera no âmbito privado. Nesse processo, o solo urbano se torna uma mercadoria da cidade-empresa, agenciado pelo seu planejamento e por políticas públicas e, recentemente, com desdobramentos na direção de uma financeirização da produção do espaço urbano (Canettieri, 2017, p. 517).

Neste enquadramento urbano trazido pela globalização, a “venda” das cidades se torna objetivo elementar para os governantes (Canettieri, 2017; Lima, 2007; Vainer, 2000). Ao reorientar as políticas e ações administrativas urbanas para uma mentalidade capitalista, a abordagem de gerenciamento, utilizada anteriormente, dá lugar ao comportamento empresarial, descrito por Harvey (1996, p. 49) como “empresariamento urbano”.

A flexibilidade, globalização e complexidade da nova economia do mundo exigem o desenvolvimento do planejamento estratégico, apto a introduzir uma metodologia coerente e adaptativa face à multiplicidade de sentidos e sinais da nova estrutura de produção e administração (Castells apud Vainer, 2000, p. 76).

A parceria público-privada aparece como principal característica atribuída ao empresariamento urbano no qual o planejamento estratégico, idealizado pelos gestores locais, busca atrair fontes externas de financiamento, novos investimentos diretos e novas fontes geradoras de emprego, com intuito de promover o desenvolvimento econômico das cidades. Se por um lado, o empresariamento urbano pode gerar desenvolvimento econômico para as cidades, por outro, Harvey (1996, p. 52) alerta que em termos de concepção e execução, ele é baseado em empreendimentos especulativos, podendo resultar em uma parceria nem sempre equilibrada, na qual a iniciativa privada recebe os benefícios e ao poder público restam os riscos.

Desde que as cidades se tornaram produtos comerciáveis de um mercado competitivo, o marketing urbano é uma das ferramentas determinantes e mais utilizadas pelos gestores e planejadores estratégicos citadinos que almejam alcançar o desenvolvimento capitalista. Segundo Kotler (2000) os consumidores escolhem determinados produtos ou serviços com base na percepção do valor que estes proporcionam. Fundamentado por este conceito e com o propósito de “vender” o território, o marketing urbano é aplicado de forma a construir ou alterar a projeção externa daquele espaço urbano. A promoção da cidade forte e positiva para o exterior é um objetivo claro dos governos, na medida que facilita o fluxo internacional e atrai investimentos, emprego, turismo, produtos e serviços em geral (Arantes, 2002; Castells & Borja, 1996; Vainer, 2000).

Seguindo esta lógica de reinvenção das cidades, Lima (2007, p. 57) e Botelho (2004, p. 113) enfatizam que as políticas de renovação do espaço urbano são instrumentos essenciais na elaboração da nova imagem e nova identidade a ser explorada pelo marketing urbano, ressaltando atributos das cidades que podem ser identificados como “insumos valorizados pelo capital transnacional” (Vainer, 2000, p. 79) e disfarçando qualquer outro defeito que possa atrapalhar o planejamento estratégico (Canettieri, 2017, p. 517). Segundo Botelho (2004, p. 114) as renovações urbanas que ocorrem em áreas portuárias, como o caso das Docklands de Londres, e em centros históricos, como o caso de Barcelona, são, muitas vezes, exemplos dos empreendimentos imobiliários pontuais e especulativos de colaboração público-privada, citados por Harvey (1996, p. 53) como impulsionadores do empresariamento urbano. Também são citados como exemplos deste tipo de empresariamento os grandes eventos internacionais, como Jogos Olímpicos e Exposições Mundiais; os parques temáticos de lazer e comércio; os parques empresariais; os parques industriais e tecnológicos, os grandes campos universitários; condomínios habitacionais fechados; e os espaços para convenções e feiras. Assim, o empresariamento urbano transforma as cidades em verdadeiros cenários cinematográficos (Botelho, 2004, p. 114; Vainer, 2000, p. 79).

A ênfase no turismo, na produção e consumo de espetáculos, na promoção de eventos efêmeros numa dada localidade representa os remédios favoritos para economias urbanas moribundas. Investimentos urbanos desse tipo podem ser paliativos imediatos apesar de efêmeros aos problemas urbanos. Mas estes são, em geral, altamente especulativos (Harvey, 1996, p. 59).

Neste contexto, além das cidades globalizadas assumirem qualidade de mercadorias a serem vendidas, passam também por um processo de espetacularização, no qual a arquitetura e o urbanismo funcionam como vitrines e palcos cenográficos orientados para o turismo cultural, sendo determinantes na reestruturação do espaço urbano e na inserção na economia global. Projetos emblemáticos de grande impacto, como museus ou centros culturais, são desenvolvidos por

arquitetos internacionais renomados, e a forma arquitetônica do edifício é tão valorizada quanto sua função principal, ou até mais valorizada, pois garante a atração de olhares e lucro para as cidades (Werneck Lima, 2004). A revitalização cultural, comumente realizada em áreas degradadas das cidades, por iniciativa do poder público ou econômico, é mais voltada para o espetáculo do que para o bem-estar da população. De acordo com Arantes (2002, p. 41) imputa-se ao capitalismo contemporâneo uma lógica também cultural, ao combinar a animação e a publicidade. Por intermediar a cidade e os cidadãos e ter a capacidade de moldar as representações acerca das transformações ocorridas no espaço urbano, a mídia se torna estrategicamente fundamental para espetacularização da cidade (Sánchez, 2001, p. 36).

Assim como o espaço público, o patrimônio histórico arquitetônico também está sendo transformado em produto de consumo e espetáculo, agregando aos imóveis apenas o valor econômico e descartando suas essências e memórias (Werneck Lima, 2004). Embora a preservação e a conservação da identidade estejam presentes nos planos de gestão urbana, os interesses imobiliários e as estratégias de promoção das cidades da economia neoliberal sobressaem. Nem sempre as normas relacionadas ao patrimônio são obedecidas por completo, e as intervenções, principalmente nos centros históricos, podem funcionar como revitalização “maquiada” (Teobaldo, 2010, p. 143).

Rentabilidade e patrimônio arquitetônico-cultural se dão as mãos, nesse processo de revalorização urbana – sempre, evidentemente, em nome de um alegado civismo. E para entrar neste universo dos negócios, a senha mais prestigiosa é a Cultura. Essa a nova grife do mundo fashion, da sociedade afluenta dos altos serviços a que todos aspiram (Arantes, 2002, p. 31).

No contexto da produção capitalista, a semelhança entre os planos estratégicos faz com que as cidades se pareçam umas com as outras, pois o objetivo é sempre igual: “vender a mesma coisa, aos mesmos compradores que têm, invariavelmente, as mesmas necessidades” (Vainer, 2000, p. 80). A globalização impõe às cidades e aos espaços urbanos uma dimensão competitiva que, na busca por uma nova imagem, acabam por perder sua própria identidade urbana, resultando na uniformização das identidades. Assim, “a partir do momento em que há a homogeneização do espaço, muitas vezes promovidas e reforçadas pela mídia, as múltiplas identidades e diferentes formas de vida social são simplificadas” (Teobaldo, 2010, p. 145).

As cidades contemporâneas podem ser, em algum nível, comparadas com a Cidade Genérica de Rem Koolhaas, pois estão liberadas da camisa de força da identidade; são como os aeroportos atuais, todas iguais; são focadas nos habitantes turistas, pessoas sempre preparadas para seguir adiante; urbanisticamente, abandona o que não funciona; têm como principal programa o consumo, a única atividade é comprar; e são culturalmente repetitivas, somente o redundante conta (Koolhaas, 1995).

Uma das questões mais discutidas dentro da temática da globalização e sua constante expansão, seja na produção do espaço urbano, na forma de consumo ou em qualquer outra dimensão, é a relação e possíveis conflitos entre o global e o local, tema que será desenvolvido na seção seguinte.

2.4 RELAÇÃO ENTRE GLOBAL E LOCAL

Como já mencionado, Giddens (1991, p. 64) destaca que o local e o global estão intrinsecamente conectados e que a globalização se manifesta ao mesmo tempo em ambos contextos. Assim como acontecimentos globais têm a possibilidade de afetar localmente uma população e seu território, os eventos locais podem ter consequências a nível global. Beyer (2007, p. 98) caracteriza o global tanto como um limite geográfico, referindo-se ao mundo como um todo, quanto como uma gama abrangente de influência, que condiciona toda uma realidade social. Seguindo a mesma lógica, Robertson (2012, p. 195) afirma que o local está relacionado ao conceito de localidade, seja através de uma realidade concreta, como bairro, cidade, país ou uma região do mundo, seja através de uma realidade abstrata, como o sentimento de pertença ou a construção de uma identidade. Já Sousa Santos (2001, p. 69) enxerga o global como se fosse a extensão do local para além da sua própria localidade.

O global e o local são socialmente produzidos no interior dos processos de globalização. Eis a minha definição de modo de produção de globalização: é o conjunto de trocas desiguais pelo qual um determinado artefato, condição, entidade ou identidade local estende a sua influência para além das fronteiras nacionais e, ao fazê-lo, desenvolve a capacidade de designar como local outro artefato, condição, entidade ou identidade rival (Sousa Santos, 2001, p. 69).

Tanto no contexto prático como no teórico, discussões sobre a relação entre o global e o local são cada vez mais comuns. Em contraste com a teoria da globalização, que é bastante conhecida e disseminada, o conceito de glocal é relativamente novo e o termo surge a partir do neologismo entre as palavras global e local. Mesmo sendo amplamente ligado às estratégias de marketing econômico transcultural, sua aplicação pode ser realizada em variadas disciplinas, que vão além dos campos da administração e dos negócios (Robertson, 1995; Roudometof, 2016a).

O sociólogo Roland Robertson, considerado um dos principais teóricos da globalização, foi também responsável pela introdução da glocalização no discurso socio científico, criticando a oposição entre o local e o global, e defendendo a heterogeneidade do fenômeno. Ele descreve o processo de glocalização como a “simultaneidade e interpenetração do que se convencionou chamar de global e local, ou - numa veia mais abstrata - de universal e particular” (Robertson, 1995, p. 30, tradução

nossa). Autores como Appadurai (1996) e Ritzer (2003a) concordam com esta conceituação e, de uma forma simplificada, definem glocalização como a interação do global e do local, na qual são obtidos resultados singulares nas diversas áreas geográficas, descartando a hipótese de que as forças globais direcionam a homogeneidade cultural, econômica, institucional ou política. Dessa forma, o processo de glocalização promove a reconciliação entre o global e o local, na qual o global apenas faz sentido se representar a pluralidade do local (Beyer, 2007, p. 98).

Quase desnecessário dizer, no mundo da produção capitalista para mercados cada vez mais globais, a adaptação ao local e as outras condições particulares não é simplesmente uma reação dos negócios à variedade global existente – tipos de civilizações, regiões, sociedade, etnias, gênero e ainda outros tipos de consumidores diferenciados – é como se tal variedade ou heterogeneidade existisse por conta própria (Robertson, 1995, p. 28, tradução nossa).

A ideia amplamente difundida pela frase “pensar globalmente, agir localmente” é atribuída ao sociólogo e planejador urbano Patrick Geddes, que expôs em sua obra *Cidades em Evolução*, de 1915, suas preocupações acerca de um desenvolvimento sustentável (Stephen, 2004). Atualmente, é uma expressão bastante utilizada em diversos contextos, como urbano, comercial, ambiental, entre outros. Embora as vezes banalizada, traduz efetivamente o processo de glocalização.

Apesar de serem dois fenômenos diferentes, as interpretações de glocalização apresentadas até o momento, demonstram que não existe consciência da dissociação completa do processo de globalização. De acordo com Roudometof (2015; 2016b), podem ser identificados reducionismos: na teoria de Robertson, na qual globalização é transformada em glocalização, e na teoria de Ritzer, que refere-se a glocalização como uma das facetas da globalização. Neste sentido, o autor expõe uma terceira interpretação, propondo um conceito de glocalização analiticamente autônomo, definindo-a como a refração da globalização através do local, que, por consequência, produz uma condição social de glocalidade (Roudometof, 2016b).

Apesar da crítica, os estudos desenvolvidos por Ritzer evidenciam desdobramentos de outros conflitos e conceitos complementares, que são essenciais para a presente dissertação, na medida que auxiliam na compreensão da expansão da globalização contemporânea.

Para Ritzer (2003a), a globalização está longe de ser unidirecional, pois abrange uma série de processos transnacionais, dos quais os mais relevantes são a glocalização e a grobalização. Conforme citado anteriormente, o sociólogo conceitua a glocalização como “a interpenetração do global e do local, obtendo resultados únicos em diferentes áreas geográficas”. Paralelamente, mas de maneira complementar a popular ideia de glocalização, cunha o termo grobalização, ao perceber que existe

uma porção importante da globalização que está sendo desconsiderada ou minimizada pelo conceito anterior. Assim, a define como “ambições imperialistas de nações, corporações, organizações, e seus gostos, desejos e necessidade de se imporem em variadas áreas geográficas”. O autor ressalta que o principal objetivo da globalização é o crescimento – em inglês *grow* – de seu poder, influência e lucro à nível mundial, explicando o neologismo do termo (Ritzer, 2003, p. 192, tradução nossa).

A Figura 1 apresenta os principais elementos e ideias sobre a glocalização e a globalização, facilitando o entendimento dos processos e a diferença entre eles. Apesar de a teoria focar nas diferenças, Ritzer (2007, p. 20) alerta que na prática o glocal e o global estão sempre combinados, e que não existem exemplos puramente locais ou puramente globais, evidenciando-se mais um *continuum* do que categorias opostas.

	GLOCALIZAÇÃO ←	→ GROBALIZAÇÃO
Conceito	Integração do global e do local	Imposição do global sobre o local
Visão de Mundo	Pluralista - bastante sensível às diferenças dentro e entre áreas do mundo	Semelhante - tende a minimizar as diferenças dentro e entre as áreas do mundo
Indivíduos e Grupos Locais	Agentes importantes e criativos - indivíduos e grupos locais têm grande poder para se adaptar, inovar e manobrar em um mundo glocalizado	Estruturas e forças maiores prevalecem - indivíduos e grupos locais têm relativamente pouca habilidade para se adaptar, inovar e manobrar em um mundo globalizado
Processos Sociais	Relacionais e contingentes - a globalização provoca reações, que vão do fortalecimento nacionalista à aceitação cosmopolita, transformando a globalização em glocalização	Unidirecionais e determinísticos - tende a dominar o local e limita sua capacidade de agir e reagir
Mídia	Pouco opressiva - são forças que impulsionam a mudança cultural, fornecendo material a ser usado na criação individual e de grupo em todas as áreas glocalizadas do mundo	Amplamente opressiva
Conceitos Relativos	Híbrida, crioulização e heterogeneização	Capitalismo, americanização e McDonaldização

Figura 1 – Elementos principais da Glocalização e Grobalização

Fonte: Autora, a partir de dados de Ritzer (2007, p. 21)

Outra diferença entre estes processos se deve à tendência de a globalização ser associada à propagação do nada e, em contrapartida, a glocalização estar relacionada com a difusão de algo. A conceituação de nada e algo está relacionada com a forma social e o conteúdo produzido. Nada é definido como uma forma social centralmente concebida e controlada, por exemplo pelo Estado ou por uma empresa multinacional, na qual são produzidos conteúdos desprovidos de distintividade. E algo é entendido como uma forma social localmente concebida e controlada, a qual produz conteúdos ricos em distintividade. Para exemplificar, os centros comerciais podem ser citados como amostras de nada, pois são desenvolvidos e administrados por grandes corporações, e possuem estruturas e conteúdos similares em qualquer parte do mundo; e as feiras e mercados de rua correspondem a algo, já que são estruturados e elaborados por produtores locais, e exibem conteúdo distintivos (Ritzer, 2003a; 2003b; 2004; 2007).

Estes conceitos não funcionam separadamente, um só faz sentido quando é emparelhado e contrastado com o outro. Assim como o global e o glocal, o nada e o algo fazem parte de um *continuum* e, é importante perceber que, mesmo se tratando de dois polos opostos, não são uma dicotomia. Deste *continuum* são extraídas as categorias de análise, apresentadas na Figura 2. Aqui também não cabem julgamentos de valores, além de um não existir sem o outro, individualmente nenhum desses conceitos ou categorias de análise têm o caráter apenas negativo ou apenas positivo (Ritzer, 2003a; 2003b; 2004).

ALGO		NADA
Único (exclusivo)	↔	Genérico (substituível)
Fortes laços geográficos locais	↔	Falta de laços geográficos locais
Específico de uma época	↔	Eterno
Humanizado	↔	Desumanizado
Atrativo	↔	Repulsivo

Figura 2 – *Continuum* de Algo – Nada e suas categorias de análise
Fonte: Autora, a partir de dados de Ritzer (2004, p. 20)

Para melhor compreender as relações dos processos e seus possíveis conflitos, Ritzer (2003a; 2003b; 2004; 2007) propõe o cruzamento entre o *continuum* de Glocal – Global e de Algo – Nada, resultando em quatro quadrantes, quatro possibilidades básicas, que estão representados, juntamente com exemplos específicos, na Figura 3. Esta interseção gera: no quadrante 1 a glocalização de algo; no quadrante 2 a glocalização de nada; no quadrante 3 a globalização de algo; e no quadrante 4 a globalização de nada. Deve-se notar que, embora sejam confeccionados quatro “tipos ideais”, não há limites rígidos entre eles, por este motivo foram utilizadas linhas pontilhadas e setas multidirecionais.

A relação entre os pares do quadrante 1 – glocalização de algo e do quadrante 2 – globalização de nada envolve uma afinidade voluntária, esclarecendo esta associação já mencionada. A natureza da globalização busca a ampla difusão dos produtos e serviços pelo mundo, e o nada, por seguir um modelo básico de conteúdo mínimo, é mais facilmente reproduzido e aceito, portanto, favorece este tipo de distribuição em massa. Por exemplo, um queijo italiano específico e distinto, embora possa ser exportado em escala limitada, não apresenta tanta demanda fora da Itália, pois seu uso em culinárias estrangeiras, como a chinesa, japonesa ou indiana, não é comum ou apreciado. O que não acontece com a Coca-cola, uma bebida presente globalmente, que pode ser consumida com qualquer tipo de refeição. Outro excelente exemplo de globalização de nada são as cadeiras de *fast-food*, que foram criadas nos Estados Unidos e exportados para todo mundo, mesmo com pequenas adaptações de seu conteúdo, o modelo básico permanece intacto e funciona cada vez melhor. Já na glocalização a intenção é satisfazer um mercado e um gosto local. Como o algo apresenta conteúdos complexos e

distintos, são produzidos em menor quantidades e são mais difíceis de serem reproduzidos e aceitos em outros locais. Por exemplo, a comida servida nos famosos restaurantes da Provença faz com que estes estejam sempre cheios e as reservas precisem ser efetuadas com antecedência. Porém, é provável que a comida provençal servida fora da França não seja tão procurada e não tenha qualquer semelhança com a dos restaurantes tipicamente franceses. Segundo Ritzer (2003a; 2003b), estas são as combinações de conceitos com maior importância, por serem as que melhor refletem as tensões e os conflitos atuais, nos quais existe uma tendência cada vez maior de se globalizar nada, e o que impede que isto ocorra de maneira ainda mais avassaladora são as ações que glocalizam algo.



Figura 3 – Interseção entre o *continuum* de Glocal – Grobal e Algo – Nada

Fonte: Autora, a partir de dados de Ritzer (2003a, p. 194)

Embora os conflitos provocados pelos outros dois pares do quadrante 2 – glocalização de nada e do quadrante 3 – grobalização de algo sejam considerados secundários e menos significantes que os anteriores, se fazem relevantes na discussão pois demonstram que “a grobalização não é uma fonte absoluta de nada (pode envolver algo) e que a glocalização não deve ser vista apenas como uma fonte de algo (pode envolver nada)” (Ritzer, 2003b, p. 197, tradução nossa).

Como argumento final sobre o conflito central entre o global e o local, Ritzer (2003a, p. 198, tradução nossa) aponta que “pouco resta do local que não tenha sido tocado por influências globais”. Assim, o êxito mundial do global apresenta à sociedade duas opções: uma profundamente globalizada, o grobal; e outra que mistura elementos globais e locais, o glocal. Portanto, aqueles que se opõem ao fenômeno da globalização, precisarão fazer uso da própria globalização para combatê-lo.

A presente revisão de literatura apresentou um panorama geral do fenômeno da globalização, principalmente no que diz respeito à sua evolução e características, sua influência na economia e no comércio mundial, assim como à sua relação com as cidades e os espaços urbanos, e os principais conflitos entre o global e o local. Os conceitos teóricos aqui abordados serviram de base para a coleta e a análise dos dados, apresentados no próximo capítulo.

3

RUA DE SANTA CATARINA

O presente capítulo apresenta como objeto de estudo a rua de Santa Catarina, no Porto, e tem a finalidade de analisar e compreender as qualidades deste espaço urbano comercial, através do entendimento da dimensão histórica de transformação da própria via, das suas frentes edificadas e envolvente imediata, sobretudo no que diz respeito à sua ocupação e utilização, em conjunto com o registro das leituras feitas a partir do levantamento de campo, seja com base na dimensão investigativa dos dados coletados no momento atual ou na dimensão empírica do observador, no caso, da autora.

A primeira seção discorre sobre a caracterização da rua: passa pelo contexto histórico, em seguida estuda a situação geral da área de enquadramento e, enfim, evidencia os pormenores da área de estudo. Já a segunda seção se desenvolve em torno da categorização dos estabelecimentos em relação ao alcance geográfico das marcas, analisando também as atividades econômicas praticadas na área de estudo. E a terceira seção finaliza com a discussão dos resultados, na qual os dados relevantes encontrados são confrontados com a teoria da revisão de literatura.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA RUA

3.1.1 CONTEXTO HISTÓRICO

A rua de Santa Catarina está situada nas freguesias de Santo Ildefonso e Bonfim, na cidade do Porto, em Portugal, e foi escolhida como estudo de caso do presente trabalho por ser uma artéria com muitos anos de tradição ligada ao comércio e por sua relevância no contexto urbano, em termos históricos, econômicos, sociais e culturais.

Importa aqui não fazer um relato na visão dos historiadores, mas sim realizar uma leitura na perspectiva do arquiteto e do planejador. Demonstrar que é necessário estudar os fatos históricos para

entender a realidade atual, através de uma narrativa seletiva que ajude na construção do presente e na compreensão do espaço urbano.

Considerada uma das ruas mais antigas da cidade, sua existência já consta em documentos oficiais desde o ano de 1748 (Câmara Municipal do Porto, 2018c, p. 92). Até a metade do século XVIII as atividades urbanas portuenses aconteciam, quase em sua totalidade, dentro dos limites da Muralha Fernandina. Com a nomeação de João de Almada e Melo como comandante militar e também presidente da Junta de Obras Públicas, em 1763, deu-se início ao primeiro plano estratégico do Porto, chamado “Plano Almadino”, responsável por inúmeras transformações arquitetônicas e urbanísticas, como a reestruturação ou criação de novas ruas e praças, que modernizaram e alteraram completamente a imagem da cidade, principalmente no espaço atualmente conhecido como Baixa Portuense (Alves, 2008, p. 188).

