

LOJAS COM HISTÓRIA – LISBOA: CONHEÇA LISBOA PELO SEU COMÉRCIO TRADICIONAL E HISTÓRICO

DIOGO GASPAS SILVA¹

As cidades têm enfrentado, ao longo das últimas décadas, um conjunto alargado de tendências de recomposição socioeconómica com evidentes repercussões espaciais. Apesar destas transformações, o binómio cidade-comércio constituiu um casamento perfeito, sendo a atividade comercial indissociável da construção da imagem urbana.

Contudo, as transformações mais recentes que têm ocorrido no espaço urbano, quer económica e socialmente, quer espacialmente, tendem a evidenciar uma propensão para a progressiva neoliberalização das políticas públicas e a livre circulação e acumulação do capital. Estas novas formas de governança urbana e da economia capitalista parecem estar a imprimir uma nova produção do espaço urbano, que tem contribuído para o desmoranamento de um espaço produtivo e, ao mesmo tempo, possibilitado a emancipação de um espaço-mercadoria que se transforma em função de oportunidades de investimento e de estímulos capitalistas (Harvey, 1989). Estas recomposições urbanas têm originado um intenso debate sobre o contributo que o comércio tradicional e de proximidade teve, tem e poderá vir a ter na nova paisagem urbana do século XXI (Ozuduru & Goldmann, 2013; Cachinho & Barata-Salgueiro, 2016).

O comércio tradicional e de proximidade tem sido uma das atividades económicas que mais tem sido visadas pelos impactes dos processos de recomposição socioeconómica da cidade. Com a crise económico-financeira da última década, acentuou-se uma retração do papel interventivo do Estado e assistiu-se a uma progressiva flexibilização e desregulação das políticas públicas, através das quais as cidades procuram competir entre si para atrair novos investimentos e aumentar o seu potencial turístico (Logan & Molotch, 2007). A governança urbana da cidade pós-moderna, caracterizada por uma retração da cidade social e por uma evidente aposta numa cidade empreendedora, tem provocado intensas transformações no ambiente construído e uma crescente mercadorização do património local, cultural e histórico (Harvey, 1989). Estas mutações materializaram-se, no contexto português, através de um conjunto alargado de políticas públicas multisetoriais que contribuiu para uma intensificação do processo de gentrificação turística que está a ocorrer, com maior propriedade, em algumas áreas da cidade de Lisboa (Barata-Salgueiro, 2017). Entre essas medidas políticas, destacam-se o Regime Jurídico de Reabilitação Urbana (2009), o Regime Fiscal para Residentes Não Habituais (2009), a Nova Lei do Arrendamento Urbano (2012) ou ainda o programa Golden Visa Portugal (2013). Acrescem a estes regimes jurídicos e fiscais outros regulamentos, também municipais, que têm induzido um elevado investimento em projetos de reabilitação urbana, designadamente a Estratégia de Reabilitação Urbana

¹ Mestrando em “Geografia Humana: Globalização, Sociedade e Território”, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa, Rua Branca Edmée Marques, 1600-276, Lisboa, Portugal. E-mail: diogossilva4@campus.ul.pt

de Lisboa 2011-2024. Esta produção legislativa constituiu a resposta portuguesa à crise financeira de 2008 e à sucessiva degradação do parque habitacional português e, em particular, da cidade de Lisboa, em virtude do prolongado congelamento das rendas (Alves & Branco, 2015). Estes diplomas estimularam, deste modo, a flexibilização do mercado da habitação, com a chegada de novos investidores internacionais, e a promoção turística, com a chegada de consumidores e residentes não habituais transnacionais (Barata-Salgueiro, Mendes, & Guimarães, 2017; Mendes, 2017). A liberalização do mercado de arrendamento, com o descongelamento das rendas vigentes e com a flexibilização das condições do contrato de arrendamento, induziu uma redução da proteção dos inquilinos, resultando num aumento do seu potencial despejo direto e indireto, contribuindo, deste modo, para a financeirização do mercado imobiliário (Davidson & Lees, 2010).

É neste enquadramento que se inserem as crescentes fragilidades do comércio tradicional e de proximidade na cidade de Lisboa, que tem enfrentado uma acelerada recomposição socioeconómica da sua procura (Malheiros, Carvalho, & Mendes, 2013). A par disso, os estabelecimentos tradicionais e de proximidade foram ainda fortemente visados pelos impactes resultantes da Nova Lei do Arrendamento Urbano, consequências que o programa Lojas com História procura minimizar. Este programa de salvaguarda e de distinção do comércio tradicional e de proximidade, pioneiro no contexto português, deu mote ao livro *Lojas com História – Lisboa*, promovido pela Câmara Municipal de Lisboa e operacionalizado por uma equipa de investigadores e antigos alunos da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL), incluindo: Álbio Nascimento, Frederico Duarte, Guilherme Sousa, Isabel Lopes de Castro e Maria Manuel Dominguez; e por técnicos municipais dos pelouros da economia e inovação, urbanismo e cultura, coordenados por Sofia Pereira.

Metodologicamente, a equipa da FBAUL desempenhou um papel central no desenho deste projeto, mobilizando meramente métodos qualitativos, centrados numa perspetiva histórica e cultural do comércio tradicional e de proximidade da cidade. Sob coordenação de Álbio Nascimento, a equipa da FBAUL foi responsável pela realização da consultoria técnica geral, coordenação estratégica e trabalho de investigação, que incluiu o levantamento documental e fotográfico das lojas com história transversal a este livro. A participação dos lojistas nesse levantamento documental foi essencial para a robustez metodológica, científica e social deste livro. Partindo da problemática do comércio lisboeta e das suas transformações recentes, e mobilizando a análise de *benchmarking*, a equipa da FBAUL estabeleceu os princípios fundamentais que deveriam orientar o programa Lojas com História, tendo sido posteriormente definidos os critérios que permitem distinguir uma «loja com história», que foram aprovados em 2016 na Assembleia da República, dando origem à Lei n.º 42/2017, de 14 de junho, que estabelece o regime de reconhecimento e proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local. Este regime concentrou-se em proteger os estabelecimentos da liberalização das rendas, então possibilitada pelo regime do arrendamento urbano de 2012, tendo permitido limitar os impactes das regras contratuais estabelecidas nesse regime e ainda atribuir a isenção fiscal do pagamento do Imposto Municipal sobre Imóveis aos estabelecimentos distinguidos. Os textos constantes no livro, da autoria de Joana Bértholo, são resultado da recolha qualitativa de informação histórica, documental e iconográfica, de cada uma das lojas.

Este livro resulta, assim, da necessidade de prezar, distinguir, valorizar e salvaguardar a história da cidade de Lisboa, tendo sido elegido como grande desígnio: proteger o comércio tradicional e histórico. Analisando o contributo do comércio na sua relação com a cidade, o livro aborda a necessidade de proteger o comércio tradicional e de proximidade como forma de preservar a identidade do espaço urbano. Procurando desenvolver uma reflexão à escala urbana sobre a importância da atividade comercial para a preservação da memória e da identidade da cidade de Lisboa, o leitor é convocado a visitar as diferentes lojas com história através de uma descrição dos tempos pretéritos, não só enquanto espaços de tertúlia e de criatividade modernista, mas também através da discussão da forma como estes exemplos de memória e de identidade urbana têm sobrevivido aos tempos mais recentes, num conflito de forte

magnitude contra as novas tendências de oferta comercial e de recomposição socioeconómica da cidade e dos seus novos utilizadores.

Além de se apresentarem os principais objetivos do programa Lojas com História, para, segundo o Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Fernando Medina, dar “resposta a um sentido de urgência na preservação e dinamização deste património, reconhecendo que nele reside uma parte relevante do caráter da cidade e que, ao protegê-lo, Lisboa está a preservar também aquilo que faz desta uma cidade única e cada vez mais valorizada e procurada a nível internacional” (p. 4), começa-se por destacar a importância do comércio para a vida urbana e as suas implicações para a identidade da cidade de Lisboa.