Inicialmente, entre quintas e terrenos agrícolas, o percurso da Santa Catarina ligava apenas a Praça da Batalha ao cruzamento com a rua de Gonçalo Cristóvão e tinha o nome de rua da Corredoura. Durante o período de desenvolvimento urbano de iniciativa dos Almadás, no ano de 1784, a rua foi regularizada e prolongada com o nome de rua Bela da Princesa até ao Largo da Aguardente, hoje Praça do Marquês de Pombal. Os objetivos desta intervenção urbanística eram ampliar os caminhos e passagens em uma área bastante movimentada da cidade, organizando o espaço, e permitir a construção de novas edificações, facilitando a povoação daquela zona (Brochado, 1996, p. 06).

O século XIX no Porto foi marcado, principalmente, pelo aumento da relevância do setor industrial, pelo crescimento demográfico resultado do aumento da população operária imigrante e pelo fortalecimento do capitalismo. O surgimento de zonas de fábricas e ruas de comércio fixo reestruturaram economicamente o território, provocando o distanciamento entre o local de trabalho e de moradia e estabelecendo a proibição de vendas ambulantes no centro da cidade. Dessa forma, são criados estabelecimentos comerciais mais especializados, como o Mercado do Bolhão, os locais anteriormente ocupados pelas feiras são transformados em praças e jardins, como as da Cordoaria e de São Lázaro, e as ruas comerciais, como a de Santa Catarina, passam a apresentar movimento intenso (Fernandes, 2005, p. 7). A reorganização e expansão da malha urbana promove o desenvolvimento de infraestruturas de ligação, como a construção das pontes Maria Pia e Luís I e a abertura do Porto de Leixões à navegação; o desenvolvimento de infraestrutura urbana, como a instalação de sistemas de iluminação pública a gás, de abastecimento de água ao domicílio e de saneamento; e o desenvolvimento do transporte urbano, que “aproxima o centro da cidade dos seus subúrbios, estimulando o processo de urbanização da periferia” (Ferreira & Rocha, 2013, p. 200).

Com a perda da importância das atividades comerciais ligadas ao rio Douro, o centro econômico, político, social e cultural que antes era localizado nas imediações da Praça da Ribeira e do Largo de São Domingos, em meados do século XIX, desloca-se para a zona da Praça Nova, atual Praça da Liberdade (Câmara Municipal do Porto, 2018a, p. 15).

A abertura da Avenida dos Aliados, projeto realizado pelo arquiteto inglês Barry Parker nos primeiros anos do século XX, consolida o processo de estruturação da Baixa do Porto (Falcão, 1999, p. 67). Então o centro se torna a região mais importante da cidade, pois além de abrigar órgãos administrativos e serviços, com edificado de valor arquitetônico e patrimonial significativo até os dias presentes, como a Estação de São Bento e o quarteirão das Carmelitas, conta com habitações e comércios.

Tais transformações beneficiam a rua de Santa Catarina, que passa a ter reconhecimento como local de passagem, pois liga a Praça da Batalha e a estrada para Guimarães, e como destino e espaço de permanência, pela pluralidade de ofertas e estabelecimentos (Rocha & Fernandes, 2009, p. 262).

Brochado (1996, p. 07) ressalta que, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, com a imagem única formada pelos inúmeros letreiros em neon e as diversas placas dos estabelecimentos, ilustrada na Figura 4, a rua de Santa Catarina passa ser um dos símbolos do Porto. Enquanto no segundo trecho da rua de Santa Catarina a atividade preponderante foi a habitação, o primeiro seguimento, conhecido antigamente como rua da Corredoura, se firmou como principal região comercial da cidade.

A dinâmica do Porto se altera ainda mais após a implementações dos exercícios de planejamento da cidade dos anos 50 e 60 do século XX: o Plano Regulador (1954), do engenheiro Antão de Almeida Garrett; o Plano de Melhoramentos (1956), do engenheiro José Albino Machado Vaz; e o Plano Diretor (1962), do arquiteto Robert Auzelle. As ideias modernistas e racionais destes planos eram complementares e determinaram a transformação urbana através da introdução de zoneamentos com distribuição das atividades de acordo com suas funções, da melhoria de vias rodoviárias funcionais de comunicação e modificação das acessibilidades, do descongestionamento e melhoria de salubridade da área central e do desenvolvimento do comércio e dos serviços (Câmara Municipal do Porto, 2018a, p. 23). Estas propostas surgem como respostas às imposições legais dos Planos Gerais de Melhoramento de 1864 e procuram lidar com desafios relacionados ao constante crescimento demográfico, à expansão urbana e às novas exigências de circulação com o aumento dos automóveis na cidade (Ferreira & Rocha, 2013, p. 201).

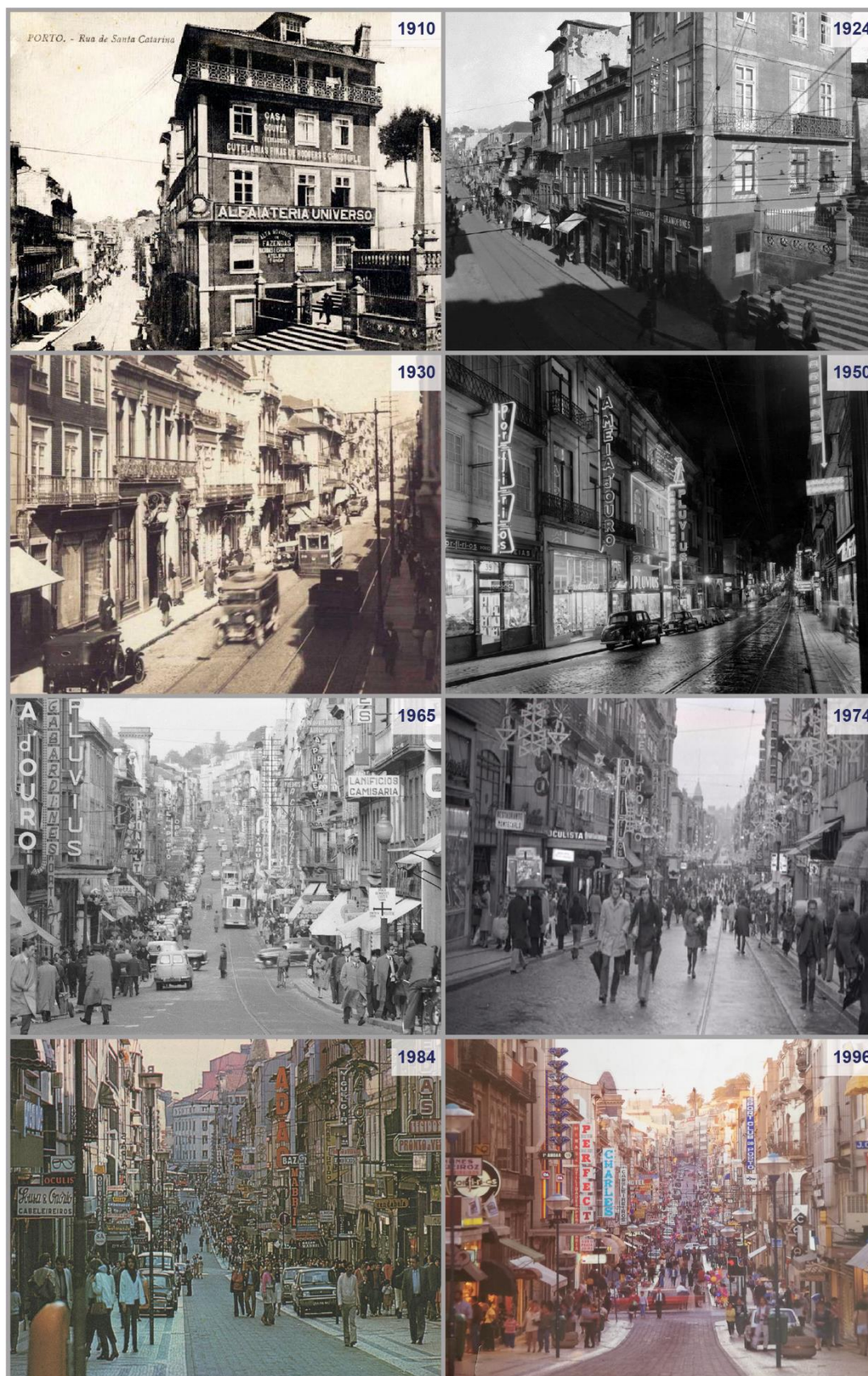


Figura 4 – Imagens da rua de Santa Catarina em diversas décadas
Fonte: Dados de pesquisa (2020)

O Plano Diretor da Cidade do Porto, também conhecido como Plano Auzelle, foi o instrumento de urbanização com maior destaque do século XX e se preocupava fundamentalmente com duas questões: “a circulação e a terceirização do centro” (Câmara Municipal do Porto, 2018a, p. 25). Como consequência, a partir da década de 1970, é impresso um cenário de suburbanização, no qual as zonas periféricas da cidade ganham maior valor com a transferência das residências das classes média e alta. A zona central torna-se praticamente monofuncional e sofre um esvaziamento, pois o novo centro à cota alta destina-se sobretudo às atividades econômicas e a cidade medieval passa a ser habitada apenas pelas classes mais populares impossibilitadas de mudanças.

De acordo com Fernandes (2005, p. 11), nos anos seguintes acrescenta-se a este cenário a Revolução de 25 de abril de 1974, que celebra o fim da ditadura em Portugal; e a integração do país na Comunidade Econômica Europeia, atual União Europeia, em 1986. Governado por mais de 40 anos pelo autoritarismo do Estado Novo, Portugal na época era um país sem grande poder de sustentação e estruturalmente deficitário. O processo de inserção europeia permite a consolidação do regime político democrático e o impulsionamento do desenvolvimento econômico, reduzindo consideravelmente a taxa de inflação e aumentando a qualidade de vida da população, através da construção de equipamentos e infraestruturas. A assistência financeira provida aos Estados-Membros cujo Rendimento Nacional Bruto (RNB) por habitante fosse inferior a 90% da média europeia, visando o equilíbrio e a sustentabilidade, foram essenciais à economia portuguesa. Devido a estes fundos estruturais, neste caso, fundo de coesão, foi possível verificar uma melhora na produtividade, convergindo gradativamente para a média da comunidade em geral (Sousa, 2000, p. 194).

É possível afirmar que a década de 1990 é o período de maior progresso da cidade do Porto e de todo o território português. A continuidade dos processos de suburbanização e de expansão urbana podem ser justificados pelo aumento do poder aquisitivo da população, pela facilitação de recursos e créditos para aquisição de novas habitações e pelas elevadas condições de mobilidade, decorrentes da alta taxa de motorização e dos investimentos em infraestruturas viárias (Fernandes, 2005, p. 11).

O grande número de residências e indústrias nas periferias gera novas centralidades, que acabam por atrair também as atividades comerciais, resultando na abertura de novos shoppings e grandes hipermercados nas áreas urbanas adjacentes, muitas vezes ligados às novas infraestruturas, como a Via de Cintura Interna (VCI) e a Estrada da Circunvalação, o que faz com que os estabelecimentos comerciais do centro entrem em decadência. O movimento das habitações, fábricas e comércio para as periferias se dá também pela disponibilidade de terrenos livres e com espaços suficientes para abrigá-las, pois este período é marcado pela construção de novos imóveis e não pela reabilitação de imóveis existentes.

Nesta altura, a redução da população e o conjunto de edifícios devolutos contribuem para um cenário de abandono e degradação da Baixa portuense. Então a cidade passa a vivenciar um ‘efeito donut’ de crescimento urbano, ou seja, um crescimento populacional de forma espacialmente descentralizada, onde a mancha urbana do distrito do Porto é duplicada, enquanto as zonas mais centrais sofrem com o processo de esvaziamento e desertificação (Balsas, 2004, p. 398).

De acordo com dados registrados pela AMPorto (2020), entre 1960 e 1981 o município do Porto registra um crescimento de apenas 8% da população residente, em contrapartida em Matosinhos, Maia, Gondomar e Vila Nova de Gaia, cidades vizinhas com ligações diretas ao Porto, a média de crescimento é de 50% e na área metropolitana como um todo o número de residentes aumenta 32%. Já nos seguintes anos, entre 1981 e 2001, a cidade do Porto apresenta uma taxa de redução de 20% de seus moradores e os demais municípios continuam a receber investimentos e a aumentar o número de residentes, com uma média de crescimento de 31%, assim como a área metropolitana, com uma elevação de 14%, como pode ser verificado no gráfico ilustrado na Figura 5.

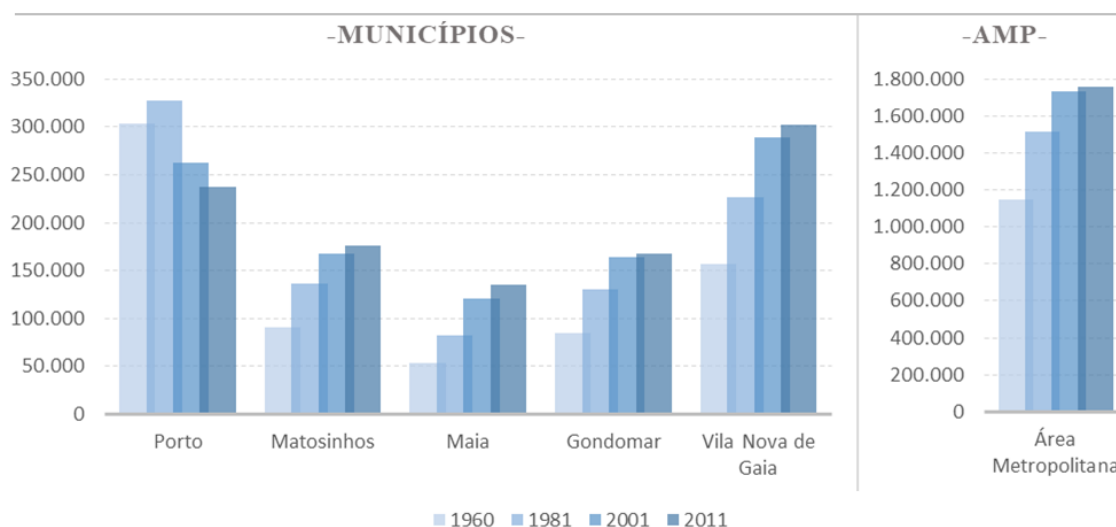


Figura 5 – Gráfico da população residente nos municípios e na área metropolitana do Porto
Fonte: Autora, a partir de dados do AMPorto (2020)

Para analisar os reflexos da desertificação do centro do Porto na rua de Santa Catarina deve-se considerar que este fenómeno acontece em dois momentos distintos, ambos ligados à “geografia de consumo” (Rocha & Fernandes, 2009, p. 263). O primeiro está relacionado à perda de moradias e condicionado pelo Plano Auzelle, situação compatível com as atividades da rua em termos de dimensão comercial, mas que contraria qualquer dimensão habitacional que ela pudesse ter em simultâneo, tornando o seu funcionamento bastante diurno. E o segundo ocorre no início da década de 1990 com o aparecimento dos centros comerciais nas áreas periféricas; o comércio tradicional no qual a Santa Catarina está presa, no bom sentido da palavra, começa a se estagnar frente a estes que tinham toda uma ideia de contemporaneidade e a rua – o seu comércio e a sua vivência – passa por um momento crítico. Se por um lado há um discurso muito favorável ao desenvolvimento e aos novos investimentos nas zonas periféricas, por outro lado existe um julgamento que se monta em torno do duplo esvaziamento das zonas centrais e que engatilham os movimentos em favor do comércio tradicional.

De acordo com Rocha & Fernandes (2009, p. 266) a alteração das formas de consumo e comportamento dos consumidores em conjunto com fatores de repulsão, como a degradação dos edifícios e arruamentos, a dificuldade de acessibilidade e a inexistência de estacionamento, culminam com a perda de protagonismo da rua em questão. Contrariando esta dinâmica, em 1996, é inaugurado o ViaCatarina, primeiro shopping implantado na Baixa do Porto, que acaba por ser o principal motivador da transformação e maior responsável pela revitalização da rua de Santa Catarina (Brochado, 1996, p. 34). Coincidindo com o processo de internacionalização e globalização e a predominância do setor terciário, o ViaCatarina se encarrega de atrair novamente o público para aquela região por apresentar novos e interessantes estabelecimentos, ampliando a oferta de produtos, serviços e o horário de funcionamento, além de estacionamento.

Na transição entre os séculos XX e XXI os esforços públicos, provenientes do Orçamento Geral do Estado e de outros programas europeus, estavam concentrados na área central, a fim de firmar novas dinâmicas, promovendo a requalificação do espaço público e a valorização cultural da cidade. Embora não existisse nenhum projeto de intervenção focado exatamente na rua de Santa Catarina, a reabilitação da zona central ocorre de forma geral e é impulsionada por iniciativas que promovem prestígios e investimentos, como a classificação pela UNESCO do centro histórico como Património Cultural da Humanidade e a distinção do Porto como Capital Europeia da Cultura (Fernandes, 2005, p. 14).

No início dos anos 2000, toda a região da Baixa e do centro histórico do Porto é classificada pelo governo português como Área Crítica de Recuperação e Reconversão Urbanística (ACRRU), reconhecendo os problemas e ações que eram necessárias para aquela zona. Na sequência, em 2004, com intuito de promover a reabilitação urbana da ACRRU é criada a Porto Vivo, SRU - Sociedade de Reabilitação Urbana do Porto, empresa de capitais públicos advindos maioritariamente do Estado, através do Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana (IHRU), e da Câmara Municipal do Porto, que detém 40% das ações (Porto Vivo, SRU, 2020). Por se tratar de um território amplo e diversificado, após uma análise multicritério sobre dados estatísticos, é delimitada uma Zona de Intervenção Prioritária (ZIP) onde existem fortes sinais de degeneração económica, social e urbana, mas também onde se concentram oportunidades de transformação. “A ZIP pode definir-se como uma área que congrega cumulativamente as seguintes características: é central; está dentro da Área Crítica de Recuperação e Reconversão Urbanística; tem um perfil comercial e de serviços contínuo e diversificado; é, na sua maior parte, identificada pelos cidadãos do Porto como Baixa; e é uma área consolidada do ponto de vista do tecido urbano e do valor arquitetónico” (Porto Vivo, SRU, 2005, p. 6). A delimitação da ACRRU, da ZIP e do Centro Histórico do Porto, assim como a localização da rua de Santa Catarina encontram-se representadas na Figura 6.



Figura 6 – Mapa de delimitação da ACRRU, ZIP e Centro Histórico do Porto
Fonte: Autora, a partir de dados do Porto Vivo, SRU (2005)

Um importante investimento que altera a estrutura e o funcionamento urbano do Porto, principalmente na ZIP, é a instalação da rede de metro, que inaugura sua primeira linha no final de 2002, com cerca de 12 km de extensão e 18 estações, realizando a ligação entre a Trindade e Senhor de Matosinhos. Dois anos mais tarde, para atender a demanda criada pela realização da 12.^a edição do Campeonato Europeu de Futebol, o chamado "Euro 2004", em Portugal, esta linha é prolongada até o Estádio do Dragão e passa a contar com mais 3,8 km de extensão e cinco novas estações no centro da cidade, incluindo a estação do Bolhão, o que se reflete diretamente na acessibilidade e na dinâmica da rua de Santa Catarina. Desde então, a expansão da rede acontece em ritmo acelerado, com inaugurações consecutivas de novos trechos, novas linhas e novas estações. Atualmente, o Metro do Porto é composto por 67 km de extensão total, integrado por seis linhas, constituído por uma frota de 102 veículos, servindo sete municípios da área metropolitana do Porto (Metro do Porto, 2020).

Apesar dos esforços, as primeiras décadas do século XXI em Portugal são marcadas pela crise econômica nacional, causada pela propagação dos efeitos nocivos da recessão mundial iniciada no mercado hipotecário em 2007 nos Estados Unidos, considerada por muitos economistas como o pior momento financeiro global desde a Grande Depressão de 1929 (Lindquist, Vries, & Wanna, 2015, p. 5). A situação pré-crise já não era favorável e a crise internacional acaba por expor a vulnerabilidade do país, que após a admissão à União Europeia e a adesão ao euro, precisou lutar para manter a alta produtividade econômica e recorreu a diversos financiamentos externos de baixo custo, provocando um ciclo vicioso de endividamento. O conjunto destes dois fatores traz consequências severas para Portugal, que implicam na redução de investimento público interno, na diminuição do desenvolvimento econômico, na elevação da taxa de desemprego e na má qualidade dos serviços e condições de bem estar da população (Nunan & Peixoto, 2012, p. 236) .

No Porto, os desequilíbrios causados pela crise reforçam o cenário deixado pelas falhas e insuficiências das intervenções realizadas no evento da cidade como Capital Europeia da Cultura. A administração encarou a “comemoração” como oportunidade de superar a famosa “síndrome de segunda cidade”, referindo-se à rivalidade com Lisboa, evidenciando sua vaidade e não a preocupação com a realidade dos problemas urbanos. Segundo Balsas (2004, p. 404), apesar de todos os investimentos, em um ano, o número de turistas na cidade aumentou somente 1,5%. Assim, o contexto do comércio passa por outro momento de decréscimo significativo, fazendo com que muitos estabelecimentos encerrem suas atividades ou se desloquem da Baixa (Rocha & Fernandes, 2009, p. 269).

Em meio à crise, a zona central da cidade, inclusive a rua de Santa Catarina, volta a se encontrar em estado de declínio, com a degradação dos edifícios, infraestrutura, equipamentos e espaço urbano.

Com o propósito de organizar e unificar a legislação regente sobre a reabilitação urbana e encontrar soluções para os desafios da época, no fim de 2009, é estabelecido um novo Regime Jurídico da Reabilitação Urbana (RJRU). A partir daí, as intervenções são desenvolvidas considerando os conceitos de Área de Reabilitação Urbana (ARU), que define a “parcela territorial que justifica uma intervenção integrada”; e de Operação de Reabilitação Urbana (ORU), que “correspondente à estruturação concreta das intervenções a efetuar no interior da respectiva área de reabilitação urbana”. Assim, por não alcançar o efeito pretendido no Porto, a extensão total da ZIP passa a não fazer sentido e ela é transformada em sete ARUs: Lapa, Cedofeita, Aliados, Santos Pousada, Miragaia, Centro Histórico e Bonfim, conforme mostra a Figura 7. A delimitação dessas ARUs fica a encargos da Porto Vivo, SRU através de critérios urbanísticos relacionados com as características morfológicas, do reconhecimento de dinâmicas próprias, da dimensão territorial relacionada ao potencial de localização e da continuidade estratégica relacionada com as estratégias tomadas anteriormente (Porto Vivo, SRU, 2010, p. 8).