Apesar de apresentar uma estrutura um pouco confusa, pois não são facilmente distinguíveis os diferentes capítulos, o principal ponto forte deste livro parece residir no espólio fotográfico e documental que constitui parte do aparelho metodológico do livro, que nos remete para os tempos pretéritos dos séculos XIX e XX, período no qual a maioria das 82 lojas com história catalogadas nesta edição surgiram. Atualmente, estão integradas no programa Lojas com História cerca de centena e meia de estabelecimentos, pelo que se reconhece a necessidade de se atualizar o espólio apresentado nesta edição do livro.

Apesar desta limitação, a contextualização temporal apresentada ajuda-nos a compreender as plantas urbanas (se assim as podemos designar dada a ausência de elementos cartográficos) apresentadas nas primeiras páginas do livro, predominando um enorme número de lojas tradicionais com história na designada Baixa Pombalina, coincidindo com uma das áreas mais nobres do centro histórico de Lisboa e polarizadora de uma intensa dinâmica funcional e comercial ao longo de décadas. À medida que a expansão urbana prosseguiu para norte, nos anos 1940 e 1950, começamos a encontrar, na reconstrução cartográfica apresentada, um maior número de lojas tradicionais e históricas nas Avenidas Novas. Deste modo, parece indiscutível a existência de uma relação entre as principais dinâmicas de expansão urbana da cidade de Lisboa e a inauguração de novos estabelecimentos comerciais e de proximidade, relação binária que este livro também pretende realçar.

Mas é, sobretudo, no papel do comércio tradicional e de proximidade enquanto elemento identitário a preservar e a reconhecer que reside a essência deste livro e deste programa municipal. Ao longo das três centenas de páginas que constituem a obra, o leitor é confrontado com as descrições das lojas bicentenárias, predominantemente localizadas no Chiado e no Rossio, designadamente: o Restaurante Tavares (1784); ou ainda o mais antigo café da cidade de Lisboa, o Martinho da Arcada (1782), onde, no outono de 1935, Almada Negreiros e Fernando Pessoa tomaram o seu último café juntos. É nestas lojas com história onde se vivia “um rebuliço rico, irrequieto, animado, escuro de noite e confuso de dia” (p. 17) e uma atmosfera cosmopolita que se pretendia comparar com algumas das mais vibrantes metrópoles europeias, designadamente Paris ou Londres, também com relevantes evidências na construção identitária da cidade de Lisboa, ilustrada pela designação frequente de «O Chiado “chic”» (p. 196). Esta tentativa de importar os estilos estrangeiros é evidente nas lojas: *Au Petit Chambre*, Londres Salão, Pastelaria Benard, Pastelaria Versailles ou ainda na Livraria Ferin.

Entre os 18 capítulos que compõem a obra e a cronologia apresentada no final do livro, salientam-se os que destacam o contributo dos cafés e dos restaurantes do Chiado na disseminação de ideias nos diversos espaços de tertúlia ou simplesmente na reunião dos intelectuais do grupo «Vencidos da Vida», onde se inseria Eça de Queirós, tais como o Restaurante Tavares ou ainda a Brasileira do Chiado (1905), sendo que esta última se apresenta como um dos lugares da criatividade do modernismo, tributo que ainda se mantém, nomeadamente nos autorretratos de Almada Negreiros no tempo do lançamento do primeiro número da Revista Orpheu, em 1915.

No início de cada capítulo, podemos encontrar uma breve explicação da contextualização das atividades comerciais que mais se destacaram na cidade entre o final do século XVIII e o final do século XX, embora a sua dispersão por diversas páginas possa dificultar a leitura e a assimilação global da informação. Apesar desta limitação, o enquadramento realizado no início de cada capítulo sobre as mais diversas atividades comerciais, sobre «as lojas que viram mais Lisboas» (p. 16), afigura-se essencial para elu-

cidar sobre os diferentes lugares de encontro e de sociabilidade, sem os quais as características identitárias da Lisboa oitocentista e novecentista teriam sido bem diferentes. Entre eles, encontramos espaços de tertúlia literária e de conspiração, estabelecimentos de costura por medida ou ainda os mais reputados restaurantes, pastelarias, confeitarias e cafés da cidade. Além disso, as introduções de cada capítulo descrevem bem o cosmopolitismo da cidade de Lisboa num contexto europeu, retratado, por exemplo, no capítulo «A Lisboa de um *gentleman*».

Apesar da interessante e detalhada catalogação dos estabelecimentos com história distinguidos na cidade de Lisboa, desde o seu surgimento até às suas reformulações, o livro aborda a questão da Arte Nova em Lisboa, sendo esta constantemente referida como um dos elementos mais comuns da arquitetura dos estabelecimentos com história da cidade, designadamente na Florista Pequeno Jardim ou na fachada da Joalheria do Carmo, ambas no Chiado.

A recorrência à figura da sinestesia, estimulando uma analepse constante por parte do leitor, é notável. Quem lê, parece imaginar a vivência urbana naquela época, desde os sons, os cheiros e os estímulos à visão que são potenciados pelo espólio fotográfico e pela descrição dos espaços. Estes elementos, juntamente com a organização interna do livro, proporcionam um conjunto relevante de contributos para a reconstrução da atmosfera urbana e da geografia social e cultural da cidade nos séculos XIX e XX, designadamente através da descrição dos espaços frequentados e das atividades realizadas pelos homens e pelas mulheres da movida lisboeta, a que se assomam ainda importantes elementos acerca da vivência no espaço público do Chiado no início do século XX.

Além dos cafés e dos restaurantes, passando pela Caza das Vellas numa época em que a eletricidade ainda não era uma realidade, pelas confeitarias e pastelarias, como a Confeitaria Nacional, os prestigiados pastéis de Belém ou a Benard, ou ainda através do aparecimento das primeiras lojas de café, o leitor é confrontado também com a evolução que o comércio tradicional e de proximidade tem vindo a registar. Uma das características mais comuns destes estabelecimentos reside na personalização do atendimento, na proximidade e na fidelização da clientela, atributos que se têm vindo a perder com o aparecimento, em primeiro lugar, dos supermercados e, posteriormente, dos hipermercados e dos centros comerciais, num paradigma caracterizado pela acessibilidade que veio substituir as lógicas espaciais ancoradas na centralidade ou na proximidade (Dawson, 1995; Wrigley & Lowe, 2002; Cachinho & Barata-Salgueiro, 2016)

As mudanças nos hábitos de consumo e de abastecimento são ainda vertidas no espólio catalogado neste livro, designadamente através da alteração da oferta destes estabelecimentos tradicionais e de proximidade. Como se encontra explícito n' A Carioca, «Recentemente, os lotes da casa passaram a estar disponíveis em cápsulas, acompanhando a evolução dos hábitos de consumo» (p. 73), ou na Tabacaria Mónaco, que hoje oferece outros artigos, nomeadamente «turísticos, que ajudam estas lojas a manter a sua rentabilidade e a acompanhar o espírito dos tempos» (p. 230). Algumas das lojas tradicionais que tinham uma grande procura nos séculos XIX e XX, como a Casa das Bandeiras, o Hospital das Bonecas, a Espingardaria Central ou ainda as diversas manteigarias e leitarias lisboetas, tiveram necessidade de se reinventar para garantirem a viabilidade da sua existência num período mais contemporâneo, onde o desejo e os significados simbólicos são uma constante para a felicidade do consumidor (Gardner & Sheppard, 1989; Cachinho, 2006; Lipovetsky, 2007, 2016). Mantendo os seus atributos de proximidade e a sua clientela habitual, a inovação deve estar presente nos modelos de gestão de negócio a fim de concorrer com as lógicas de abastecimento da compra agrupada veiculadas pelas grandes superfícies comerciais.