Figura 7 – Mapa de conversão da ZIP em ARUs

Fonte: Autora, a partir de dados do Porto Vivo, SRU (2005)

É também em 2009 que a companhia aérea de baixo custo irlandesa, Ryanair, investe cerca de 100 milhões de euros no Aeroporto Francisco Sá Carneiro para a inauguração da sua 33ª base. A empresa, que já operava voos a partir do Porto desde 2005, amplia suas rotas e passa a voar para 16 destinos. Além de gerar diretamente 1500 empregos, esta abertura acaba por ser responsável por transformações de grandes proporções na economia da cidade em geral, e em particular na rua de Santa Catarina, na qual o crescimento do turismo faz o movimento contrário ao da crise econômica nacional e ao do fenômeno de desertificação da Baixa (Jornal de Notícias, 2009). Em uma realidade onde os recursos internos não são suficientes, o turismo é introduzido ao território como uma fonte externa de financiamento que, apesar de não acontecer de maneira imediata, tem a capacidade de alterar a situação gradativamente. Segundo dados extraídos do PORDATA, entre os anos de 1998 e 2008 o tráfego de passageiros no Aeroporto do Porto aumenta em 79%, e ao se considerar o mesmo espaço de tempo a partir de 2008 o aumento registrado é de 163%, o que representa aproximadamente 12 milhões de passageiros durante o ano de 2018 (PORDATA, 2019). Nos dias de hoje, o mapa de rotas da Ryanair partindo do Porto é formado por 69 rotas, distribuídas por 19 países, e apenas sete destes trajetos são realizadas por voos com escala (Ryanair, 2020). A lista completa das rotas realizadas pela Ryanair a partir do aeroporto Francisco Sá Carneiro em 2020³ pode ser vista no Anexo 1.

Aos poucos, com auxílio dos diversos programas de habitação e revitalização do comércio colocados em prática pela Porto Vivo, SRU, e da importante participação do turismo, as pessoas ocupam novamente a Baixa portuense. Esta apropriação se torna ainda maior quando, nos anos de 2012 e 2014, a cidade fica em primeiro lugar na competição que escolhe o melhor destino europeu, organizada pela “European Best Destinations”. O vencedor é eleito anualmente entre vinte cidades europeias concorrentes, através de votos online de milhares de viajantes de todo o mundo (European Best Destinations, 2017). Com a economia mais estabilizada, o Porto reafirma sua potencialidade e é premiado mais uma vez com o título de “Melhor Destino Europeu” em 2017, por meio de uma votação recorde, com mais de 32% dos mais de 425 mil votos. O impacto desta premiação resulta no aumento de 17% no fluxo de turistas na cidade, além do crescimento da visibilidade global e da cobertura da mídia (European Best Destinations, 2020, p. 3).

³ Dados coletados anteriormente a situação produzida pela pandemia do Covid-19.

Conforme citado acima, o turismo é um dos principais responsáveis pela recuperação da cidade do Porto, intensificando as atividades econômicas ligadas ao comércio e à alimentação e elevando a procura por hotéis e alojamentos locais, setores que refletem diretamente na rua de Santa Catarina. Na verdade, os efeitos dessas novas dinâmicas e transformações é percebido em todo território, mas não de maneira homogênea, o que enfraquece a integração pretendida nas intervenções. Neste contexto, percebe-se que é necessário, antes de realizar qualquer tipo de ação, rever os objetivos e os desafios atuais que impõem estas intervenções, assim como as próprias delimitações das Áreas de Reabilitação Urbana. Então, em 2015, são publicados os projetos da Porto Vivo, SRU aprovados pela Câmara Municipal do Porto, onde as sete antigas ARUs são transformadas, com diferentes limites e dimensões (Câmara Municipal do Porto, 2018b, p. 2). As cinco novas ARUs – Lapa, Massarelos, Baixa, Bonfim e Centro Histórico – e o posicionamento da rua de Santa Catarina estão representados na Figura 8.

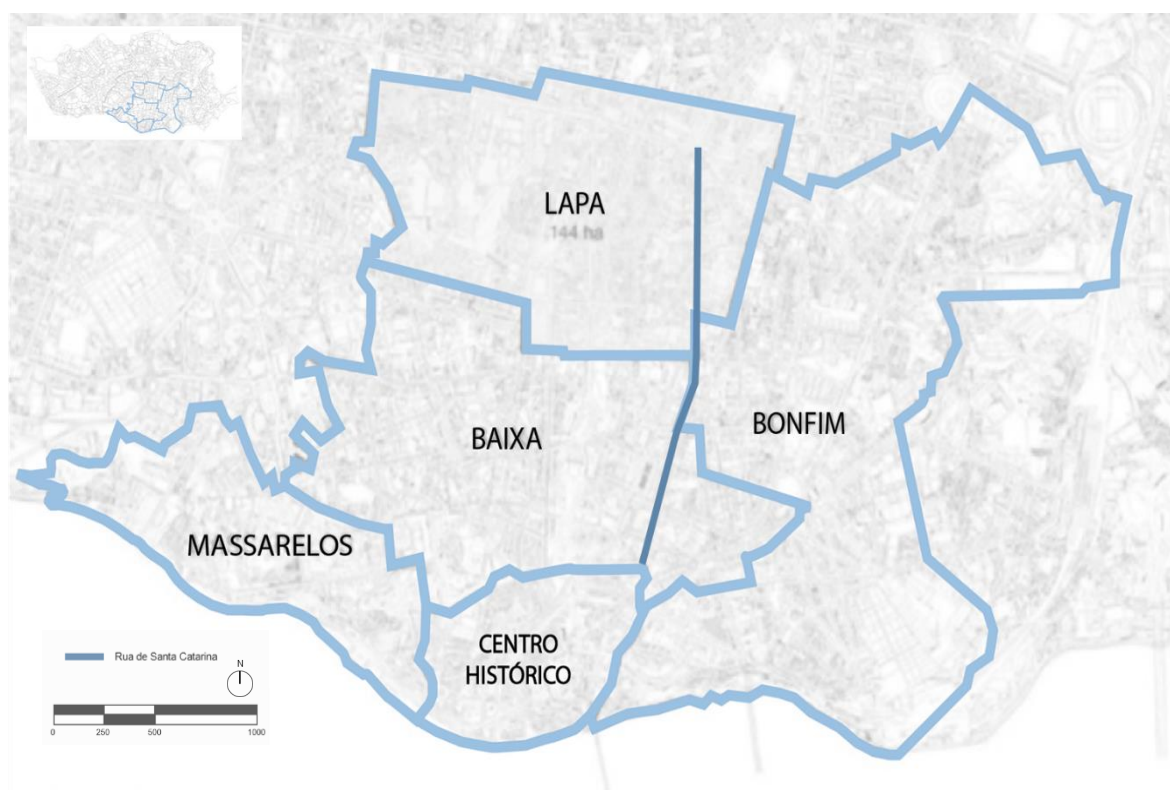


Figura 8 – Mapa das novas delimitações das ARUs
Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2018b)

Atualmente, a rua de Santa Catarina, em toda sua extensão, está inserida em três destas Áreas de Reabilitação Urbana: ARU da Baixa, ARU do Bonfim e ARU da Lapa. O intervalo entre a Praça da Batalha e a rua da Firmeza está compreendido na ARU da Baixa, já o segmento entre a rua da Firmeza e a rua de Gonçalo Cristovão se encontra no limite de interseção entre a ARU da Baixa e da ARU do Bonfim, o trecho entre a rua de Gonçalo Cristovão e a rua da Escola Normal está na fronteira confluyente à ARU do Bonfim e ARU da Lapa e a última porção entre a rua da Escola Normal e a Praça do Marquês pertence à ARU da Lapa.

Assumindo a relevância que o comércio tem na história e com objetivo de preservar a identidade da cidade, no ano de 2016, a Câmara Municipal do Porto desenvolve o programa Porto de Tradição que pretende salvaguardar e revitalizar estabelecimentos de comércio tradicional local e entidades de interesse histórico, cultural ou social local. É criado um grupo de trabalho, constituído por uma equipe multidisciplinar com representantes de vários departamentos da própria Câmara, de algumas faculdades da Universidade do Porto e de associações ligadas ao comércio, responsável por estabelecer as medidas de proteção e os critérios de elegibilidade. No início de 2019 é aprovado o documento oficial que regulamenta o programa, definindo como medidas de proteção: incentivos fiscais, com redução ou isenção de impostos; isenção de taxas de publicidade e ocupação do domínio público; formação e consultoria em domínios específicos direcionados à atividade comercial; criação de mecanismos de visibilidade em diferentes plataformas de comunicação; e criação de roteiros culturais temáticos; e como critérios de elegibilidade: a longevidade das lojas; a continuidade geracional na família ou empregados; a origem dos produtos comercializados; a existência de marca registrada e produtos identitários; a viabilidade financeira; a arquitetura e imagem interior e exterior; o espólio/acervo; e a notoriedade do estabelecimento para a história, arte e cultura da cidade (Câmara Municipal do Porto, 2019).

Em janeiro de 2020 juntam-se ao programa mais quatro lojas, elevando para 83 estabelecimentos comerciais e duas entidades históricas protegidas pelo Porto de Tradição (Câmara Municipal do Porto, 2020b). Também para este ano, foi aprovado um fundo municipal com verba de 525 mil euros, o qual será investido na recuperação de 28 estabelecimentos, neste primeiro momento, através do restauro ou manutenção do património e auxílio na promoção, divulgação e modernização dos negócios (Porto Ponto, 2019b). As próximas seções tratarão de maneira mais detalhada sobre as lojas e entidades presentes na área de enquadramento e na área de estudo desta dissertação. A lista completa dos estabelecimentos reconhecidos ao abrigo do programa Porto de Tradição é exibida no Anexo 2.

De acordo com o relatório de perspectiva imobiliária apresentado pelo grupo CBRE (Coldwell Banker Richard Ellis), em 2018 a maior parte dos investimentos imobiliários é aplicada no setor do comércio, representando 42% do total. O crescimento do turismo e do consumo privado, em conjunto com a qualificação dos espaços comerciais através da reabilitação de vários imóveis, impulsiona o comércio de rua e fundamenta sua fase ascendente no centro do Porto. Apesar dos inúmeros edifícios remodelados nas principais artérias de comércio, a oferta de lojas disponíveis para comercialização ainda é menor que a procura, aspecto que estimula a elevação das rendas. Na rua de Santa Catarina os valores aumentaram 33% no período de um ano (CBRE, 2019, p. 19).

Mesmo com o crescimento do comércio eletrônico, a previsão é que o comércio de rua, nomeadamente o da Santa Catarina, continue a manter o dinamismo visto nos últimos dois anos, atraindo cada vez mais marcas e alcançando maior número de consumidores, que prezam pela experiência da compra. Existem vários imóveis em processo de licenciamento e, apesar de hoje estarem configurados como lojas devolutas, em breve poderão ser contabilizados como novas oportunidades para comercialização. Contudo, a tendência é que o valor das rendas desta artéria siga subindo e atinja a marca de 70€/m²/mês, traduzindo um aumento de 8%. Dessa forma, embora haja uma constante procura pelos eixos principais, há também a expectativa de expansão do comércio de rua para os eixos transversais que podem ter maior disponibilidade de imóveis (CBRE, 2020, p. 20).

Para além de compreender a rua de Santa Catarina na atualidade através de suas transformações históricas, faz-se necessário estudar e caracterizar de forma geral a área em que ela se encontra enquadrada, tema tratado na próxima subseção deste capítulo.

3.1.2 ÁREA DE ENQUADRAMENTO

A área de enquadramento do presente trabalho é delimitada por grandes avenidas e importantes pontos de acessibilidade do centro do Porto, conforme apresenta o mapa ilustrado na Figura 9. Representa um setor urbano que se compreende entre o Campo 24 de Agosto e a Avenida dos Aliados, no sentido Nascente-Poente/Leste-Oeste, e entre a rua Gonçalo Cristóvão e a rua de Santo Ildefonso e a Praça Almeida Garrett, no sentido Norte-Sul.

No eixo longitudinal é possível visualizar o espaço entre dois pontos de referência da cidade: a Estação da Trindade, principal estação da rede de Metro do Porto, responsável pela conexão entre as seis linhas existentes atualmente; e a Estação de São Bento, além da sua notoriedade nas deslocações de pessoas, tanto pela linha D do Metro quanto através dos comboios da Linha do Minho, é considerado como um dos monumentos portuenses mais relevantes. Já na direção transversal tem-se

um território entre um polo de atração e um dos principais arruamentos do Porto: o Campo 24 de Agosto, limite da zona oriental da cidade, onde se localiza um dos terminais rodoviários e a estação homônima na qual circulam as linhas A, B, C e F do Metro; e a Avenida do Aliados, em que se encontra o centro cívico, praças, edifícios históricos e a estação do Metro por onde passa a linha D. Vale ressaltar que estes quatro pontos supracitados estão situados em locais servidos também por diversas linhas de autocarros que permitem acesso à maior parte da área metropolitana.

Nota-se que as arestas limítrofes desta área se formam através da interseção do prolongamento das linhas que tangenciam as estações do Metro do Porto mencionadas acima, sendo a escolha dos seus locais de instalação totalmente ligada ao que faz sentido na lógica do desenvolvimento, das regiões com forte capacidade de transformação. No fundo é a influência do Metro no centro da cidade que realmente demarca a área de enquadramento.

Tendo em vista a extensão significativa que esta área abrange, a rua de Santa Catarina aparece como uma artéria central em um espaço intermédio importante, a qual se relaciona bem tanto com o centro da Baixa, quanto com o centro do início da zona oriental portuense. Ainda conta com uma estação de metrô específica, a Estação do Bolhão, que confirma o potencial da rua.

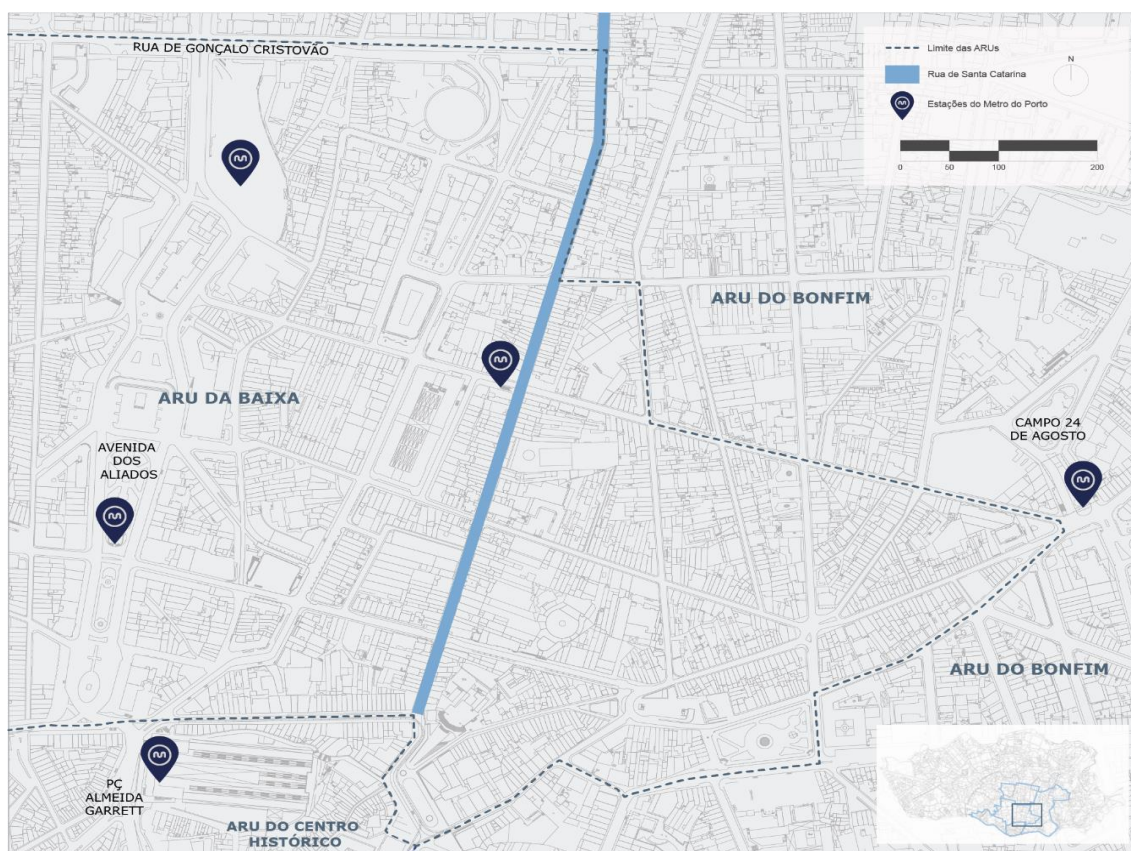


Figura 9 – Mapa de delimitação da Área de Enquadramento
Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2020a)

Com aproximadamente 1,25 Km², a área de enquadramento está inserida em três Áreas de Reabilitação Urbana (ARU). A maior parcela está dividida entre a ARU da Baixa a oeste e a ARU do Bonfim a leste, além de uma pequena porção a sul que pertence à ARU do Centro Histórico.

Como demonstra a Carta de Qualificação do Solo da Figura 10, a maior parte da área de enquadramento é qualificada como frente urbana contínua consolidada que, de acordo com o Plano Diretor Municipal do Porto (PDMP) em vigor, corresponde às zonas estruturadas em quarteirão com edifícios, maioritariamente, alinhados pelas ruas, onde tanto o espaço público como o próprio edificado se apresentam estabilizados. Além de apresentar três áreas verdes de utilização pública, verifica-se a presença marcante de equipamentos que exercem funções de grande importância na cidade e são estruturantes para seu ordenamento.

O primeiro objetivo estratégico claro do PDMP incide sobre a “valorização da identidade urbana do Porto” e indica que uma das formas de o alcançar é através da “salvaguarda e promoção do património edificado e da imagem da cidade” (Câmara Municipal do Porto, 2012, p. 35270). Dessa forma, o Relatório de Caracterização e Diagnóstico dos Valores Patrimoniais do Porto, divulgado em abril de 2018, funciona como um catálogo do patrimônio, formado pelos imóveis classificados e por bens patrimoniais que devem sempre ser protegidos e valorizados. É possível verificar pelos mapas de Imóveis Classificados e Bens Patrimoniais, também ilustrados na Figura 10, que a área de enquadramento é uma zona rica em termos de valores patrimoniais, onde identificam-se diversos elementos de interesse público; entre eles importa destacar os seguintes:

- Biblioteca Pública Municipal do Porto (IP22);
- Cinema Batalha (IP69);
- Café Majestic (IP41);
- Capela das Almas / Capela de Santa Catarina (IP44);
- Coliseu do Porto (IP68);
- Conjunto da Praça da Liberdade, Av. dos Aliados e Praça do General Humberto Delgado (IP65);
- Estação de São Bento (IP52);
- Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (IP76);
- Igreja de Santo Ildefonso (IP28);
- Igreja e Antigo Hospital da Ordem da Trindade (IVC79);
- Mercado do Bolhão (IP83);
- Teatro Nacional de São João (MN20);
- Teatro Sá da Bandeira (IP87).

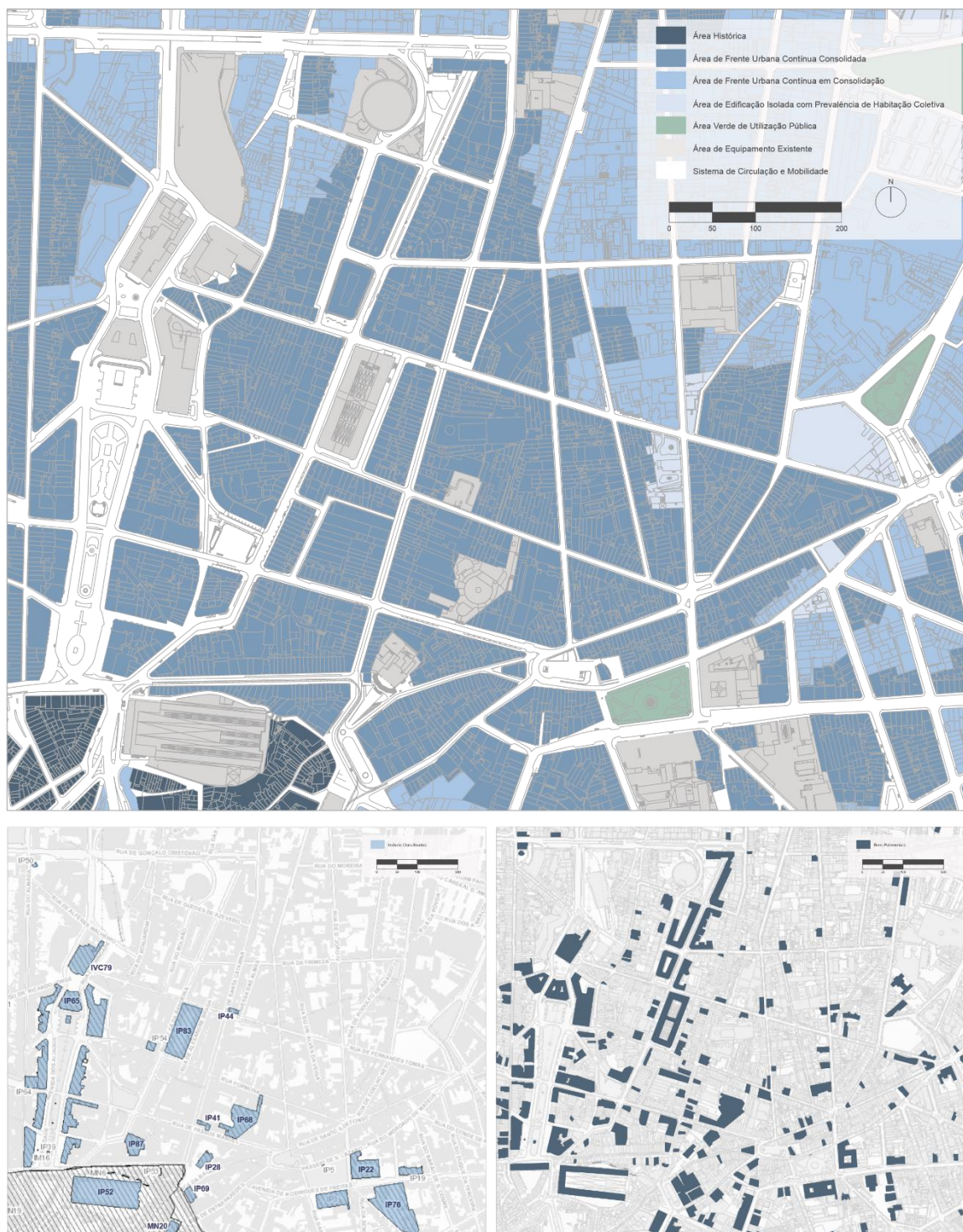


Figura 10 – Mapas da Área de Enquadramento: Qualificação do Solo (cima) | Imóveis Classificados (esquerda) | Bens Patrimoniais (direita)

Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2017 | 2020a | 2020a)

Além do Mercado do Bolhão, que se encontra fechado para obras, identifica-se no mapa ilustrado na Figura 11 outros dois empreendimentos, os shoppings ViaCatarina e La Vie Porto Baixa, que não são mencionados nos documentos da CMP como imóveis classificados ou bens patrimoniais, mas merecem destaque, pois demonstram a concentração de elementos comerciais na área de enquadramento e contribuem diretamente para a dinâmica e movimento da rua de Santa Catarina.