Com o desígnio de promover a «distinção dos estabelecimentos que se destacam pelas suas características únicas e pelo seu reconhecido valor para a identidade da cidade de Lisboa» (p. 4), o programa Lojas com História, criado em 2015 pela Câmara Municipal de Lisboa, pretende desencadear uma reflexão urbana sobre a atividade comercial tradicional, dinamizando e reativando a dinâmica desses estabelecimentos independentes e de proximidade. É deste modo que a ambição de investir «no crescimento sólido e duradouro do comércio tradicional e histórico, abrindo portas para novos modelos de negócio e para a criação de mais emprego» (p. 5), se assume como um dos grandes objetivos deste programa.

Apesar dos desígnios propostos, temos a registar, por exemplo, o encerramento, no início de 2018, de uma das lojas com história que figuram neste livro: a Livraria Aillaud & Lellos, que fazia parte da identidade da cidade desde os primeiros anos do século XX, «pacientemente rumando à celebração do seu centenário» (p. 156). Deste modo, a magnânima livraria conhecida pela sua fachada em mármore de Estremoz, com lombadas de livros, sucumbiu perante o aumento substancial do valor mensal da renda. Esse novo valor não se coaduna com a manutenção de uma atividade que tem registado quebras no volume de vendas nos últimos anos, acabando por dar frequentemente lugar a hotéis ou a outros estabelecimentos associados a grandes cadeias internacionais (Barata-Salgueiro, 2017; Mendes, 2017). Assim, na Rua do Carmo, encontrava-se, no início de 2018 e ao fim de quase 90 anos de atividade, um vazio que outrora era ocupado por esta livraria, uma das primeiras a operar na cidade de Lisboa e onde muitos, nacionais e estrangeiros, chegaram a comprar os seus livros escolares. Atualmente, uma nova *concept store*, dedicada à venda de sapatos, ocupa o mesmo espaço (figs. 1 e 2). Esperamos que a Luvaria Ulisses ou a Joalheria do Carmo, localizadas na mesma rua, constituam exemplos opostos, permitindo prosseguir a manutenção das lojas de venda a retalho tradicionais e identitárias de uma cidade com uma história comercial secular. Cabe ao programa Lojas com História garantir a continuidade destes estabelecimentos, não só pelo enorme valor económico, mas também pelo grande peso cultural e social que estes estabelecimentos distinguidos configuram para a valorização da cidade.



Fig. 1 – Antiga Livraria Aillaud & Lellos (encerrada).
Figura a cores disponível online.

Fig. 1 – Former Aillaud & Lellos Bookstore (closed).
Colour figure available online.

Fotografia de Diogo Gaspar Silva (janeiro de 2018)



Fig. 2 – Antiga Livraria Aillaud & Lellos, atualmente lojas de sapatos Degrau. Figura a cores disponível online.

Fig. 2 – Former Aillaud & Lellos Bookstore, currently Degrau shoe store. Colour figure available online.

Fotografia de Diogo Gaspar Silva (maio de 2019)

Assim, o livro *Lojas com História* contribui para uma reflexão que se tornou necessária à escala intraurbana sobre a relação que o comércio, particularmente tradicional e de proximidade, tem ou deve ter com a cidade. Este livro permite ainda discutir e analisar as tendências de transformação recentes na governança urbana da cidade pós-moderna, cujas estratégias podem vitimar os espaços de memória mais vulneráveis a um potencial processo de financeirização e de nobilitação seletiva do espaço urbano. Por isso, o comércio tradicional e de proximidade não deve ser visto como um setor económico marginal, mas antes como um setor revestido de identidade que cabe preservar. Além disso, a descrição apresentada reveste-se de grande significado para todos aqueles que se debruçam sobre as mutações nos padrões de localização espacial dos sistemas comerciais de venda a retalho em relação com a expansão urbana. Deste modo, além de se comprovar que estes estabelecimentos comerciais tradicionais e de proximidade são marcadores espaciais de memória urbana, também se pode olhar com maior detalhe para cada atividade, para as artes e para as relações sociais de fidelização e de proximidade que se criaram e, em alguns casos, se mantiveram. Este livro assume particular interesse para todos aqueles que se interessam sobre as temáticas associadas aos estudos urbanos, mas também culturais, não só porque