Outro ponto de relevância dentro da área é o empreendimento “Bonjardim City Block”, realizado através de uma parceria público-privada entre a Porto Vivo - Sociedade de Reabilitação Urbana (SRU) e a sociedade gestora do Millenium BCP. Este projeto a ser executado no Quarteirão D. João I, em evidência na Figura 11, idealiza a construção de unidades habitacionais, áreas comerciais, hotelaria e parque de estacionamento subterrâneo. De acordo com a SRU, serão cerca de 28000 metros quadrados acima do solo e 1700 metros quadrados abaixo do solo, sendo apontada como uma das maiores iniciativas imobiliárias da cidade (Porto Vivo, SRU, 2006). Tanto a reabilitação do Mercado do Bolhão como a reconstrução do Quarteirão D. João I têm a previsão de conclusão de obras para os últimos meses de 2021 e, segundo o grupo CBRE (2019, p. 20), “são dois projetos determinantes para a consolidação do comércio na Baixa do Porto na medida em que vão reforçar a ligação entre a rua de Santa Catarina e a Avenida dos Aliados, e recuperar a atividade comercial que a rua Sá da Bandeira teve no passado”.

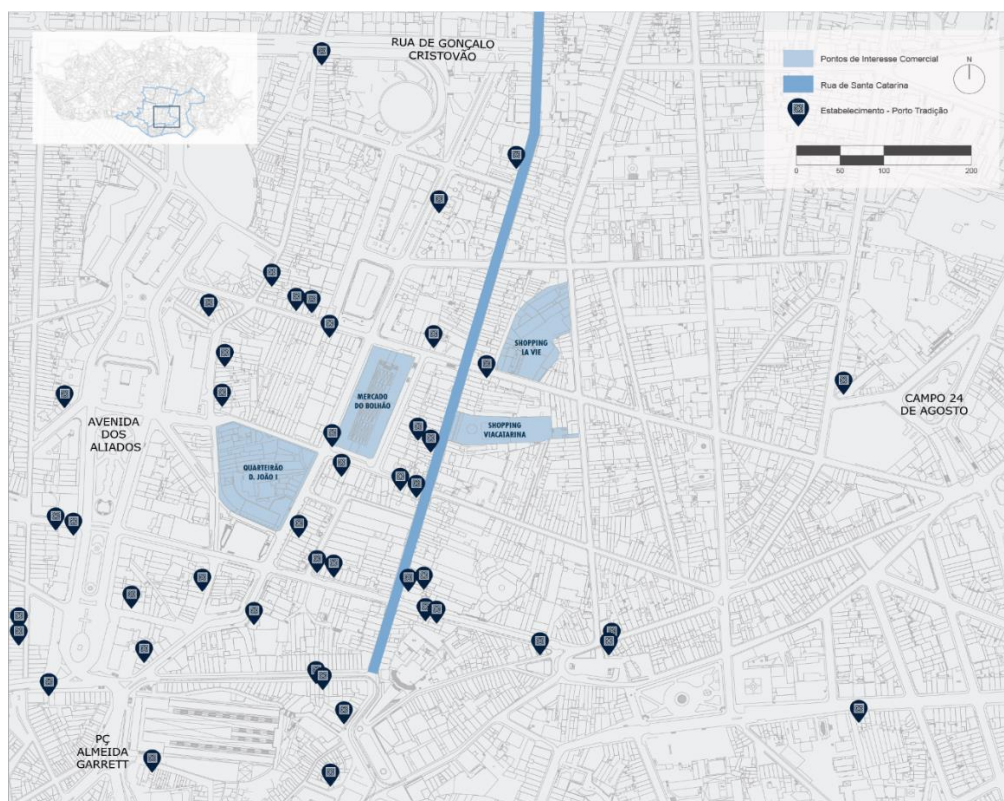


Figura 11 – Mapa de elementos comerciais da Área de Enquadramento
Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2020a)

A tendência comercial desta zona é reforçada pela concentração de 45 estabelecimentos reconhecidos pelo Porto de Tradição, também sinalizados na Figura 11, número que representa 53% do total de lojas e entidades abrigadas pelo programa atualmente (Câmara Municipal do Porto, 2020b). Outro fato relevante é que 57% dos estabelecimentos apoiados pela verba reservada na primeira edição do Fundo Municipal do Porto de Tradição, que acontece neste ano de 2020, também estão inseridos na área de enquadramento (Porto Ponto, 2019b). Estes percentuais se tornam ainda mais significativos quando se observa que a área de enquadramento constitui apenas 3% da área total do concelho do Porto. A lista completa dos estabelecimentos abrigados pelo programa Porto de Tradição é apresentada no Anexo 2.

Portanto, é possível perceber que há de fato o enquadramento de um determinado conjunto de características e questões nesta área, que acabam por se refletir igualmente na própria rua de Santa Catarina. É interessante entender que a rua faz parte de um contexto urbano geral muito consolidado, onde existe uma quantidade significativa e disseminada de edifícios com valor patrimonial por todo território, elevando o seu nível e diferenciando o seu status. Compreende-se também que, para além desta artéria comercial, há uma série de outros elementos que colaboram para um mesmo fim ou estão a ser complementares.

Na seguinte subseção do presente capítulo a investigação foca na área de estudo propriamente dita e seu entorno imediato, pretendendo evidenciar suas características de maneira mais detalhada.

3.1.3 ÁREA DE ESTUDO

Conforme mencionado na subseção 3.1.2, a rua de Santa Catarina tem início na Praça da Batalha e estende-se até à Praça do Marquês de Pombal, com o comprimento total de aproximadamente 1.600 metros, divididos entre 10 quarteirões. Porém, para definição da área de estudo desta dissertação considera-se apenas a parcela da rua que está inserida na Área de Reabilitação Urbana da Baixa. Segundo o Projeto de Delimitação aprovado em 2018, neste espaço estão compreendidos quatro quarteirões: o primeiro se encontra entre a Praça da Batalha e a rua de Passos Manuel; e os três quarteirões seguintes, classificados como pedonais, se localizam entre as ruas de Passos Manuel e Firmeza; como apresenta o mapa da Figura 12. Esta porção da rua de Santa Catarina tem um posicionamento estratégico em relação à área de enquadramento e à área central do Porto como um todo, entrepondo conexões com a Avenida dos Aliados, a estação da Trindade, a Estação de São Bento e o Campo 24 de agosto.



Figura 12 – Mapa de delimitação da Área de Estudo
Fonte: Autora, a partir de dados do Google Earth (2020)

A delimitação da ARU da Baixa tem a intenção de facilitar a compreensão e o planejamento das intervenções nela propostas de maneira conjunta, como uma única operação. Neste sentido, é considerado o espaço urbano com características similares e os critérios para definição de seus limites são: o padrão da estruturação urbana, que identifica a morfologia e tipologia das edificações como marcos para imagem da cidade; as dinâmicas urbanas recentes, tendo em vista a larga escala de reabilitações do edificado que acontecem impulsionadas pela importância do turismo; e os aspetos demográficos, que mostram a retração e o envelhecimento da população residente e precisam de medidas que obtenham o equilíbrio deste mercado imobiliário (Câmara Municipal do Porto, 2018b, p. 6).

Buscando alcançar as soluções adequadas para a reabilitação e regeneração urbana deste território, a ARU da Baixa pretende: melhorar as condições habitacionais da população residente; atrair novos residentes através do aumento da oferta de habitação acessível e da melhoria e pertinência dos serviços oferecidos às famílias; diversificar a base económica, atraindo atividades inovadoras e qualificadas; valorizar os bens patrimoniais e preservar as malhas e as morfologias existentes; e implementar um modelo de intervenção eficiente e participado. Além disto, são estabelecidos incentivos fiscais associados a impostos municipais sobre imóveis e benefícios relacionados a taxas municipais (Câmara Municipal do Porto, 2018b, p. 8).

De acordo com dados do SIR-Reabilitação Urbana⁴, sistema estatístico gerido pela Confidencial Imobiliário, no primeiro semestre de 2019, foi contabilizado um número superior à 620 operações imobiliárias realizadas nas nove Áreas de Reabilitação Urbana do Porto, resultado do investimento de aproximadamente 232 milhões de euros. O relatório aponta ainda que a ARU da Baixa recebeu cerca de 111 milhões de euros, representando quase a metade do valor total investido e mais de 240 imóveis negociados (Expresso, 2019).

Esta zona central se destaca por sua vitalidade, onde o setor terciário predomina, absorvendo mais de 20% dos empregos gerados no município e abrigando inúmeras instituições públicas, privadas e equipamentos coletivos. Mesmo a dimensão habitacional não estando tão presente, é uma região de intensa circulação, tanto de residentes como de visitantes, e a concentração de suas atividades comerciais, turísticas e culturais, além do rico patrimônio edificado, formam a imagem da cidade que possui prestígio, não apenas, nacional, como também internacional (Câmara Municipal do Porto, 2018b, p. 3).

⁴ A autora não obteve acesso aos relatórios em questão, por esta razão são utilizadas fontes não científicas como referências.

Rocha & Fernandes (2009, p. 265), Brochado (1996, p. 6) e CBRE (2018, p. 11) concordam que a fração da rua de Santa Catarina delimitada como área de estudo do presente trabalho demonstra a maior vocação para o comércio de toda sua extensão, apresentando uma oferta densa e consolidada de estabelecimentos. Como importante arruamento da cidade, para além de ser um local de passagem, configura-se também como área de permanência e é, nos dias de hoje, um dos principais espaços de consumo do Porto, talvez um dos mais conhecidos da região norte do país, fatores que contribuem para o grande movimento registrado na rua.

Segundo reportagem publicada no jornal de negócios Construir (2017), um estudo intitulado “Comércio de rua em Lisboa e Porto”¹ realizado pelo grupo CBRE, uma das maiores empresas de serviços imobiliários do mundo, concluiu que, no ano 2017, a rua de Santa Catarina foi a artéria com maior tráfego pedonal do país, apresentando uma média de mais de 4.200 pessoas por hora no período de maior movimento, número que cresceu 20% face a um estudo similar realizado em 2007, superando inclusive a rua Augusta em Lisboa. A diretora de Research do grupo CBRE Portugal, Cristina Arouca, aponta que esta superação se dá pelo fato de “no Porto, as lojas de moda e acessórios de insígnias internacionais estarem concentradas predominantemente na rua de Santa Catarina, ao contrário da capital portuguesa, onde as marcas internacionais estão presentes em maior escala em três localizações – Baixa, Chiado e Avenida da Liberdade – e que se pode traduzir numa maior dispersão do tráfego pedonal” (Construir, 2017).

Resumidamente, os fatos narrados na subseção 3.1.1 mostram que, no início de sua história, a rua de Santa Catarina conta exclusivamente com a presença do comércio tradicional e os estabelecimentos locais permanecem na mesma localização por um período mais longo. Com o declínio da Baixa, no final do século XX, a Santa Catarina apresenta uma degradação significativa, com grande perda de clientes e encerramentos de diversos estabelecimentos. Então, surgem os centros comerciais, em especial o ViaCatarina, que auxilia na reabilitação da rua, atraindo marcas nacionais e internacionais, que trazem de volta o público consumidor.

A partir daí, ocorre uma inversão no raciocínio dos negócios da rua de Santa Catarina, na qual a lógica dos centros comerciais começa a fazer sentido no espaço público. Um dos elementos essenciais para o planejamento, gestão e sucesso de um centro comercial são as lojas âncoras que, normalmente, estão implantadas em imóveis com maior área associada e estão relacionadas às marcas conhecidas e relevantes o suficiente para transmitirem confiança aos consumidores. A fixação dessas lojas âncoras, que por vezes são convidadas a entrar em um determinado shopping ou recebem outros tipos de benefícios, como descontos no valor do aluguel, estabelece uma lógica de negócio que pressupõe um princípio de organização do comércio e garante externalidades positivas ao empreendimento, ao intensificar o tráfego de clientes, tanto para as próprias lojas âncoras como para

as lojas ao redor; contribuir para o aumento das vendas e do lucro em geral e desenvolver o centro comercial, através da implantação de outras lojas e captação de novos investidores (Konishi & Sandfort, 2003, p. 414).

Assim, o centro comercial expõe um conjunto de práticas econômicas, determinando um fluxo de movimentos, que são adotadas pelo comércio de rua da Santa Catarina, subvertendo completamente a lógica do comércio tradicional que lá reinava antigamente. A instalação de lojas como a FNAC, Zara, Benetton, Seaside, Adidas, entre outras, transforma aos poucos a dinâmica deste território urbano. As marcas tidas como âncoras se posicionam estrategicamente onde possam obter determinadas garantias de utilização e maior potência possível de alcance ao público, isto acontece dentro dos shoppings e nos comércios de rua. Algumas marcas que foram âncoras para o funcionamento do ViaCatarina, se tornam âncoras para a reabilitação da rua de Santa Catarina, como a Massimo Dutti, que em uma certa altura desloca suas dependências de dentro do centro comercial para uma loja de rua, pois percebe que esta já possui uma quantidade de utilizadores que faz sentido e vai ao encontro dos seus objetivos.

A observação em campo possibilita o entendimento de que a multiplicidade dos tipos de atividades comerciais que se desenvolvem na rua de Santa Catarina é reflexo da dimensão eclética encontrada nela quando examinado o perfil de seus usuários. Por se tratar de um espaço público de consumo e lazer, permite o uso e a apropriação por pessoas de inúmeras nacionalidades, idades, gêneros, raças e classes sociais. Neste sentido, o comércio visa atender às necessidades e responder aos diferentes setores da população. Atualmente a maior parte dos estabelecimentos situados na área de estudo iniciam seu funcionamento nos dias de semana entre as 9 e as 10 horas, encerrando suas atividades entre as 19 e as 20 horas. No sábado os horários de abertura e fechamento podem variar e aos domingos e feriados o mais comum é encontrar as lojas fechadas. Porém, apesar da grande diversidade dentro do mercado retalhista, nos dias presentes a via ainda é marcada pela monofuncionalidade e, mesmo com a revitalização da Baixa e as transformações na rua de Santa Catarina ao longo dos anos, sua movimentação é praticamente restrita à utilização diurna, ligada diretamente com o horário de funcionamento dos estabelecimentos.

Como citado na subseção 3.1.2 e reafirmado pelo mapa ilustrado na Figura 13, em termos de qualificação do solo esta área é considerada frente urbana contínua consolidada, e, de acordo com o PDMP em vigor (Câmara Municipal do Porto, 2012, p. 35272), correspondem às zonas de uso mistos (habitacional, comercial e de serviços), nas quais pretende-se a manutenção e valorização das malhas e morfologia existentes. O Plano ainda ressalta que, como estas áreas são compreendidas sobretudo

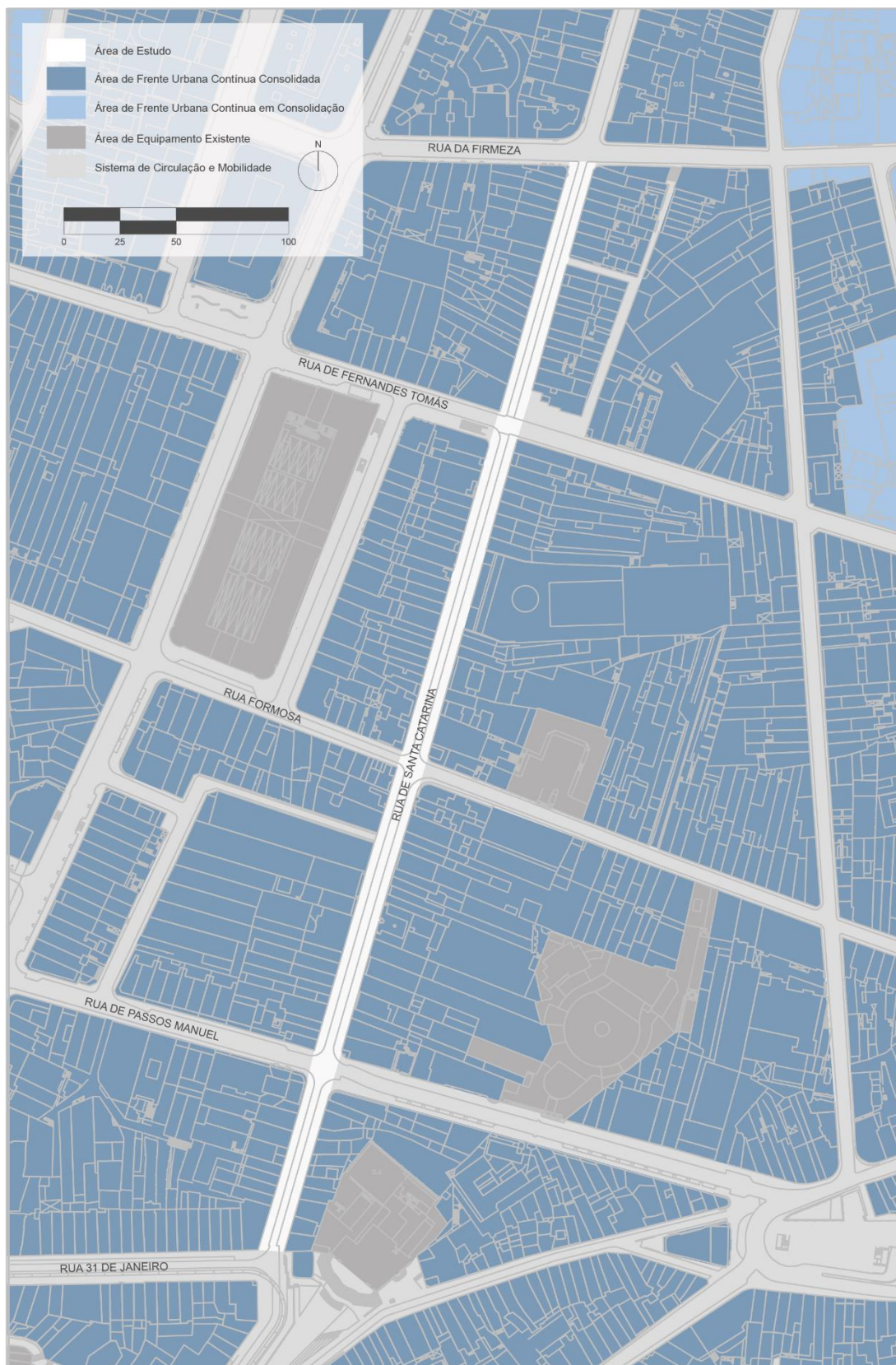


Figura 13 – Mapa de qualificação do solo da Área de Estudo
Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2017)

por quarteirões da zona central da cidade, onde existem edifícios significativos e com interesse patrimonial, as intervenções a efetuar nelas devem privilegiar a conservação e reabilitação dos edifícios existentes, tendo como objetivo a preservação de elementos caracterizadores de uma imagem da cidade e também a potenciação da ocupação por usos qualificadores e dinamizadores da vivência urbana.

Portanto, nesta zona da cidade onde as edificações e as infraestruturas são mais consolidadas prevalece a importância do património e sua preservação, remetendo novamente a um dos principais objetivos estratégicos do PDMP, que busca a valorização da identidade urbana e cultural do Porto. Segundo a Porto Vivo, SRU, o fato de a região central da cidade ser formada de acordo com princípios urbanísticos do passado, que resulta em um património único, é ao mesmo tempo uma dificuldade e uma virtude, que implica que o processo de reabilitação e revitalização deva sempre “respeitar o que caracteriza o seu território, os seus edifícios, as suas gentes e o seu modelo de desenvolvimento, não podendo no entanto ficar aquém da necessária transformação do processo urbano” (Porto Vivo, SRU, 2005, p. 5).

Em Portugal, o órgão responsável pela gestão do património cultural é a Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), que elabora as regras para classificação dos imóveis segundo seus valores relativos, podendo ser de interesse nacional, de interesse público ou de interesse municipal. Na área de estudo e no seu entorno imediato todas as edificações classificadas são de interesse público, sejam elas imóveis ou monumentos, o que significa que representam um valor cultural de importância nacional, mas para o qual o regime de proteção pode ser menor do que o utilizado para os imóveis classificados como de interesse nacional (Direção-Geral do Património Cultural, 2020).

A cartografia apresentada na Figura 14 identifica os imóveis e monumentos classificados pela DGPC, indicados pelos números 1 a 7, assim como as praças e centros comerciais existentes dentro da área de estudo e em suas envolventes, pois interessa apontar os pontos que claramente influenciam a dinâmica da Santa Catarina, mesmo que alguns deles não estejam situados na parcela da rua em análise. Além destes, estão também identificados no mapa os bens patrimoniais classificados pela Câmara Municipal do Porto, indicados pelos números 8 a 23, e os estabelecimentos abrigados pelo programa Porto de Tradição presentes nas delimitações da área de estudo, uma vez que, nestes casos, os imóveis localizados fora dela não motivam grandes alterações na rua.



Figura 14 – Mapa do patrimônio da Área de Estudo
Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2020a)

O Mercado do Bolhão (1), o Solar do Conde de Bolhão (2), o Coliseu do Porto (3) e o Teatro Sá da Bandeira (4) são classificados como Monumentos de Interesse Público e não estão instalados propriamente na rua de Santa Catarina, mas devido à importância de suas atividades comerciais e culturais auxiliam para aumentar a movimentação na área de estudo. Os edifícios classificados como Imóveis de Interesse Público são a Capela das Almas (5), o Café Majestic (6) e a Igreja de Santo Ildefonso (7), que apresentam construções de extrema relevância e destaque nesta zona. Já os imóveis classificados como Bens Patrimoniais evidenciam edificações diferenciadas por seus valores arquitetônicos, artísticos, históricos, simbólicos, culturais e/ou sociais presentes na porção investigada da rua de Santa Catarina, e são os seguintes: edifício de habitação e Casa Reis & Filhos, onde atualmente funciona a loja Meia Dúzia (8); edifício de habitação e Livraria Latina (9); loja Casa Othello (10); loja Casa Inglesa, onde atualmente funciona a loja Marcolino (11); conjunto de edifícios de habitação do período Almadinos (12); antigas Galerias Palladium, onde hoje funcionam as lojas FNAC e C&A (13); edifício de habitação e comércio, atualmente em obras (14); palacete, onde atualmente se encontra a loja Oysho (15); palacete, onde hoje estão as cafeterias Mengos, Porto Douro e Império (16); Grande Hotel do Porto (17); edifício de habitação e comércio, onde atualmente se situa a loja Seaside (18); edifício de habitação e comércio, onde atualmente estão as lojas Pé de Meia e Porto Meia (19); edifício de habitação e comércio, onde hoje funciona a loja Tenezis (20); palacete, onde atualmente se localiza a loja Massimo Dutti (21); palacete, onde atualmente está a loja Foot Locker (22); e edifício de habitação e comércio, onde atualmente se situa a mercearia Casa Cerdeira (23). As imagens, antigas e atuais, de alguns destes estabelecimentos são apresentadas na Figura 15 e identificadas com a mesma numeração da cartografia mostrada na Figura 14.

Dentro dos limites da área de estudo, existem ainda cinco estabelecimentos que detêm o selo Porto de Tradição, programa que tem a intenção de preservar o comércio tradicional local: o famoso Café Majestic, identificado pelo número 6 na Figura 14; a Casa Alvão, uma das mais importantes lojas de fotografia de Portugal, situada ao lado do Café Majestic; a Casa Lima, antiga loja dedicada ao comércio de calçados e bolsas, localizada próximo ao cruzamento com a rua Formosa; a Adão Oculista, ótica tradicional e prestigiada, instalada no meio do quarteirão entre as ruas Formosa e de Fernandes Tomás; e a Bazar Mabril, loja especializada em artigos para crianças, situada próxima à ótica Adão Oculista.

Apesar de não constarem nas listas oficiais de imóveis de interesse público, como já referido anteriormente, estão destacados na cartografia ilustrada na Figura 14 os shoppings ViaCatarina e La Vie Baixa Porto, que, em conjunto com o Mercado do Bolhão, demonstram a vocação comercial desta região e contribuem fortemente para a vitalidade da rua de Santa Catarina. O mesmo efeito



Figura 15 – Imagens antigas e atuais de estabelecimentos com valores patrimoniais da Área de Estudo
Fonte: Dados de pesquisa (2020)

dinâmico é causado pela proximidade com as praças da Batalha, onde existe um grande número de hotéis e alguns elementos culturais, e dos Poveiros, na qual há uma concentração de restaurantes, cafés e bares.

Segundo a Câmara Municipal do Porto (2018c, p. 4), no contexto de preservação do património arquitetónico, faz-se necessário respeitar e salvaguardar todos os elementos construídos, assim como as técnicas de construção, não apenas nas fachadas exteriores como também nos espaços interiores dos edifícios. Mesmo com toda a preocupação perante a conservação dos valores patrimoniais desta zona da cidade do Porto, é possível identificar que a reabilitação e a renovação de alguns imóveis da rua de Santa Catarina não são realizadas com o cuidado exigido pela CMP. Como exemplos tem-se, entre outros, o edifício onde estão atualmente instaladas as lojas Fnac e C&A (13), que internamente foi totalmente alterado e nada tem a ver com a divisão das antigas Galerias Palladium; e o edifício que atualmente se encontra em obras (14) e em um passado recente abrigou a marca Bruxelas, no qual a parte interna já apresenta-se completamente demolida, inclusive a cobertura, como mostram as imagens exibidas na Figura 16.

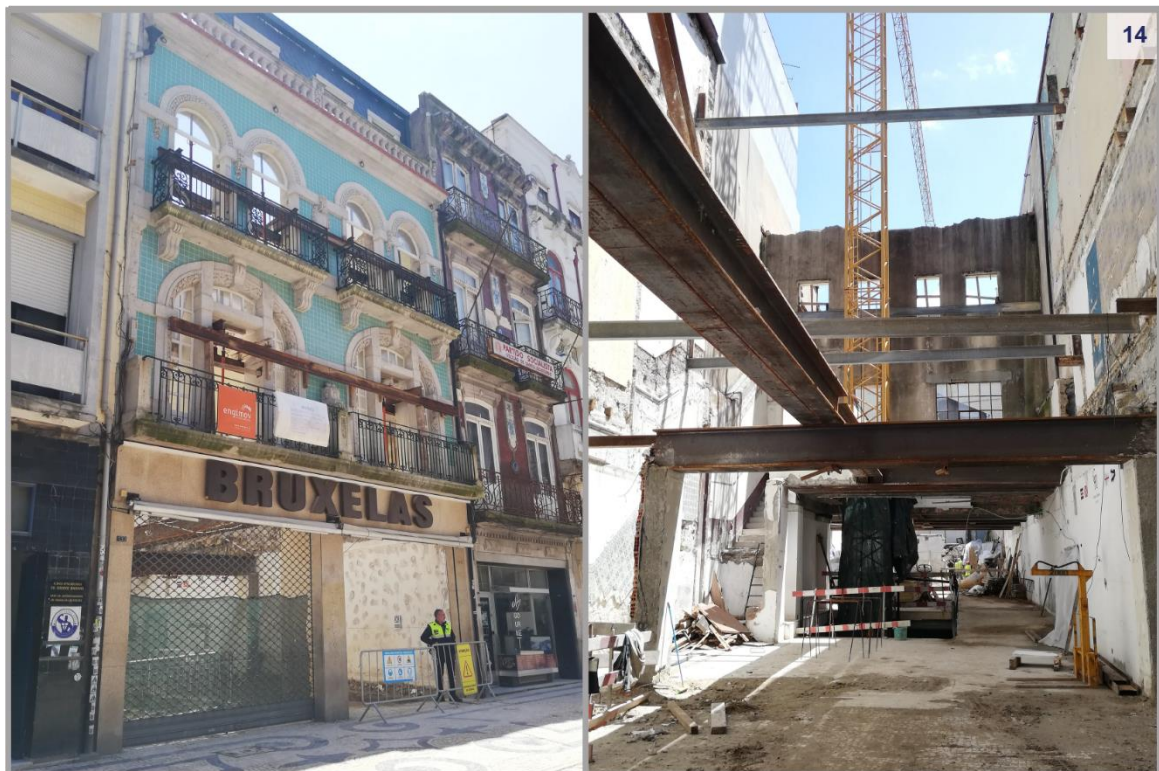


Figura 16 – Edifício que abrigou a marca Bruxelas em obras de reabilitação
Fonte: Autora (2020)

Outro fator determinante para compreender a qualidade do ambiente urbano é a condição de acessibilidade e mobilidade do local. De acordo com a Câmara Municipal do Porto (2018b, p. 3), “a zona da Baixa do Porto é dotada de condições privilegiadas em matéria de conectividade através de transporte público, esta área da cidade apresenta uma oferta qualificada ao nível da generalidade das infraestruturas e do espaço público”. Para esta análise, assim como acontece na investigação relacionada ao patrimônio cultural, importa alargar a área de influência e tratar as ruas localizadas no entorno imediato ao objeto de estudo da presente dissertação e não apenas a rua em questão.

Como previamente mencionado, a área de estudo engloba os quatro primeiros quarteirões da rua de Santa Catarina, dos quais somente o primeiro não é pedonal e permite o tráfego normal de veículos, incluindo transportes públicos. Nos três trechos seguintes há restrição na circulação de veículos, onde a entrada é condicionada apenas para acesso às garagens das habitações e alojamentos ou para cargas e descargas, autorizadas nos dias úteis, das 0 às 11 horas. Além da rua de Santa Catarina, existem outras ruas na vizinhança que priorizam o fluxo de pedestres e limitam os automóveis, como a rua de Antônio Pedro, a travessa das Almas e a travessa de São Marcos, que fazem interseção com o segundo e terceiro quarteirão da Santa Catarina, respectivamente; e as ruas de Santo Ildefonso e de Santo André, que conectam as praças da Batalha e dos Poveiros.

Ainda focado na acessibilidade e mobilidade dos peões, verifica-se uma oferta diversificada de transportes públicos nesta área. Na cartografia ilustrada na Figura 17 verifica-se a existência de uma parada do bonde (paragem de elétrico) por onde passa a Linha 22, também conhecida como Linha da Baixa, que realiza um percurso circular entre as praças do Carmo e da Batalha, e está localizada no primeiro quarteirão da rua de Santa Catarina; a distribuição de 10 paradas de ônibus (paragens de autocarro), que recebem ao todo 16 linhas (200, 300, 301, 302, 305, 401, 502, 700, 701, 702, 800, 801, 5M, 7M, 8M e V94) e permitem a ligação do centro da cidade com várias localidades da área metropolitana do Porto; uma estação de metrô, a Estação do Bolhão, com três acessos distintos, sendo dois deles na rua de Fernandes Tomás, um em frente ao centro comercial La Vie e outro na esquina com rua de Santa Catarina, por onde passam quatro linhas (A, B, C e F) que fazem a conexão com a região de Fânzeres, no lado oriental, e com as regiões da Senhora da Hora, Matosinhos, Maia e Póvoa de Varzim, no lado ocidental; além de um ponto de táxi, situado na rua de Sá da Bandeira, no quarteirão entre as ruas de Fernandes Tomás e da Firmeza.



Figura 17 – Mapa de acessibilidade e mobilidade da Área de Estudo
 Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2020a)

A presença da Estação do Bolhão é de grande importância para a área de estudo, pois o sistema de metrô, segundo Pinho & Vilares (2008, p. 29), contribui fundamentalmente para a melhoria da acessibilidade e das condições de circulação, criando um ambiente urbano mais confortável e seguro, além de impulsionar a consolidação das atividades econômicas que se desenvolvem no seu entorno.

Ademais das ruas pedonais, o mapa da Figura 17 apresenta outros dois tipos de classificação das vias: as ruas de provimento local e os eixos estruturantes locais. Segundo o PDMP, as ruas de provimento local, como o próprio nome diz, têm a função principal de abastecer as atividades nelas localizadas; enquanto os eixos estruturantes locais ligam os eixos estruturantes entre si, permitindo a compatibilização entre o tráfego local de atravessamento e o apoio às atividades implantadas (Câmara Municipal do Porto, 2012, p. 35278). A Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária - ANSR (2020) regulamenta que o limite máximo de velocidade instantânea nesta área é de 50 Km/h e, o levantamento em campo, permite perceber que o tráfego de veículos motorizados na região é intenso. O sentido do trânsito em todas estas ruas é único, com exceção da rua de Sá da Bandeira, nos quarteirões entre as ruas de Passos Manuel e da Firmeza, onde o fluxo é permitido nos dois sentidos. A oferta de estacionamento nesta área é grande, apesar de todas as opções serem pagas, existem possibilidades de estacionamento na rua e em estabelecimentos privados, nomeadamente nos edifícios do hotel Ibis, nos centros comerciais ViaCatarina e La Vie, na Garagem Passos Manuel e nas praças dos Poveiros e D. João I.

Em relação à altimetria da região central do Porto, a rua de Santa Catarina se encontra em um ponto mais alto que a avenida do Aliados e representa uma acalmia na topografia, apesar de haver uma certa inclinação, se comparada com outras zonas da cidade, esta pode ser considerada pequena. Ao percorrer a rua de Santa Catarina, iniciando na praça da Batalha em direção à rua da Firmeza, o primeiro trecho é o mais íngreme, com 8,5% de declive até chegar a rua de Passos Manuel; o segundo trecho é praticamente plano, tendo uma inclinação inferior a 1,4%, a via desce minimamente no sentido da rua Formosa; e os dois trechos seguintes têm uma inclinação similar, onde existe um acento de, aproximadamente, 4,5% cada, em direção à rua da Firmeza (Google Earth, 2020).

O Mercado do Bolhão se encontra em remodelação e, com o início das obras do túnel, que vai possibilitar o acesso direto ao piso subterrâneo de logística, em meados de 2019, a circulação de veículos no seu entorno sofreu alterações. Portanto, atualmente na zona investigada o trânsito está impedido na rua Alexandre Braga e na rua Formosa, no quarteirão entre as ruas Sá da Bandeira e Santa Catarina; também na rua Formosa, no quarteirão seguinte, entre as ruas de Santa Catarina e da Alegria, somente é permitido acesso local e uma parada de ônibus (paragem de autocarro) tendo sido suprimido e as linhas que ali passavam foram transferidas para um ponto da rua de Fernandes Tomás;

o sentido de tráfego na rua da Firmeza está invertido e foi implementado duplo sentido de trânsito na rua de Fernandes Tomás (Porto., 2019a).

Após a caracterização tanto da área de enquadramento quanto da área de estudo, a seção seguinte deste capítulo se desenvolve acerca da ocupação da rua de Santa Catarina, categorizando seus estabelecimentos em relação às escalas geográficas e atividades econômicas praticadas.

3.2 CATEGORIZAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS

No decorrer dos anos o comércio da rua de Santa Catarina passa por um processo de transformação e dinamização, que resulta na substituição das marcas de maneira fluida. Para compreender o comportamento atual deste comércio foi realizado o levantamento dos estabelecimentos existentes na área de estudo, no mês de fevereiro de 2020. São consideradas apenas as lojas nas quais as entradas se encontram ao nível da rua, embora possam ocupar outros andares dos respectivos edifícios.

Inicialmente este levantamento é centrado na distinção dos estabelecimentos relacionada com a escala geográfica de cada marca, que pode ser categorizada de três formas diferentes: local, nacional ou global. Embora a literatura seja mais focada na definição apenas de local e global, como apresentado na seção 2.4, para o presente estudo será também considerada a categoria nacional, que reflete uma condição intermediária. Os critérios assumidos para a categorização dos estabelecimentos são os seguintes:

- Local – São considerados estabelecimentos com representatividade local aqueles em que todas as lojas da marca estejam situadas apenas dentro da Área Metropolitana do Porto.
- Nacional – São considerados estabelecimentos com representatividade nacional aqueles em que todas as lojas da marca estejam situadas dentro do território de Portugal. Dessa forma, devem existir lojas localizadas dentro da Área Metropolitana do Porto e, pelo menos mais uma unidade, fora dela.
- Global – São considerados estabelecimentos com representatividade global aqueles em que as lojas da marca estejam situadas em diversos países do mundo. Portanto, devem existir lojas localizadas dentro da Área Metropolitana do Porto e, pelo menos mais uma unidade, fora de Portugal.

A partir dos critérios, busca-se identificar a localização das unidades de cada marca, através de seus respectivos *websites*, para que os estabelecimentos possam ser enquadrados nas corretas categorias. Além destas três categorias, são também contabilizados no levantamento os centros comerciais e os

estabelecimentos que se encontram fechados, ou seja, imóveis onde não existem marcas em funcionamento no presente momento.

A área de estudo possui aproximadamente 550 metros de comprimento da rua de Santa Catarina e, como mencionado na subseção 3.2.3, inicia-se na Praça da Batalha, mais precisamente no cruzamento com a rua 31 de Janeiro, prolongando-se até à interseção com a rua da Firmeza, passando pelas ruas de Passos Manuel, Formosa e de Fernandes Tomás. Para permitir uma análise mais profunda e exata sobre o comportamento dos estabelecimentos nesta parcela da rua, foi desenvolvida uma cartografia a partir dos dados levantados, apresentada na Figura 18, que, assim como a análise da categorização, é segmentada em quatro trechos, coincidindo com a divisão dos quarteirões.

É denominado Trecho 1 a seção da rua de Santa Catarina compreendida entre a rua 31 de Janeiro e a rua de Passos Manuel. Com 95 metros de comprimento, este segmento contém 26 estabelecimentos divididos igualmente entre o lado esquerdo e direito do arruamento. Nele há predominância das marcas consideradas locais, são 16 estabelecimentos que representam cerca de 62% do total. Enquanto a categoria nacional conta com sete unidades de comércio e é responsável por 27% do todo, apenas três estabelecimentos são classificados como globais, traduzindo um percentual de 11%. Não existe registro de lojas fechadas no Trecho 1.

O Trecho 2 compreende o espaço da área de estudo entre as ruas de Passos Manuel e Formosa, onde se inicia o percurso pedonal com restrição na circulação de veículos. Tem a extensão de aproximadamente 150 metros e 39 estabelecimentos comerciais, sendo 23 deles situados à esquerda da rua e 16 à direita. A categoria com maior representatividade nesta fração é a global, são 16 estabelecimentos que refletem 41% do total. As 13 lojas locais registradas no levantamento demonstram que esta categoria é bastante presente e corresponde a 33% do todo. Já as marcas de escala nacional são evidenciadas pelas sete lojas encontradas, sendo responsáveis por 18% dos estabelecimentos do Trecho 2. Existem ainda três imóveis fechados, que representam 8% do total.

Entre a rua Formosa e a rua de Fernandes Tomás está inserido o Trecho 3 que, com 170 metros de comprimento, é o maior dos segmentos e também a parcela com maior número de unidades comerciais, são 43 estabelecimentos, dos quais 26 se localizam à esquerda e 17 à direita da via, e ainda conta com a existência de um centro comercial. Nesta porção da área de estudo há um certo equilíbrio na presença das marcas globais, com 15 estabelecimentos, e das marcas locais, com 14 estabelecimentos, que em percentual correspondem, respectivamente, a 35% e 32% do total. No levantamento deste trecho são registrados nove estabelecimentos de categoria nacional, representando 21% do conjunto comercial, além de cinco lojas fechadas, número que traduz 12% do todo.



Figura 18 – Mapa de categorização dos estabelecimentos da Área de Estudo
Fonte: Autora (2020)

Por último, a fração da rua de Santa Catarina localizada entre as ruas de Fernandes Tomás e Firmeza é o chamado Trecho 4, onde 40 estabelecimentos estão distribuídos uniformemente, do lado esquerdo e direito, nos seus 135 metros de extensão. A categoria principal desta seção da área de estudo é a local, na qual o levantamento aponta 27 estabelecimentos, que configuram cerca de 67% do todo. O segundo maior percentual é dos estabelecimentos fechados, no qual as cinco lojas encontradas equivalem a 13% dos imóveis comerciais do Trecho 4. Neste segmento o equilíbrio está entre as categorias menos representativas, que são a global e a nacional, ambas com quatro estabelecimentos, que retratam 10% do total.

Dessa forma, o levantamento realizado na área de estudo como um todo, avaliando o conjunto dos quatro trechos, registra um total de 148 estabelecimentos, sendo que 82 deles estão posicionados do lado esquerdo da rua de Santa Catarina e 66 do lado direito, além de um centro comercial. Prevalecem os estabelecimentos considerados de escala local, as 70 lojas desta categoria representam 47% do total. A segunda categoria mais expressiva é a global, com 38 lojas, apresenta um percentual de 26% dos estabelecimentos. Em seguida tem-se 18% das marcas apontadas como nacionais, porcentagem refletida pelas 27 lojas da categoria, e 9% das lojas observadas no levantamento, ou seja, 13 imóveis, se encontram fechadas. A lista completa dos estabelecimentos presentes na área de estudo e suas respectivas categorias é apresentada no Anexo 3.

A representatividade de cada categoria nos respectivos trechos, assim como na extensão total da área de estudo, é apresentada nos gráficos ilustrados na Figura 19. Estes gráficos facilitam a visualização de que, apesar da distribuição das categorias acontecer de maneira particular em cada segmento, as porcentagens nos trechos 2 e 3 são similares entre si e existem também semelhanças em alguns dados dos trechos 1 e 4. Enquanto nos trechos 2 e 3 as categorias local e global aparecem como principais e com certa equiparação, nos trechos 1 e 4 as marcas de escala local são absolutamente dominantes. Também é possível perceber que o percentual de estabelecimentos fechados aumenta à medida que se afasta do início da rua de Santa Catarina. Ao considerar a área completa, o gráfico demonstra que praticamente metade dos estabelecimentos pertencem à categoria local e o restante está dividido entre unidades de comércio nacional, global e lojas fechadas.

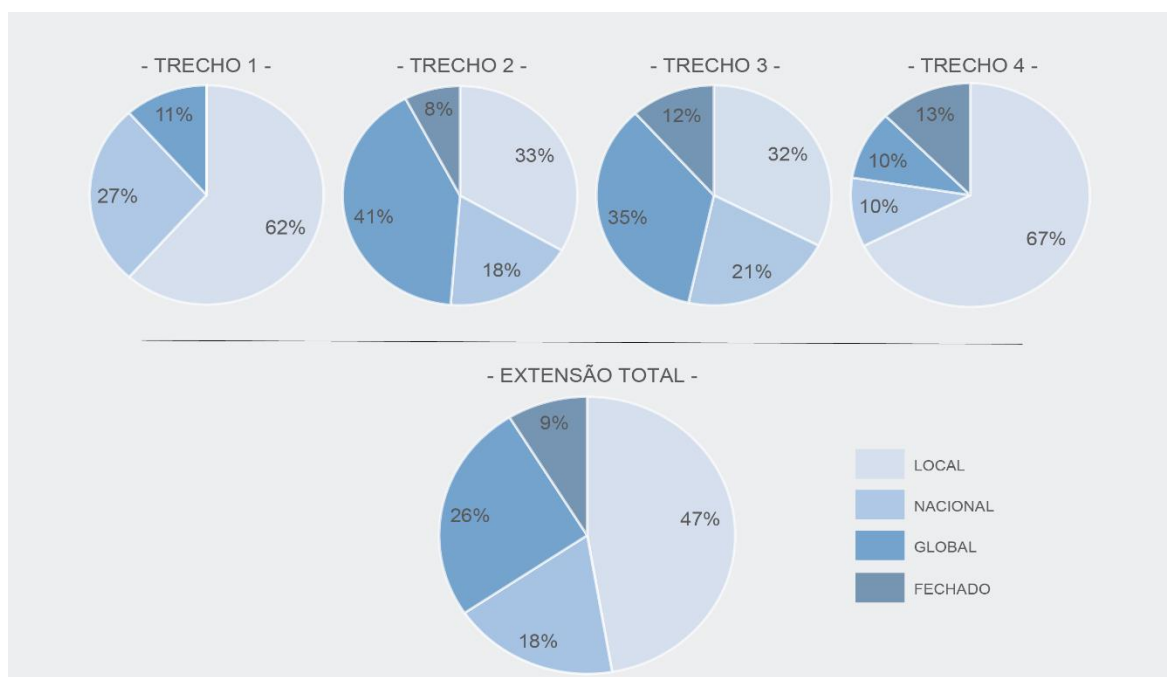


Figura 19 – Gráficos de categorização dos estabelecimentos da Área de Estudo
Fonte: Autora (2020)

Portanto, através de uma análise quantitativa ponderada pelo número de estabelecimentos, nota-se que a categoria local tem a maior representatividade na área de estudo. Contudo, quando a análise é realizada qualitativamente⁵, através da visita à rua de Santa Catarina e da leitura que se faz em uma dimensão empírica, verifica-se que em termos de tamanho (metro quadrado) as lojas globais são mais favorecidas e acabam por ter maior destaque. Retomando a Figura 18, que apresenta o mapa de categorização dos estabelecimentos da área de estudo, a representação gráfica ilustra a projeção da cobertura do edificado, logo, não condiz propriamente com a área total dos mesmos, dos quais as entradas são sempre realizadas a partir do nível da rua, mas é possível que a ocupação das lojas aconteça também em pavimentos superiores e/ou subterrâneos.