compreende a necessidade de intervir no sentido de proteger e valorizar a atividade comercial, como também permite discutir o contributo destes espaços enquanto elementos de identidade e de valorização social da cidade, bem como o seu contributo enquanto espaços de encontro de vanguarda e de discussão criativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, S., & Branco, R. (2015). *Affordable housing and urban regeneration in Portugal: a troubled tryst?* Lisboa: European Network for Housing Research (ENHR), ISCTE-IUL. Retrieved from http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/19983/1/ICS_SALves_Affordable.pdf
- Barata-Salgueiro, T. (2017). Alojamentos turísticos em Lisboa [Short rentals in Lisbon]. *Scripta Nova*, 21(578).
- Barata-Salgueiro, T., Mendes, L., & Guimarães, P. (2017). Tourism and urban changes: lessons from Lisbon. In M. Gravary-Barbas & S. Guinand (Eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives* (pp. 255-275). Londres: Routledge. Doi: <https://doi.org/10.4324/9781315629759>
- Cachinho, H., & Barata-Salgueiro, T. (2016). Os sistemas comerciais urbanos em tempos de turbulência: vulnerabilidades e níveis de resiliência [Urban retail systems in times of turbulence: Levels of vulnerability and resilience]. *Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia*, LI(101), 89-109. Doi: <https://doi.org/10.18055/finis4134>
- Cachinho, H. (2006). Consumactor: da condição do indivíduo na cidade pós-moderna [Consumactor: On the condition of the individual in the postmodern city]. *Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia*, XLI(81): 33-56. <https://doi.org/10.18055/finis1461>
- Davidson, M., & Lees, L. (2010). New-build gentrification: Its histories, trajectories, and critical geographies. *Population, Space and Place*, 16(5), 395-411. Doi: <https://doi.org/10.1002/psp.584>
- Dawson, J. (1995). Retail trends in Scotland: A review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 23(10), 4-20. Doi: <https://doi.org/10.1108/09590559510730444>
- Gardner, C., & Sheppard, J. (1989). *Consuming passion: the rise of retail culture*. Londres: Unwin Hyman Limited.
- Harvey, D. (1989). From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 71(1), 3. Doi: <https://doi.org/10.2307/490503>
- Lipovetsky, G. (2007) *A Felicidade Paradoxal – Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo* [Paradoxical Happiness – Essay on the Hyperconsumption Society]. Lisboa: Edições 70.
- Lisboa. Câmara Municipal (2017). *Lojas com História – Lisboa: conheça Lisboa pelo seu comércio tradicional e histórico* [Lisbon Historic Shops – Experience Lisbon through its traditional and historical retail]. Lisboa: Edições Tinta da China.
- Logan, J., & Molotch, H. (2007). *Urban Fortunes: The Political Economy of Place*. Califórnia: University of California Press.
- Malheiros, J., Carvalho, R., & Mendes, L. (2013). Gentrification, residential ethnicization and the social production of fragmented space in two multi-ethnic neighbourhoods of Lisbon and Bilbao. *Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia*, XLVIII(96), 109-135.
- Mendes, L. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009 [Tourism gentrification in Lisbon: neoliberalism, financialization and austerity urbanism in the period of the 2008-2009 capitalist post-crisis]. *Cadernos Metrôpole*, 19(39), 479-512. Doi: <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2017-3906>
- Ozuduru, B., & Guldmann, J.-M. (2013). Retail location and urban resilience: towards a new framework for retail policy. *S.A.P.I.EN.S. Surveys and Perspectives Integrating Environment and Society*, 6(1).
- Wrigley, N., & Lowe, M. (2002). *Reading retail: a geographical perspective on retailing and consumption spaces*. Londres: Arnold.