A maior parte destes estabelecimentos globais está concentrada nos trechos 2 e 3, entre as ruas de Passos Manuel e Fernandes Tomás, afirmando a vocação da localidade e a capacidade de atração das marcas mais emblemáticas. Conforme citado anteriormente, há um fator econômico que justifica a escolha de determinadas marcas, devido à eficácia de agregação de público que elas possuem, então a lógica de negócio privada (centros comerciais) se torna também uma lógica de negócio mais pública (comércio de rua) através das lojas âncoras. Neste contexto, é possível perceber que as marcas

⁵ A autora não teve acesso aos dados numéricos objetivos sobre as áreas das lojas em questão, por esta razão é utilizada o conhecimento empírico alcançado através do levantamento na área de estudo.

responsáveis pela dinamização dos espaços públicos são as marcas internacionalmente conhecidas e que elas se repetem em várias vias comerciais, seja em Portugal ou em outras cidades da Europa.

Para comprovar a afirmação acima, examinam-se os estabelecimentos globais de algumas artérias com características semelhantes às da área de estudo, como o fato de terem a função principal relacionada ao comércio, serem locais onde haja restrição na circulação de veículos e onde a circulação de pedestres seja intensa, tanto de residentes como de turistas.

RUA AUGUSTA, LISBOA

Em Lisboa, a rua Augusta é uma via pedonal com alta concentração de comércio e grande agitação e, tal como a rua de Santa Catarina, é uma das mais importantes do país. Por fazer a ligação entre a Praça do Comércio e a Praça do Rossio, seus 550 metros de calçamento reservado aos peões configuram-se como principal eixo da Baixa de Lisboa. Com o comprimento equivalente ao da área de estudo desta dissertação, a rua Augusta apresenta 14 estabelecimentos internacionais iguais aos inseridos na rua de Santa Catarina, número que representa 38% do total. Consoante o supracitado, o comércio de rua da capital portuguesa não está centralizado em apenas um local, então caso esta análise levasse em consideração também envoltentes relevantes, como a rua Garrett e a avenida da Liberdade, a repetição das marcas globais encontradas na rua de Santa Catarina seria ainda maior, podendo ultrapassar os 80%.

AVENIDA PORTAL DE L'ÀNGEL, BARCELONA

Outro bom exemplo de arruamento onde as marcas mundiais estão replicadas sistematicamente é a avenida Portal de l'Àngel, que se destaca como uma das artérias mais movimentadas de Barcelona, na Espanha, devido à sua posição estratégica e à aglomeração de estabelecimentos comerciais. Localizada centralmente em uma das entradas do Bairro Gótico, esta rua pedonal se encontra paralela às Ramblas, conjunto de vias mais famoso e mais visitado da cidade, além de ser um eixo de conexão entre a Praça da Catalunha e a Praça Nova, que abriga a Catedral de Barcelona. Em seus 340 metros de extensão, verifica-se a recorrência de 13 das 37 marcas internacionais presentes da rua de Santa Catarina, que se traduz em 35% da totalidade. Vale ressaltar que estas 13 lojas mencionadas estão centralizadas nos Trechos 2 e 3 da área de estudo, que juntos têm cerca de 320 metros, comprimento semelhante ao da via espanhola em questão.

RUA NEUVE, BRUXELAS

A rua Neuve é também uma excelente amostra para avaliação, por se tratar da artéria comercial mais significativa de Bruxelas e a segunda área comercial mais popular da Bélgica. Situada na zona central da cidade, entre a Praça Charles Rogier e a Praça de La Monnaie, que acolhe a principal casa de ópera do país, a rua Neuve conta ainda com dois centros comerciais de dimensões notáveis, o City 2



Figura 20 – Imagens das ruas analisadas e de estabelecimentos globais que se repetem
Fonte: Dados de pesquisa (2020)

e a Galeria Inno, mas para a análise corrente apenas o comércio de rua é tido como objeto de debate. Com cerca de 600 metros de comprimento, é a via mais extensa de todas as analisadas, porém retrata o menor número de repetições das marcas globais encontradas na rua de Santa Catarina, correspondendo a 9 estabelecimentos iguais, que refletem mais de 24% do total, número ainda bastante considerável.

Tendo em vista as três ruas observadas, verifica-se ao todo a reincidência de 23 das 37 marcas internacionais presentes na área de estudo. Mais de 1/3 destes estabelecimentos globais da rua de Santa Catarina se repetem na rua Augusta e na avenida Portal de l'Àngel, enquanto na rua Neuve a fração de replicação é de 1/4. Existem quatro marcas comuns a todas as ruas analisadas: Bershka, Pull & Bear, Zara (três das nove marcas do grupo Inditex⁶) e Calzedonia, como mostram as imagens da Figura 20. A lista de todos estabelecimentos globais presentes na área de estudo, assim como a repetição deles nas demais ruas analisadas, pode ser vista no Anexo 4.

Retornando à área de estudo, o levantamento busca ainda identificar os diferentes tipos de atividades desenvolvidas em cada um dos pontos comerciais. Estes dados, em conjunto com as informações já obtidas relacionadas com as categorias dos estabelecimentos no que tange à escala das marcas, permitem uma análise mais complexa e embasada.

A porção da rua de Santa Catarina investigada neste trabalho possui uma ampla gama de atividades, com diversos estabelecimentos que oferecem aos consumidores variedade de produtos e serviços. Na Figura 21 apresenta-se a cartografia e o gráfico percentual, elaborados através das informações colhidas no levantamento, que indicam a existência de 16 atividades comerciais distintas.

A área de estudo conta com a presença de um centro comercial, o ViaCatarina, e uma unidade de hotelaria, o Grande Hotel do Porto, que em termos numéricos e percentuais não têm grande relevância, mas são estabelecimentos de extrema importância para a dinâmica e movimento da rua. Outras atividades com menor representatividade são as relacionadas à cultura e lazer, ao comércio de produtos infantis, ambos com apenas duas lojas cada, e ao comércio de artigos para casa e decoração, que detém três estabelecimentos, que combinados traduzem-se em uma porcentagem menor que 5% da totalidade. Importa salientar que novamente há uma contradição entre a representatividade numérica e a prática real, pois está inserida nestas atividades a Capela das Almas, considerada um estabelecimento ligado à cultura, que é um dos ícones mais respeitáveis da rua de Santa Catarina, se não o mais respeitável.

⁶ Inditex é um dos maiores grupos de comércio varejista do mundo, composto pelas marcas Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe e Tempe.



Figura 21 – Mapa e gráfico das atividades comerciais dos estabelecimentos da Área de Estudo
Fonte: Autora (2020)

Os setores mais significativos na área de estudo são o de vestuário, que conta com 40 estabelecimentos, o de calçados e bolsas, com a presença de 20 lojas, e o alimentar, que possui 18 unidades de comércio. Em conjunto, os estabelecimentos destes setores representam um percentual superior a 52%, isto é, mais da metade do total das atividades. Dessa forma, interessa verificar o comportamento dos mesmos em relação com as categorias ligadas com as suas respectivas escalas através dos gráficos exibidos na Figura 22. No comércio de vestuário, 50% dos estabelecimentos são considerados globais, incluindo marcas como Zara, Massimo Dutti, Parfois e Benetton; 30% das lojas pertencem à categoria local e 20% são nacionais. No que se refere ao comércio de calçados e bolsas há uma equidade na definição das categorias, na qual 30% são estabelecimentos nacionais, como as marcas Foreva e Calçado Guimarães, e o restante está dividido igualmente entre as categorias local e global. Já o setor alimentar é dominado por cafés, restaurante, pastelarias e confeitarias locais, como o Majestic, Mengos e Império, que representam 78% do total, enquanto 15% dos estabelecimentos têm escala global e apenas 5% são nacionais.

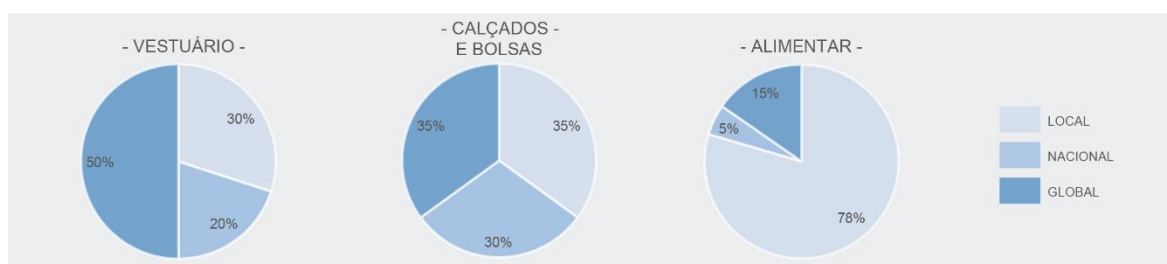


Figura 22 – Gráficos de categorização das atividades comerciais mais representativas da Área de Estudo
Fonte: Autora (2020)

Tendo em vista todo o conteúdo trabalhado, na próxima seção do presente capítulo confronta-se os dados relevantes obtidos através do estudo de caso, referente a rua de Santa Catarina, com a discussão teórica previamente apresentados na revisão de literatura, acerca da temática globalização.

3.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As transformações ocorridas na rua de Santa Catarina, uma das artérias mais emblemáticas e tradicionalmente comercial da cidade do Porto, foram fortemente influenciadas pela globalização, tanto no que diz respeito ao comércio quanto ao próprio espaço urbano, aspectos demonstrados pelos dados da pesquisa empírica realizada nesta dissertação. Em função dos resultados obtidos concorda-se com Held & McGrew (2001, p. 11) que resumem as ideias dos principais estudiosos sobre o tema e definem globalização como um processo complexo, que envolve diversas dimensões, integra o mundo e encurta as distâncias e o tempo.

No presente estudo, analisando-se os planos estratégicos modernistas do Porto, de meados do século XX, concluiu-se que o crescimento demográfico ocorrido, a expansão urbana e as novas exigências de circulação com o aumento dos automóveis, já podem ser considerados resultados de uma sociedade globalizada. Conforme discutido por Harvey (2011), Santos (2002) e Sassen (2000), a urbanização torna-se um instrumento poderoso, na medida que o espaço urbano é visto como fator essencial para a reprodução do social e do capital globalizado.

Observou-se, no início da década de 1990, que o centro da cidade seguiu um curso de desertificação, provocando o esvaziamento e a degradação da rua de Santa Catarina, consequência dos processos de suburbanização e do surgimento de novas centralidades. Além da degradação física, a dificuldade de acessibilidade e a inexistência de estacionamento foram alguns dos fatores que motivaram a perda de protagonismo da rua em questão. Estas novas formas urbanas mais dispersas e descentralizadas, segundo Harvey (1990, p. 75), são viáveis devido às inovações tecnológicas da comunicação e transporte, impulsionadas pela globalização. Esta foi uma altura marcada por progressos em Portugal e no Porto, com elevados investimentos e aparecimento de novos centros comerciais, normalmente localizados nas periferias.

Entretanto, em 1996, contrariando a dinâmica de suburbanização, a inauguração do ViaCatarina, primeiro shopping implantado na Baixa portuense, com novos e interessantes estabelecimentos nacionais e internacionais, atraiu novamente o público para a região e acabou por ser um dos principais responsáveis pela revitalização da rua. Várias marcas estrangeiras lá se instalaram, confirmando a relevância e poder econômico de empresas multinacionais e transnacionais, conforme discutido por Sousa Santos (2001). A globalização afetou fortemente a economia local, e a interconectividade global foi intensificada por práticas neoliberais, como a liberação do comércio mundial.

Na transição entre os séculos XX e XXI, foram notados esforços públicos para a revitalização da área central. Observou-se ainda que a requalificação do espaço urbano e a valorização cultural foram utilizadas como ferramentas para promoção de prestígio e atração de investimentos para a cidade. Neste sentido, a distinção do Porto como Capital Europeia da Cultura, em 2001, exemplifica a utilização do marketing urbano no processo de espetacularização da cidade, como descrito por Botelho (2004) e por Werneck Lima (2004). A renovação urbana e a arquitetura promoveram a visibilidade da cidade à nível europeu. É possível mencionar a implantação da icônica Casa da Música, projetada por Rem Koolhaas, que atraiu público e lucro para o Porto, facilitando a “venda” do espaço público, que, segundo Canettieri (2017), Lima (2007) e Vainer (2000), constitui uma estratégia dos governantes das cidades globalizadas.

Reduzindo da escala da cidade do Porto para a escala da rua de Santa Catarina, foi possível perceber que as marcas internacionais e mais ilustres tiveram estes mesmos intuitos e poder de transformação – atrair o público, possibilitar o lucro e facilitar a “venda” do espaço público. Enquanto o planejamento estratégico e o marketing urbano buscaram a valorização do espaço urbano, também motivaram a especulação imobiliária, o que elevou os aluguéis dos imóveis situados na rua comercial. Apesar do empenho do Estado, os desequilíbrios causados pelas falhas e insuficiências das intervenções realizadas para promover o evento da cidade como Capital Europeia da Cultura, aliados à crise mundial iniciada em 2007 nos Estados Unidos, resultaram em um novo declínio da zona central do Porto, incluindo a rua de Santa Catarina. Esta situação só consegue ser revertida com a inauguração da base da Ryanair no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, no ano de 2009. A introdução do turismo como fonte externa de financiamento é uma das características da nova economia global neoliberal, como mencionado em Sousa Santos (2001, p. 35). Dessa forma, novos hábitos e estilo de vida, característicos de sociedade de consumo, como descrito por Barata Salgueiro & Cachinho (2009), são estimulados pelo sistema capitalista.

Investimentos em várias opções de transportes públicos, como bonde (elétrico), ônibus (autocarro), metrô e taxi, e a ampla oferta de estacionamento presentes em suas imediações, fizeram com que a rua de Santa Catarina se tornasse competitiva em relação aos grandes centros comerciais localizados na periferia, validando a teoria de Barata Salgueiro & Cachinho (2009, p. 12) sobre o condicionamento do comércio globalizado pelas características de cada local. O meio técnico-científico-informacional afetou positivamente as condições de conectividade urbana da área de estudo, como descrito por Santos (2002, p. 160), ele é “a cara geográfica da globalização”, pois incentiva e acelera o desenvolvimento dos meios de transportes.

Com o passar do tempo, as características e costumes presentes na rua de Santa Catarina também se alteraram e as próprias lojas acabaram por dar sinal da dimensão destas transformações. Ocorreu, então, na área de estudo um processo natural de substituição das marcas. Assim como a evolução do turismo no Porto, o comportamento das marcas seguiu a tendência internacional, principalmente no movimento de saída de algumas marcas que se encontravam dentro dos centros comerciais para a rua. Lojas, como por exemplo a Massimo Dutti e a Bairro Arte, perceberam que a utilização e a procura não eram mais voltadas apenas para os residentes, mas também para outro público diferenciado, o consumidor cosmopolita.

Dessa forma, conclui-se que a reabilitação e renovação da rua de Santa Catarina foi suportada por políticas econômicas neoliberais e pela lógica do empresariamento urbano, retratado por Harvey (1996, p. 49), por meio de espaços urbanos produzidos e financiados pelas parcerias público-privado. Existe uma inversão do raciocínio de negócio e as lógicas dos centros comerciais passam a fazer

sentido também na rua comercial, inclusive com a utilização de lojas âncoras, como Fnac, Zara, e Benetton, para atração de outras marcas, público consumidor e investidores, sempre visando aumento da lucratividade.

Em relação a qualificação do solo, a parcela estudada da rua de Santa Catarina está inserida em uma área considerada consolidada, destacando-se a preocupação do PDMP em preservar e conservar o patrimônio existente. Apesar destes esforços, Arantes (2002) e Werneck Lima (2004) sinalizam que quando o objetivo principal do Estado é o lucro, disfarçado de cultura, assim como o espaço urbano, o patrimônio histórico arquitetônico também pode ser transformado em produto de consumo e espetáculo. Este tipo de reabilitação “maquiada”, citada por Teobaldo (2010, p. 143), fruto da economia urbana neoliberal e característica de um mundo globalizado, foi identificada em diversos pontos da área de estudo. Cita-se como exemplos o edifício que abrigou recentemente a marca Bruxelas, que atualmente se encontra em obras, no qual a fachada foi mantida, mas a parte interior está totalmente demolida, como ilustra a imagem da Figura 16; e o edifício das antigas Galerias Palladium, que internamente sofreu grandes alterações para a instalação das atuais lojas Fnac e C&A.

Ao avaliar o comportamento atual do comércio e categorizar os estabelecimentos da rua de Santa Catarina ficou clara a relação bipolar entre o global e o local, como conceituado por Giddens (1991, p. 64). Embora a análise quantitativa tenha mostrado que o número de lojas locais é maior, correspondendo a 47% do total (ver gráfico apresentado na Figura 19), a análise qualitativa, realizada a partir de uma leitura empírica da área de estudo, evidenciou que em termos de tamanho (metro quadrado), os estabelecimentos globais são mais representativos, tendo maior destaque. Percebeu-se também que os dois quarteirões intermediários, situados entre as ruas de Passos Manuel e Fernandes Tomás, concentram a maior parte destes estabelecimentos globais, confirmando a dimensão mais internacional da localidade e a capacidade de atração das marcas mais significativas, as lojas âncoras, como por exemplo a loja da Zara, que foi a primeira unidade instalada fora da Espanha, e encontra-se no mesmo edifício desde 1988.

Comparando a rua de Santa Catarina a outras artérias com características semelhantes, como a rua Augusta de Lisboa, a avenida Portal de l'Àngel de Barcelona e a rua Neuve de Bruxelas, verificou-se a repetição destas marcas responsáveis pela dinamização dos espaços públicos. Ao todo há reincidência de 23 das 37 lojas globais presentes na área de estudo e existem quatro estabelecimentos comuns a todas as ruas analisadas: Bershka, Pull & Bear, Zara e Calzedonia, como mostram as imagens da Figura 20. Este fenômeno de recorrência demonstra que os consumidores encontram ofertas similares em vários locais da Europa, destacando a falta de especificidade e prejudicando a identidade das cidades. Novamente a estratégia das lojas âncoras pode ser relacionada aos planos

estratégicos capitalistas homogeneizadores, debatidos por Vainer (2000, p. 80) e Teobaldo (2010, p. 145), enquanto as ruas comerciais podem ser igualadas, em certo nível, à ideia discutida por Koolhaas (1995) quando trata sobre as cidades genéricas.

Não há como negar a presença do global e nem como relevar a importância do local na rua de Santa Catarina, porém a intensidade com que cada um deles atua e se relaciona com o outro é ainda um ponto de conflito. Se por um lado tem-se a ótica da imposição, na qual a lógica dos estabelecimentos globais impera sobre os locais, prejudicando o comércio tradicional, em contrapartida existe a ótica da integração, em que as lojas globais e locais funcionam de maneira colaborativa.

Como referido anteriormente, para Ritzer (2003a), estes processos transnacionais são traduzidos, respectivamente, como globalização e glocalização. Aplicando a teoria apresentada por Ritzer (2003a; 2003b; 2004; 2007), é possível visualizar a relação entre o comércio global e local da área de estudo dentro da interseção entre o *continuum* de Glocal – Grobal e de Algo – Nada, delimitando a posição dos estabelecimentos nos quadrantes correspondentes, como exemplifica a Figura 23.



Figura 23 – Interseção entre o *continuum* de Glocal – Grobal e Algo – Nada adaptado ao comércio da Área de Estudo
Fonte: Autora, a partir de dados de Ritzer (2003a, p. 194)

No quadrante 1 – glocalização de algo – são posicionadas as lojas de categoria local ou nacional, cujos produtos comercializados são distintos e de produção limitada; no quadrante 2 – glocalização de nada – encontram-se os estabelecimentos categorizados como locais ou nacionais, que comercializam produtos genéricos, favorecendo a produção em massa; no quadrante 3 – grobalização

de algo – estão as lojas de categoria global ou nacional, que comercializam produtos que possuem distintividade, voltados para uma produção mais reduzida; e no quadrante 4 – globalização de nada – encaixam-se os estabelecimentos categorizados como globais ou nacionais, cujos produtos comercializados são similares e produzidos em grande escala. Como não há um limite rígido entre os quatro quadrantes, os estabelecimentos que foram categorizados como nacionais, normalmente, possuem características híbridas e conseguem transitar entre eles. Como no modelo do sociólogo americano, a relação entre os pares do quadrante 1 e do quadrante 2 são as mais significativas na área de estudo e correspondem ao posicionamento da maior parte das marcas.

Na atual era globalizada, torna-se praticamente impossível encontrar na rua de Santa Catarina, ou mesmo em qualquer outro lugar do mundo, um estabelecimento comercial puramente local, que não tenha sofrido nenhum tipo de influência do global, como apontado por Ritzer (2003a, p. 198). É preciso ter consciência de que, assim como o fenômeno da globalização em geral, nem o global e nem o local têm caráter ou efeitos apenas negativos ou apenas positivos. Portanto, o ideal é que a convivência entre eles aconteça de maneira equilibrada e harmônica, de forma que possa se tirar partido das vantagens do global, sem que se esqueça o valor do local.

4

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo, que encerra a presente dissertação, apresenta as considerações finais e tem o propósito de sinalizar quais foram os efeitos mais relevantes causados pela globalização na rua de Santa Catarina, analisados através da caracterização da área de estudo e da categorização de seus estabelecimentos comerciais. Discorre-se também sobre algumas recomendações para futuros estudos, com intuito de dar continuidade ou complementar o trabalho desenvolvido.

A globalização, fenômeno que está em constante metamorfose e que se faz cada vez mais presente na vida da população mundial, desempenhou, e continua a desempenhar, papel fundamental nas transformações da rua de Santa Catarina, evidenciando o espaço urbano como fator essencial para a reprodução do social e do capital, e o comércio internacional como elo principal entre as economias das diversas nações.

Os instrumentos de urbanização aliados às inovações tecnológicas, principalmente relacionadas ao transporte, viabilizaram, na década de 1990, novas formas urbanas e novas centralidades, resultando no esvaziamento e degradação da rua estudada. Contrariando esta dinâmica de suburbanização, foi inaugurado, em 1996, o centro comercial ViaCatarina que, com novos estabelecimentos nacionais e globais, auxiliou na revitalização da rua de Santa Catarina, na medida em que devolveu a movimentação à região.

No início do século XXI, o planejamento estratégico e o marketing urbano foram indispensáveis para o processo globalizado de espetacularização da cidade. Assim, a renovação urbana e a arquitetura no Porto cumpriram a mesma função que as marcas internacionais na rua de Santa Catarina, ao serem utilizadas como ferramentas para atrair público, gerar lucro e valorizar o espaço urbano, provocando também a especulação imobiliária.

Os resultados pouco expressivos das intervenções realizadas no Porto quando foi nomeado como Capital Europeia da Cultura, em 2001, em conjunto com a crise financeira de 2007 motivaram novo declínio da área central da cidade, que somente foi contornado com a introdução do turismo como

fonte de financiamento externo, proporcionado pela inauguração da base da Ryanair no aeroporto portuense. Esta nova economia global neoliberal capitalista conduziu a novos costumes e estilos de vida, determinantes para a sociedade de consumo e, por consequência, para os estabelecimentos comerciais da rua de Santa Catarina. Nos processos de produção do espaço urbano e de natural substituição das marcas, foi possível destacar a parceria público-privada, característica do empresariamento urbano, e a utilização da lógica das lojas âncoras para garantir o aumento do lucro. Além disto, os investimentos aplicados na área ampliaram as ofertas de transportes públicos e de estacionamento, melhorando as condições de conectividade urbana e contribuindo para a posição comercial competitiva da rua de Santa Catarina.

No mundo atual globalizado, tanto o espaço urbano quanto o patrimônio histórico arquitetônico podem ser tratados como produto de consumo. Assim, novamente visando a lucratividade, tornaram-se mais frequentes na rua de Santa Catarina as reabilitações "maquiadas", nas quais as fachadas são mantidas, mas os interiores são totalmente descaracterizados.

Ao categorizar os estabelecimentos da rua de Santa Catarina em relação ao alcance geográfico das marcas, ficou clara a bipolaridade entre o global e o local. Embora a análise quantitativa tenha mostrado a superioridade numérica das lojas locais, a leitura empírica qualitativa indicou que os estabelecimentos globais possuem maior representatividade e notoriedade em termos de estrutura física. Nesta análise não foram considerados os estabelecimentos inseridos no centro comercial ViaCatarina, assim, recomenda-se a inclusão destes em novos estudos e a verificação da nova porcentagem das categorias, tanto por trechos como na extensão completa da área de estudo. A presente dissertação também não levou em consideração os dados relacionados aos empregos gerados ou faturação das marcas e, deste modo, recomenda-se que sejam realizados estudos futuros, visando analisar o comportamento dos estabelecimentos comerciais da rua de Santa Catarina sob uma ótica econômica.

Foi possível perceber que a maioria das marcas globais estão concentradas nos dois quarteirões intermediários da área de estudo, situados entre as ruas de Passos Manuel e Fernandes Tomás, confirmando o poder de atração destes estabelecimentos e a vocação internacional da localidade. Constatou-se também a repetição destas marcas responsáveis pela dinamização dos espaços urbanos em outras vias comerciais similares à rua de Santa Catarina, demonstrando a falta de especificidade e o prejuízo para a identidade de algumas cidades europeias. Esta análise foi realizada de forma pontual na rua Augusta de Lisboa, na avenida Portal de l'Àngel de Barcelona e na rua Neuve de Bruxelas, então, sugere-se replicar a metodologia desta pesquisa em estudo comparativo entre estas localidades ou outras igualmente pertinentes.

Ao analisar o comportamento dos estabelecimentos da rua de Santa Catarina à luz da teoria da “globalização de nada” do George Ritzer, concluiu-se, a partir da interseção entre o *continuum* de Glocal – Grobal e de Algo – Nada, que a maior parte das marcas se enquadra como glocalização de algo e grobalização de nada, sustentando a ideia da afinidade voluntária exposta pelo sociólogo americano. Estabelecimentos como Café Majestic, Casa Lima e Fotografia Alvão demonstram a capacidade de conexão do global e do local, ao mesmo tempo que oferecem ao consumidor produtos distintivos, exemplificando a glocalização de algo. Enquanto lojas como Ale Hop, Benetton e Foot Locker relevam a imposição do global sobre o local, disponibilizando mercadorias genéricas e produzidas em ampla escala, sendo exemplos da grobalização de nada.

A pandemia que está ocorrendo neste ano de 2020 também pode ser considerada um efeito da globalização, na medida que um fato acontecido em uma cidade do outro lado do planeta teve a potência de causar impactos globais desastrosos. As consequências trazidas por ela estão afetando e continuará a afetar todo o mundo, e a rua de Santa Catarina não é uma exceção. O cenário atual torna clara a fragilidade do comércio, por ser uma atividade econômica dependente de uma série de elementos, seu sucesso ou fracasso é sempre influenciado por fatores externos. O comércio da rua de Santa Catarina é direcionado não apenas para os residentes locais, mas também para os turistas, por isto, é facilmente influenciado por estes fenômenos globais, seja positivamente, como o desenvolvimento exponencial provocado pela abertura da base da Ryanair no Porto; ou negativamente, como o encerramento de grande parte dos estabelecimentos no período de decadência da Baixa portuense. Então, é esperado que esta pandemia cause novamente impactos negativos na rua, podendo resultar na perda do comércio tradicional que ainda se mantém, prejudicar fortemente a logística e faturamento dos estabelecimentos nacionais e globais, ou pior, suceder na queda de todos, visto que há uma espécie de relação de simbiose entre eles. Como trata-se de um fenômeno recente que ainda está em curso, não é possível medir a real reação do comércio da rua de Santa Catarina, portanto, recomenda-se que seja replicado o estudo desenvolvido nesta dissertação após o fim desta pandemia, para compreender o comportamento dos estabelecimentos locais, nacionais e globais, que, provavelmente serão afetados de forma diferente, além dos impactos nas rendas dos imóveis e nos investimentos aplicados na área.

Portanto, após a investigação teórica sobre a globalização e as pesquisas e levantamentos de dados acerca da rua de Santa Catarina, argumenta-se que tanto o comércio quanto o espaço urbano podem “sobreviver” e se beneficiar com os efeitos provocados por este fenômeno. O presente estudo sugere que a maneira de se obter sucesso neste mundo atual globalizado seja por meio do equilíbrio, usufruindo-se das vantagens do global, sem que o valor do local seja subjugado. A ideia é que os estabelecimentos globais convivam com as lojas locais e tradicionais de forma complementar, visto

que um depende do outro para um bom funcionamento. Não seria interessante apenas a presença de marcas globais, pois a rua poderia ser transformada em um centro comercial, da mesma forma que a existência somente de estabelecimentos locais seria capaz de fazer da rua um museu. Cabe aos governantes e aos planejadores urbanos a implementação de políticas públicas que permitam esta harmonização e garantam o desenvolvimento sustentável do espaço urbano e do comércio, viabilizando, quem sabe, a criação de “uma outra globalização”, citada pelo geógrafo Milton Santos como uma possibilidade, uma esperança.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, J. J. (2008). João de Almada e Melo (1703-1786): o homem e a cidade. *População e Sociedade*, 16, 187-197.
- AMPorto. (2020). Acesso em 25 de março de 2020, disponível em <http://portal.amp.pt/>
- ANSR - Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária. (2020). *Limites velocidade*. Acesso em 05 de maio de 2020, disponível em <http://www.ansr.pt/SegurancaRodoviaria/InformacaoTecnica/Documents/Dentro%20das%20localidades.pdf>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Arantes, O. (2002). Uma estratégia fatal: A cultura nas novas gestões urbanas'. Petrópolis: Vozes.
- Balsas, C. (2004). City centre regeneration in the context of the 2001 European capital of culture in Porto, Portugal. *Local Economy*, 19(4), 396-410.
- Barata Salgueiro, T., & Cachinho, H. (2009). As relações cidade-comércio: Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. Em *Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional* (pp. 9-39). Rio de Janeiro: Armazém das Letras.
- Bartelson, J. (2000). Three concepts of globalization. *International Sociology*, 15(2), 180-196.
- Beyer, P. (2007). Globalization and Glocalization. Em T. S. religion. London: SAGE Publications.
- Bishop, T., Reinke, J., & Adams, T. (2011). Globalization: Trends and Perspectives. *Journal of International Business Research*, 10(1), 117-131.
- Botelho, A. (2004). A produção do espaço e o empresariamento urbano: o caso de Barcelona e seu Fórum das Culturas de 2004. *GEOUSP - Espaço e Tempo*, 16, 111-124.
- Brochado, A. (1996). *Santa Catarina: História de uma rua*. Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2006). *Plano Diretor Municipal do Porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2012). *Plano Diretor Municipal do Porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto.

- Câmara Municipal do Porto. (2017). *Planta de Ordenamento - Carta de Qualificação do Solo*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2018a). *Relatório de Caracterização e Diagnóstico da Ocupação do Solo*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2018b). *Projeto de delimitação da Área de Reabilitação Urbana da Baixa*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2018c). *Relatório de Caracterização e Diagnóstico dos Valores Patrimoniais do Porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2019). *Regulamento Porto de Tradição*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto. (2020a). *MIPWEB - Portal de Informação Geográfica*. Acesso em 12 de abril de 2020, disponível em <https://mipweb.cm-porto.pt/>
- Câmara Municipal do Porto. (2020b). *Lista de estabelecimentos e entidades reconhecidas ao abrigo do programa "Porto de Tradição"*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Canettieri, T. (2017). A produção capitalista do espaço e a gestão empresarial da política urbana: o caso da PBH Ativos S/A. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 19(3), 513-529.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M. (2006). Globalization and changing cultural identities. *TRANSFER, Journal of contemporary culture*, 55-67.
- Castells, M., & Borja, J. (1996). As cidades como atores políticos. *Novos estudos CEBRAP*, 45(2), 152-166.
- CBRE. (2018). *Porto - Perspetiva Imobiliária, Novembro 2018*. Lisboa: CBRE Portugal.
- CBRE. (2019). *Portugal - Perspetiva Imobiliária, Fevereiro 2019*. Lisboa: CBRE Portugal.
- CBRE. (2020). *Tendência do Mercado Imobiliário 2020 Portugal*. Lisboa : CBRE Portugal.
- Construir. (2017). *Rua da Santa Catarina é a artéria com maior tráfego pedonal do país*. Acesso em 02 de março de 2020, disponível em <https://www.construir.pt/2017/06/20/rua-da-santa-catarina-e-a-arteria-com-maior-trafego-pedonal-do-pais/>

- Cox, R. W. (2002). *The Political Economy of a Plural World: Critical reflections on power, morals and civilization*. London: Routledge.
- Direção-Geral do Património Cultural. (2020). *Património Cultural*. Acesso em 02 de maio de 2020, disponível em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/>
- Eriksen, T. H. (2014). *Globalization: The Key Concepts*. London: Bloomsbury.
- European Best Destinations. (2017). *European Best Destinations 2017*. Acesso em 04 de maio de 2020, disponível em <https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/european-best-destinations-2017/>
- European Best Destinations. (2020). *European Best Destinations 2020*. Bruxelas.
- Expresso. (2019). *Baixa foi principal destino do investimento imobiliário no Porto*. Acesso em 23 de março de 2020, disponível em <https://expresso.pt/economia/2019-12-10-Baixa-foi-principal-destino-do-investimento-imobiliario-no-Porto>
- Falcão, M. (1999). O Porto, os planos municipais e o turismo. *Geografia - Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 15(série I), 63 - 78.
- Fernandes, J. A. (2005). Porto: um percurso urbano. *excerto do livro de apoio à saída de estudo da Reunião do Grupo "Monitoriand Citries of Tomorrow" da União Geográfica Internacional*.
- Ferreira, N., & Rocha, M. M. (2013). Etapas de consolidação da paisagem urbana do Porto contemporâneo : da programação dos Almadás ao plano de 1952. *CEM - Cultura, Espaço e Memória*, 191-230.
- Finn, A., & Louviere, J. (1996). Shopping Center Image, Consideration, and Choice: Anchor Store Contribution. *Journal of Business Research*, 35(2), 241-251.
- Giddens, A. (1991). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (2000). *O Mundo na Era da Globalização*. Lisboa: Editorial Presença.
- Google Earth. (2020). Acesso em 08 de abril de 2020, disponível em <https://earth.google.com/>
- Harvey, D. (1990). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge: Blackwell.
- Harvey, D. (1996). Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. *Espaço & debates* 39. *Revistas de estudos regionais e urbanos*, 48-64.

- Harvey, D. (2007). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2011). *O enigma do capital e as crises do capitalismo*. São Paulo: Boitempo.
- Harvey, D. (2012). *Rebel cities: from the right to the city to the urban revolution*. London: Verso.
- Held, D., & McGrew, A. (2001). *Prós e Contras da Globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Hobsbawm, E. (2000). *O novo século: entrevista a Antonio Polito*. Companhia de Bolso.
- Hobsbawm, E. (2007). *Globalização, democracia e terrorismo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Ianni, O. (1998). Globalização e neoliberalismo. *São Paulo em perspectiva*, 12(2), 27-44.
- Inditex. (2020). Acesso em 19 de fevereiro de 2020, disponível em <https://www.inditex.com>
- James, P., & Gills, B. (2007). Globalizing Markets and Capitalism: A Critical Introduction. Em *Globalization and Economy, Vol. 1: Global Markets and Capitalism* (pp. 23-46). London: SAGE Publications.
- James, P., & Steger, M. (2014). A genealogy of 'globalization': The career of a concept. *Globalizations*, 11(4), 417-434.
- Jornal de Notícias. (2009). *Ryanair anuncia abertura de base no Porto*. Acesso em 02 de maio de 2020, disponível em <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/porto/ryanair-anuncia-abertura-de-base-no-porto-1288773.html>
- Konishi, H., & Sandfort, M. (2003). Anchor stores. *Journal of Urban Economics*, 413-435.
- Koolhaas, R. (1995). The generic city. Em *S, M, L, XL* (pp. 1248-1264). Rotterdam: The Monacelli Press.
- Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing* (10ª ed.). São Paulo: Prentice Hall.
- Lefebvre, H. (1986). Urbain. Em *Le retour de la dialectique : 12 mots clefs* (pp. 159-173). Paris: Messidor.
- Lima, E. F. (2007). Velhos Centros, Novas Centralidades: políticas de enobrecimento urbano e usos do espaço público. *Scientia Plena*, 3(5), 54-61.
- Lindquist, E., Vries, J., & Wanna, J. (2015). Meeting the challenge of the global financial crisis in OECD nations: fiscal responses and future challenges. Em *The global financial crisis and*

- its budget impacts in OECD nations* (pp. 1-30). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Lynch, K. (1964). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press Ltd.
- McGrew, A. (1992). Global Politics: Globalization and the Nation-State. Em A. McGrew, & P. Lewis, *Global Politics: Globalization and the Nation-State* (pp. 16-33). Cambridge: Polity Press.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Metro do Porto. (2020). Acesso em 24 de abril de 2020, disponível em <https://www.metrodoporto.pt/>
- Nunan, C., & Peixoto, J. (2012). Crise econômica e retorno dos imigrantes brasileiros em Portugal. *REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 233-250.
- Pinho, P., & Vilarés, M. (2008). *Avaliação do Impacto Global da 1ª Fase do Projecto do Metro do Porto - 3ª Parte*. Porto: Metro do Porto.
- PORDATA. (2019). *Tráfego de passageiros nos principais aeroportos: Lisboa, Porto e Faro*. Acesso em 01 de maio de 2020, disponível em <https://www.pordata.pt/Portugal/Tr%C3%A1fego+de+passageiros+nos+principais+aeroportos+Lisboa++Porto+e+Faro-3248-292101>
- Porto Ponto. (2019b). *Aprovado fundo municipal de 525 mil euros para lojas e entidades reconhecidas pelo Porto de Tradição*. Acesso em 01 de maio de 2020, disponível em <http://www.porto.pt/noticias/aprovado-fundo-municipal-de-525-mil-euros-para-lojas-e-entidades-reconhecidas-pelo-porto-de-tradicao>
- Porto Vivo, SRU. (2005). *MASTERPLAN - Revitalização Urbana e Social da Baixa do Porto*. Porto: Porto Vivo, SRU - Sociedade de Reabilitação Urbana do Porto.
- Porto Vivo, SRU. (2006). *Quarteirão de D. João I - Projecto Base de Documento Estratégico*. Porto: Porto Vivo, SRU - Sociedade de Reabilitação Urbana do Porto.
- Porto Vivo, SRU. (2010). *Projecto preliminar de conversão da Zona de Intervenção Prioritária em Áreas de Reabilitação Urbana*. Porto: Porto Vivo, SRU - Sociedade de Reabilitação Urbana do Porto.
- Porto Vivo, SRU. (2020). Acesso em 25 de abril de 2020, disponível em <http://www.portovivosru.pt/>

- Porto. (2019a). *Construção do Túnel do Bolhão arranca no dia 20*. Acesso em 05 de maio de 2020, disponível em <http://www.porto.pt/noticias/construcao-do-tunel-do-bolhao-arranca-no-dia-20>
- Porto-Gonçalves, C. W. (2006). Educação, meio ambiente e globalização. *V Congresso Ibero-americano de Educação Ambiental*, (pp. 15-27). Joinville.
- Ritzer, G. (2003a). The Globalization of Nothing. *SAIS Review*, 23(2), 189-200.
- Ritzer, G. (2003b). Rethinking Globalization: Glocalization/Grobalization and Something/Nothing. *Sociological Theory*, 21(3), 193-209.
- Ritzer, G. (2004). *The Globalization of Nothing*. London: SAGE Publications.
- Ritzer, G. (2007). *The Globalization of Nothing 2*. London: SAGE Publications.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. London: SAGE Publications.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. Em *Global Modernities* (pp. 25-44). London: Sage Publications.
- Robertson, R. (2012). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 191-208.
- Rocha, E., & Fernandes, J. V. (2009). O tempo, o espaço, o comércio e o caso da Rua de Santa Catarina, na cidade do Porto. *Cadernos - Curso de Doutorado em Geografia*, 257-285.
- Roudometof, V. (2015). The Glocal and Global Studies. *Globalizations*, 12(5), 774-787.
- Roudometof, V. (2016a). *Glocalization: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Roudometof, V. (2016b). Theorizing glocalization: Three interpretations. *European Journal of Social Theory*, 19(3), 391-408.
- Ryanair. (2020). Acesso em 03 de maio de 2020, disponível em <https://www.ryanair.com/pt/pt>
- Sánchez, F. (2001). A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. *Revista de Sociologia e Política*, 31-49.
- Santos, M. (2000). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro | São Paulo : Record.
- Santos, M. (2002). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp.

- Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Sassen, S. (1994). *Cities in a World Economy* (Fifth edition ed.). London: SAGE Publications.
- Sassen, S. (2000). The Global City: Strategic Site/New Frontier. *American Studies*, 41(2/3), 79-95.
- Sassen, S. (2005). The Global City: Introducing a Concept. *Brown J. World Aff*, XI(2), 27-48.
- Sousa Santos, B. d. (2001). *Globalização: fatalidade ou utopia?* Porto: Afrontamento.
- Sousa Santos, B. d. (08 de abril de 2002). Os problemas da globalização neoliberal e o outro mundo possível da globalização alternativa no discurso inspirador do sociólogo português. (H. Barbeiro, Entrevistador) Acesso em abril de 07 de 2020, disponível em <http://www.boaventuradesousasantos.pt/pages/pt/entrevistas/entrevistas.php>
- Sousa, F. d. (2000). Portugal e a União Européia. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 43(2), 192-200.
- Stephen, W. (2004). *Think Global, Act Local: The Life and Legacy of Patrick Geddes*. Edinburgh: Luath Press Ltd.
- Teobaldo, I. N. (2010). A cidade espetáculo: efeito da globalização. *Sociologia: Revista do Departamento de Sociologia da FLUP*, XX, 137-148.
- Vainer, C. (2000). Pátria, empresa e mercadoria. Em *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos* (pp. 74-104). Petrópolis: Vozes.
- Werneck Lima, E. F. (2004). Configurações urbanas cenográficas e o fenômeno da ‘gentrificação’. *Vitruvius - Arquitextos*, 046.03. Acesso em 17 de junho de 2020, disponível em <https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/04.046/601>
- WTO. (2020). *World Trade Organization*. Acesso em 28 de maio de 2020, disponível em <https://www.wto.org/>
- Yin , R. (2001). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. São Paulo: Bookman.
- Zeiler, T. W. (1999). *Free Trade, Free World: The Advent of GATT*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

ANEXOS

Anexo 1 – Lista de rotas Ryanair a partir do aeroporto Francisco Sá Carneiro
 Fonte: Autora, a partir de dados da Ryanair (2020)

LISTA DE ROTAS RYANAIR A PARTIR DO AEROPORTO FRANCISCO SÁ CARNEIRO 2020			
PAÍS	CIDADE AEROPORTO	VOOS DIRETOS	VOOS COM ESCALA
ALEMANHA	Berlim Schönefeld	X	
	Bremen	X	
	Colónia	X	
	Dortmund	X	
	Düsseldorf Weeze	X	
	Frankfurt International	X	
	Hamburgo	X	
	Karlsruhe / Baden-Baden	X	
	Memmingen (Munique)	X	
	Nuremberg	X	
	Stuttgart	X	
ÁUSTRIA	Vienna	X	
BÉLGICA	Bruxelas Charleroi	X	
	Bruxelas Zaventem	X	
DINAMARCA	Copenhaga	X	
ESLOVÁQUIA	Bratislava		X
ESPANHA	Alicante	X	
	Barcelona El Prat	X	
	Gran Canária	X	
	Madrid	X	
	Málaga	X	
	Palma	X	
	Sevilha	X	
	Tenerife Sul	X	
	Valência	X	
FRANÇA	Bordeaux	X	
	Brest	X	
	Brive	X	
	Carcassonne	X	
	Clermont Ferrand	X	
	Dole	X	
	Grenoble	X	
	La Rochelle	X	

LISTA DE ROTAS RYANAIR A PARTIR DO AEROPORTO FRANCISCO SÁ CARNEIRO 2020			
PAÍS	CIDADE AEROPORTO	VOOS DIRETOS	VOOS COM ESCALA
FRANÇA	Lille	X	
	Marselha	X	
	Paris Beauvais	X	
	Paris-Vatry	X	
	Poitiers	X	
	Strasbourg	X	
	Toulouse	X	
	Tours Val de Loire	X	
GRÉCIA	Salónica		X
HUNGRIA	Budapeste	X	X
IRLANDA	Dublin	X	
ITÁLIA	Bari		X
	Bolonha	X	
	Brindisi		X
	Cagliari	X	
	Milão Bérgamo	X	
	Milão Malpensa	X	
	Naples	X	
	Palermo		X
	Roma Ciampino	X	
	Veneza Treviso	X	
LUXEMBURGO	Luxemburgo	X	
MALTA	Malta	X	
MARROCOS	Marraquexe	X	
PAÍSES BAIXOS	Eindhoven	X	
POLÓLIA	Cracóvia	X	
	Varsóvia Modlin	X	
PORTUGAL	Faro	X	
	Ponta Delgada	X	
	Terceira Lajes	X	
REINO UNIDO	Birmingham	X	
	Edimburgo	X	
	Liverpool	X	
	Londres Stansted	X	
	Manchester	X	
REP+A59:A71ÚBLICA CHECA	Praga		X
19	69	63	7

Anexo 2 – Lista de estabelecimentos e entidades do programa “Porto de Tradição”

Fonte: Autora, a partir de dados da Câmara Municipal do Porto (2020b)

LISTA DE ESTABELECIMENTOS E ENTIDADES RECONHECIDAS AO ABRIGO DO PROGRAMA "PORTO DE TRADIÇÃO"					
ESTABELECIMENTO ENTIDADE	MORADA	DATA DE RECONHECIMENTO	DENTRO DA ÁREA DE ENQUADRAMENTO	DENTRO DA ÁREA DE ESTUDO	FUNDO MUNICIPAL -1ª EDIÇÃO-
A Favorita do Bolhão	Rua de Fernandes Tomás, 783	05.09.2017	SIM	NÃO	NÃO
A Pérola do Bolhão	Rua Formosa, 279	08.05.2018	SIM	NÃO	NÃO
A Sementeira	Rua Mouzinho da Silveira, 178	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
A. Vilarinha, Lda	Rua Cedofeita 210	06.03.2019	NÃO	NÃO	NÃO
Adão Oculista	Rua de Santa Catarina, 291	08.05.2018	SIM	SIM	SIM
Alcino Ourives	Rua de Santos Pousada, 76	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
António Sousa Oliveira, Herdeiros	Rua do Pinheiro, 40	05.02.2019	NÃO	NÃO	SIM
Arcádia	Rua do Almada, 65 r/c	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
Armazém dos Linhos	Rua de Passos Manuel, 15	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
Armazéns Cunhas	Praça de Gomes Teixeira, 14/22	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Barbearia Garrett	Rua de Ramalho Ortigão, 16	08.01.2019	SIM	NÃO	NÃO
Barbearia Tinoco	Rua de Sá da Bandeira, 13	04.09.2018	SIM	NÃO	SIM
Bazar Mabril	Rua de Santa Catarina, 299	22.02.2018	SIM	SIM	NÃO
Bazar Paris	R. de Sá da Bandeira, 190	05.09.2017	SIM	NÃO	NÃO
Benedito Barros, Lda.	Rua de Passos Manuel, 39 1º	04.09.2018	SIM	NÃO	SIM
BFG - Ferragens e Decoração	Rua do Bonjardim, 400A e 404 r/c	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
Botónia - Sousa e Lobo	Rua de Cedofeita, 21 r/c	22.02.2018	NÃO	NÃO	NÃO
Café Âncora d'Ouro - Piolho	Praça de Parada Leitão, 41	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Café Embaixador	Rua Sampaio Bruno, 5 a 11	19.06.2018	SIM	NÃO	NÃO
Café Guarany	Avenida dos Aliados, 85/89	05.09.2017	SIM	NÃO	NÃO
Café Moreira	Rua Senhora da Luz, 306	22.02.2018	NÃO	NÃO	NÃO
Carvalho, Batista & Cª, SA	Rua do Almada, 79	04.09.2018	SIM	NÃO	NÃO
Casa Aleixo	Rua da Estação, 214	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Casa Alvão	Rua de Santa Catarina, 120	05.09.2017	SIM	SIM	SIM
Casa Coração de Jesus	Rua Mouzinho da Silveira, 302	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Casa Crocodilo	Rua Cimo de Vila, 67	05.09.2017	NÃO	NÃO	SIM
Casa da Mariquinhas	Rua de São Sebastião, 25	27.11.2018	NÃO	NÃO	NÃO
Casa dos Forros	Rua de Cedofeita, 189 r/c	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Casa dos Linhos	Rua Fernandes Tomás, 660	08.05.2018	SIM	NÃO	NÃO
Casa dos Neves	Rua Fernandes Tomás, 814	27.01.2020	SIM	NÃO	NÃO
Casa Hortícola	Rua de Sá da Bandeira, 304	05.09.2017	SIM	NÃO	NÃO
Casa Januário	Rua do Bonjardim, 348 r/c	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
Casa Lima	Rua de Santa Catarina, 259 r/c 231	31.10.2018	SIM	SIM	NÃO
Casa Soleiro	Rua de Chã, 104 r/c	12.12.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Centenária Casa Felisberto	Avenida Rodrigues de Freitas 229/231 r/c	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
Confeitaria Cunha	Rua de Sá da Bandeira, 630 r/c	17.04.2018	SIM	NÃO	NÃO
Confeitaria do Bolhão	Rua Formosa, 337 r/c	04.09.2018	SIM	NÃO	SIM
Confeitaria Petúlia	Rua de Júlio Dinis, 775	08.01.2019	NÃO	NÃO	NÃO
Confeitaria Serrana	Rua do Loureiro, 50	24.07.2018	SIM	NÃO	SIM
Costa Braga & Filhos Lda.	Rua 31 de Janeiro, 194	22.02.2018	SIM	NÃO	NÃO
Escovaria de Belomonte	Rua de Belomonte, 36 r/c	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Farmácia Lemos	Praça de Carlos Alberto, 29/31	31.10.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Farmácia Vitória	Praça da Liberdade, 34	05.09.2017	SIM	NÃO	SIM
Francisco Costa & Irmão	R. de Belomonte 54	09.04.2019	NÃO	NÃO	NÃO
Galerias da Vandoma	Rua Mouzinho da Silveira, 175 r/c	12.12.2017	NÃO	NÃO	SIM
Gazela Cachorrinhos da Batalha	Travessa Cimo de Vila, 4	27.11.2018	SIM	NÃO	NÃO
Hotel Aliados	Rua Elísio de Melo, 27	22.01.2019	SIM	NÃO	NÃO
Hotel do Norte	Rua Fernandes Tomas, 579	06.03.2019	SIM	NÃO	NÃO
José Rosas e Cª, Lda	Rua Eugénio de Castro, 282	08.01.2019	NÃO	NÃO	SIM

LISTA DE ESTABELECIMENTOS E ENTIDADES RECONHECIDAS AO ABRIGO DO PROGRAMA "PORTO DE TRADIÇÃO"					
ESTABELECIMENTO ENTIDADE	MORADA	DATA DE RECONHECIMENTO	DENTRO DA ÁREA DE ENQUADRAMENTO	DENTRO DA ÁREA DE ESTUDO	FUNDO MUNICIPAL -1ª EDIÇÃO-
Leitaria Quinta do Paço	Praça Guilherme Gomes Fernandes, 47-51	27.01.2020	NÃO	NÃO	NÃO
Livraria Académica	Rua dos Mártires da Liberdade, 10	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Livraria Lello	Rua das Carmelitas, 144	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Livraria Moreira da Costa	Rua de Avis, 30	21.12.2017	NÃO	NÃO	NÃO
LMR, Lda. - Fábrica das Velas	Rua Assunção, 43	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
London Style	Rua de Santa Catarina, 673 r/c	05.09.2017	SIM	NÃO	NÃO
Lopo Xavier & Companhia Lda.	Praça de Carlos Alberto, 17	12.12.2017	NÃO	NÃO	SIM
Machado Joalheiros	Rua 31 de Janeiro, 198/202 e 198 ss, r/c	05.09.2017	SIM	NÃO	NÃO
Majestic Café	Rua de Santa Catarina, 112	05.09.2017	SIM	SIM	NÃO
Marcolino Relojoeiro	Rua de Passos Manuel, 140	08.01.2019	SIM	NÃO	SIM
Moura e Fortes - PFAFF	Rua Fernandes Tomás, 826 r/c	22.02.2018	SIM	NÃO	NÃO
Neves & Filha, Lda.	Rua das Flores, 115/117 e 119	22.02.2018	NÃO	NÃO	NÃO
O Buraquinho	Praça dos Poveiros, 33	24.07.2018	SIM	NÃO	SIM
O Cafézeiro	Rua Augusto Rosa, 40	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
O Pretinho do Japão	Rua do Bonjardim, 496	22.02.2018	SIM	NÃO	NÃO
Orfeão do Porto	Praça da Batalha, 123, 1.º	06.03.2019	SIM	NÃO	SIM
Ourivesaria Brilhante	Rua de Santo Ildefonso, 125	22.02.2018	SIM	NÃO	NÃO
Ourivesaria Coutinho	Rua das Flores, 185	05.09.2017	NÃO	NÃO	SIM
Ourivesaria Eduardo Carneiro	Rua das Flores, 223	05.09.2017	NÃO	NÃO	SIM
Ourivesaria Luíz Ferreira	Rua Trindade Coelho, 7	05.09.2017	NÃO	NÃO	SIM
Ourivesaria Pedro A. Baptista, Lda.	Rua das Flores, 237	08.05.2018	NÃO	NÃO	NÃO
Padaria Ribeiro	Praça de Guilherme Gomes Fernandes, 21	05.09.2017	NÃO	NÃO	SIM
Papelaria Modelo	Largo dos Lóios, 75	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO
Peninsular - Papelaria & Artes Gráficas	Rua Mouzinho da Silveira, 67-71	27.01.2020	NÃO	NÃO	NÃO
Pinguim Café	Rua de Belomonte, 65 a 69	04.09.2018	NÃO	NÃO	SIM
Príncipe Porto Portugal	Rua dos Clérigos, 47 r/c	22.02.2018	NÃO	NÃO	SIM
Queijaria Amaral	Rua de Santo Ildefonso, 190	04.09.2018	SIM	NÃO	NÃO
Restaurante A Filha Mãe Preta	Cais da Ribeira, 39	09.04.2019	NÃO	NÃO	NÃO
Restaurante A Regaleira	Rua do Bonjardim, 87	31.10.2017	SIM	NÃO	NÃO
Restaurante Chinês	Avenida Vimara Peres, 38	27.11.2018	NÃO	NÃO	SIM
Restaurante Escondidinho	Rua de Passos Manuel, 142/144	04.09.2018	SIM	NÃO	NÃO
Restaurante Ginjal	Rua do Bonjardim, 724/726 e 728	27.11.2018	SIM	NÃO	NÃO
Salão de Chá Aviz (Café Aviz)	Rua de Aviz, 27	27.01.2020	NÃO	NÃO	NÃO
Santos & Irmão, Lda.	Travessa das Liceiras, 1	03.09.2018	SIM	NÃO	NÃO
Teatro Sá da Bandeira	Rua de Sá da Bandeira, 108	08.05.2018	SIM	NÃO	NÃO
Vidraria Fonseca	Rua dos Caldeireiros, 208	05.09.2017	NÃO	NÃO	NÃO

Anexo 3 – Lista das lojas situadas na Área de Estudo
 Fonte: Autora (2020)

LISTA DOS ESTABELECIMENTOS DA ÁREA DE ESTUDO					
TRECHO	LADO	NOME	ATIVIDADE	Nº	CATEGORIA
TRECHO 1 ENTRE RUA 31 DE JANEIRO E PASSOS MANUEL	ESQUERDO	Meia Duzia	PRODUTOS REGIONAIS	1	LOCAL
		Dipol - Robalo SA	CASA E DECORAÇÃO	9	NACIONAL
		Marbella	ALIMENTAR	13	LOCAL
		Marques Soares	VESTUÁRIO	21	NACIONAL
		Óptica do Porto	ÓTICA	25/29	LOCAL
		Gália	CALÇADOS E BOLSAS	31	LOCAL
		Marques Soares	VESTUÁRIO	39	NACIONAL
		Bem Português	PRODUTOS REGIONAIS	45	LOCAL
		Ansil Joalheiros	JOIAS	47	LOCAL
		CY	SOUVENIR	49	LOCAL
		Urban Project	VESTUÁRIO	51	NACIONAL
		C&A	VESTUÁRIO	71	GLOBAL
		FNAC	DIVERSOS	73	GLOBAL
	DIREITO	LeYa na Latina	CULTURA E LAZER	02-10	LOCAL
		Choc	VESTUÁRIO	20	LOCAL
		Tinoco	SAÚDE E BELEZA	22/26	LOCAL
		Jak	CALÇADOS E BOLSAS	28	NACIONAL
		Millennium BCP	SERVIÇOS	40	GLOBAL
		Loja sem nome	SOUVENIR	44	LOCAL
		Max	CALÇADOS E BOLSAS	50	NACIONAL
		Casa Othello	SOUVENIR	54-60	LOCAL
		Gift Paradise	SOUVENIR	62/64	LOCAL
		Pedra Dura	JOIAS	68	NACIONAL
		Portiny	CALÇADOS E BOLSAS	72/74	LOCAL
		Plácido	VESTUÁRIO	76	LOCAL
		Marcolino	JOIAS	84	LOCAL

LISTA DOS ESTABELECIMENTOS DA ÁREA DE ESTUDO					
TRECHO	LADO	NOME	ATIVIDADE	Nº	CATEGORIA
TRECHO 2 ENTRE RUA PASSOS MANUEL E FORMOSA	ESQUERDO	Ourivesaria Perfecta	JOIAS	91	LOCAL
		Parfois	VESTUÁRIO	95/97	GLOBAL
		Pikolinos	CALÇADOS E BOLSAS	101	GLOBAL
		Bershka	VESTUÁRIO	111-119	GLOBAL
		Anel	JOIAS	121	LOCAL
		Ponto das Artes	DIVERSOS	125	NACIONAL
		Loja fechada	FECHADO	129	FECHADA
		Calçado Guimarães	CALÇADOS E BOLSAS	137	NACIONAL
		Farmácia Santa Catarina	SAÚDE E BELEZA	141	LOCAL
		Império	ALIMENTAR	149	LOCAL
		Porto Douro	ALIMENTAR	155	LOCAL
		Mengos	ALIMENTAR	161	LOCAL
		Salsa	VESTUÁRIO	165	GLOBAL
		Benetton	VESTUÁRIO	181	GLOBAL
		Arcádia Casa do Chocolate	ALIMENTAR	191	NACIONAL
		Grande Hotel do Porto	HOTELARIA	197	LOCAL
		Swarovski	JOIAS	203	GLOBAL
		Pé de Meia	VESTUÁRIO	209	NACIONAL
		Porto Meia	VESTUÁRIO	213	LOCAL
		Ana Sousa	VESTUÁRIO	217	GLOBAL
		Força Portugal	PRODUTOS REGIONAIS	223	NACIONAL
		Casa Lima	CALÇADOS E BOLSAS	231	LOCAL
		Falconeri	VESTUÁRIO	237	GLOBAL
	DIREITO	BPI	SERVIÇOS	104	NACIONAL
		Majestic Café	ALIMENTAR	112	LOCAL
		Fotografia Alvão	DIVERSOS	120	LOCAL
		Bruxelas	FECHADO	122	FECHADA
		Loja nova sem nome	DIVERSOS	134	LOCAL
		Oysho	VESTUÁRIO	144-154	GLOBAL
		Pull & Bear	VESTUÁRIO	156	GLOBAL
		Zara	VESTUÁRIO	160-168	GLOBAL
		Mass	SAÚDE E BELEZA	174-180	NACIONAL
		Loja fechada	FECHADO	184/186	FECHADA
		Sea Side	CALÇADOS E BOLSAS	198	GLOBAL
		Sapataria Ana	CALÇADOS E BOLSAS	202	LOCAL
		Calzedonia	VESTUÁRIO	208	GLOBAL
		Stradivarius	VESTUÁRIO	216	GLOBAL
		Amorino	ALIMENTAR	222	GLOBAL
		Havaianas	VESTUÁRIO	230	GLOBAL

LISTA DOS ESTABELECIMENTOS DA ÁREA DE ESTUDO					
TRECHO	LADO	NOME	ATIVIDADE	Nº	CATEGORIA
TRECHO 3 ENTRE RUA FORMOSA E FERNANDES TOMÁS	ESQUERDO	Haity	CALÇADOS E BOLSAS	247	LOCAL
		Mazal	JOIAS	251	LOCAL
		Foreva	CALÇADOS E BOLSAS	253/255	NACIONAL
		Loja fechada	FECHADO	257	FECHADA
		Loja fechada	FECHADO	265	FECHADA
		Ericeira	VESTUÁRIO	273	NACIONAL
		Arcopedico	CALÇADOS E BOLSAS	279	GLOBAL
		Rosa Clará	VESTUÁRIO	283	GLOBAL
		Adão Oculista	ÓTICA	287	LOCAL
		Hawkers	ÓTICA	295	GLOBAL
		Bazar Mabril	PRODUTOS INFANTIS	299	LOCAL
		Saboriccia	PRODUTOS REGIONAIS	303	LOCAL
		Perfumes & Companhia	SAÚDE E BELEZA	305-311	NACIONAL
		Mass Kids	PRODUTOS INFANTIS	315	LOCAL
		Ale-Hop	DIVERSOS	319	GLOBAL
		MultiOpticas	ÓTICA	325	NACIONAL
		Fabrica da Nata	ALIMENTAR	331-335	LOCAL
		Adidas	VESTUÁRIO	337	GLOBAL
		Flormar	SAÚDE E BELEZA	345	GLOBAL
		Bruxelas	VESTUÁRIO	351	NACIONAL
		Andorinha	SOUVENIR	357	LOCAL
		Rituals	SAÚDE E BELEZA	361-365	GLOBAL
		Skechers	CALÇADOS E BOLSAS	369	GLOBAL
		Foot Locker	CALÇADOS E BOLSAS	375	GLOBAL
		Miss 101	VESTUÁRIO	389	LOCAL
		Misako	CALÇADOS E BOLSAS	397	GLOBAL
	DIREITO	Tezenis	VESTUÁRIO	250	GLOBAL
		Massimo Dutti	VESTUÁRIO	258-264	GLOBAL
		Naice Sapataria	CALÇADOS E BOLSAS	274	LOCAL
		Pronovias	VESTUÁRIO	276	GLOBAL
		Tiffosi	VESTUÁRIO	284-294	GLOBAL
		Pollux	CASA E DECORAÇÃO	300	NACIONAL
		Branca de Neve	CALÇADOS E BOLSAS	304	LOCAL
		Via Catarina	CENTRO COMERCIAL	312-352	CENTRO COMERCIAL
		Sportino	CALÇADOS E BOLSAS	354/356	NACIONAL
		Chuak	VESTUÁRIO	360	LOCAL
		Optica Lima	ÓTICA	362	LOCAL
		Ecco	CALÇADOS E BOLSAS	368	GLOBAL
		Loja fechada	FECHADO	370-374	FECHADA
		Max	CALÇADOS E BOLSAS	380	NACIONAL
		Loja fechada	FECHADO	382	FECHADA
		Loja fechada	FECHADO	388	FECHADA
		Gift Paradise	SOUVENIR	390	LOCAL
		Analogia	VESTUÁRIO	400	NACIONAL

LISTA DOS ESTABELECIMENTOS DA ÁREA DE ESTUDO					
TRECHO	LADO	NOME	ATIVIDADE	Nº	CATEGORIA
TRECHO 4 ENTRE RUA FERNANDES TOMÁS E FIRMEZA	ESQUERDO	My God	VESTUÁRIO	417	LOCAL
		Origem	VESTUÁRIO	433	GLOBAL
		Loja Fechada	FECHADO	439	FECHADA
		Novalma	VESTUÁRIO	443	LOCAL
		A Rampinha	ALIMENTAR	447	LOCAL
		Gente Muída	VESTUÁRIO	451	LOCAL
		La Citta	VESTUÁRIO	455-459	LOCAL
		Nut' Porto	ALIMENTAR	463	LOCAL
		Casa Rocha	DIVERSOS	469	LOCAL
		Loja sem nome	SOUVENIR	473	LOCAL
		De Porto e Alma	PRODUTOS REGIONAIS	479	LOCAL
		Bico Doce	ALIMENTAR	485	LOCAL
		Bairro Arte	CASA E DECORAÇÃO	493	NACIONAL
		Nata Lisboa	ALIMENTAR	499	GLOBAL
		Monalisa	ALIMENTAR	505	LOCAL
		Humana	VESTUÁRIO	513	NACIONAL
		Loja Fechada	FECHADO	517	FECHADA
		Loja Fechada	FECHADO	523	FECHADA
		Marquita	DIVERSOS	527	LOCAL
		Casa Cerdeira	PRODUTOS REGIONAIS	533	LOCAL
	DIREITO	Capela das Almas	CULTURA E LAZER	428	LOCAL
		Mac Joias	JOIAS	430	LOCAL
		Funerária Portuense	SERVIÇOS	432-438	NACIONAL
		Casa das Waffles	ALIMENTAR	440-444	LOCAL
		Tip-Top	SOUVENIR	446	LOCAL
		Santos Cafeteria	ALIMENTAR	454	LOCAL
		Capitólio	SAÚDE E BELEZA	458	LOCAL
		Montra 190	VESTUÁRIO	464	LOCAL
		Loja Fechada	FECHADO	470	FECHADA
		Almas Joia	JOIAS	472	LOCAL
		Entertainment Exchange	DIVERSOS	480	GLOBAL
		HD	VESTUÁRIO	484	LOCAL
		Loja sem nome	SOUVENIR	488	LOCAL
		Loja Fechada	FECHADO	500	FECHADA
		Nata Lisboa	ALIMENTAR	506	GLOBAL
		Fundação Inatel	SERVIÇOS	518	NACIONAL
		Loja sem nome	SOUVENIR	522-524	LOCAL
		Cosmopolitana	VESTUÁRIO	528-530	LOCAL
		Aquarela	ALIMENTAR	534	LOCAL
		Belo Mundo	ALIMENTAR	542	LOCAL

Anexo 4 – Lista das marcas globais da Área de Estudo e repetições
 Fonte: Autora (2020)

LISTA DAS MARCAS GLOBAIS DA ÁREA DE ESTUDO E REPETIÇÕES					
MARCAS GLOBAIS ÁREA DE ESTUDO	ATIVIDADE	RUA AUGUSTA	AVENIDA PORTAL DE L'ANGEL	RUE NUEVE	Nº DE REPETIÇÕES NAS RUAS
Adidas	VESTUÁRIO				0
Ale-Hop	DIVERSOS	X			1
Amorino	ALIMENTAR	X			1
Ana Sousa	VESTUÁRIO	X			1
Arcopedico	CALÇADOS E BOLSAS				0
Benetton	VESTUÁRIO	X	X		2
Bershka	VESTUÁRIO	X	X	X	3
C&A	VESTUÁRIO			X	1
Calzedonia	VESTUÁRIO	X	X	X	3
Ecco	CALÇADOS E BOLSAS				0
Entertainment Exchange	DIVERSOS				0
Falconeri	VESTUÁRIO				0
Flormar	SAÚDE E BELEZA				0
FNAC	DIVERSOS				0
Foot Locker	CALÇADOS E BOLSAS		X	X	2
Havaianas	VESTUÁRIO				0
Hawkers	ÓTICA				0
Massimo Dutti	VESTUÁRIO		X		1
Millennium BCP	SERVIÇOS	X			1
Misako	CALÇADOS E BOLSAS	X	X		2
Nata Lisboa	ALIMENTAR				0
Origem	VESTUÁRIO				0
Oysho	VESTUÁRIO		X		1
Parfois	VESTUÁRIO	X	X		2
Pikolinos	CALÇADOS E BOLSAS	X			1
Pronovias	VESTUÁRIO				0
Pull & Bear	VESTUÁRIO	X	X	X	3
Rituals	SAÚDE E BELEZA		X	X	2
Rosa Clará	VESTUÁRIO				0
Salsa	VESTUÁRIO				0
Sea Side	CALÇADOS E BOLSAS	X			1
Skechers	CALÇADOS E BOLSAS				0
Stradivarius	VESTUÁRIO	X	X		2
Swarovski	JOIAS			X	1
Tezenis	VESTUÁRIO		X	X	2
Tiffosi	VESTUÁRIO				0
Zara	VESTUÁRIO	X	X	X	3
TOTAL DE MARCAS	37	14	13	9	
		38%	35%	24%	