

SERVIÇOS: contextos, conceitos e tipos

por Antonio Cardoso Façanha*

O objetivo deste texto é o de discutir o debate teórico da temática dos serviços a partir de uma breve reflexão dos contextos formadores da discussão e de uma discussão dos conceitos e tipos de serviços que marcam o debate contemporâneo. A intenção inicial é levantar, de forma preliminar, alguns contextos necessários para o entendimento da temática dos serviços e de sua leitura feita à luz da geografia.

1 Contextos Formadores da Discussão

Um primeiro contexto refere-se à discussão sobre serviços que remete ao processo de transformação da produção centrada na indústria e no crescimento das atividades de serviços que ocorreram na segunda metade do século passado, em contextos diferenciados em relação aos países no mundo. Segundo Castells (1999, p. 225), esse debate passa pela reflexão do que seja o pós-industrialismo, que, na sua visão, é a combinação de três processos, tais como: a) a geração de conhecimento em todas as esferas da atividade econômica; b) a mudança de produção de bens para prestação de serviços; e c) a valorização das profissões com grande conteúdo de conhecimento e informação. Ou seja, ao que interessa nesse momento, é a expansão significativa das atividades de serviços na economia.

Um segundo contexto baseia-se nas reflexões de Harvey (1994, p. 140), que discorre sobre as mudanças decorrentes da rigidez do modelo fordista de produção e da expansão da acumulação flexível que “caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional”. A essas rápidas mudanças, o autor ressalta a existência de “um vasto movimento no chamado ‘setor de serviços’, bem como conjuntos institucionais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas”.

Um terceiro contexto importante a destacar é a forte relação existente entre as cidades e a expansão do setor de serviços. A pesquisa de Sassen (1998, p. 76) analisa as cidades com espaços estratégicos para a produção de serviços orientados pelas empresas, reconhecendo que o

[...] crescimento dos serviços para as empresas é evidente nas cidades em níveis diferentes do sistema urbano de uma nação. Algumas dessas cidades atendem a mercados regionais ou subnacionais, outras se voltam para os mercados nacionais e outras satisfazem os mercados globais. Neste contexto, a globalização torna-se uma questão de escala e de ampliada complexidade.

Uma observação preliminar é que a prestação de serviços possui uma ligação intensa com as corporações transnacionais, haja vista que o “grande aumento da utilização do setor de prestação de serviços também foi propulsionada pela dispersão territorial de empresas que operam em vários ramos, seja em nível regional, nacional ou global” (SASSEN, 1998, p. 91). O que é preciso analisar com mais detalhe é quais seriam as relações existentes entre as cidades de porte médio e as empresas transnacionais, na intenção de desvendar os tipos de relações econômicas e políticas adotadas à luz da rede urbana e da dinâmica regional.

Um quarto contexto se sustenta no entendimento entre o setor de serviços e a rede urbana. Nesse caso, busca-se compreender a diferenciação e complexidade na oferta de serviços em âmbito regional, fazendo-se uso do conceito de rede urbana. A questão posta é sobre qual seria o método mais apropriado para essa análise. O trabalho de Guimarães, Amaral e Simões (2006) sobre a rede urbana e os serviços de saúde indica que o método portador de mais recursos é o da Teoria do Lugar Central (TLC), com os princípios da centralidade, divulgados por Cristaller, em que faz uso dos conceitos-chave de limite crítico e alcance.

Após a apresentação desses contextos, que são merecedores de análises mais aprofundadas, é preciso observar como foi expressivo o aumento do setor de serviços nas últimas décadas do século XX e início do século atual. Um primeiro dado importante é que entre o ano de 1992 e 2002 as exportações de serviços no mundo apresentaram um aumento de 70%, enquanto que no Brasil o aumento foi mais expressivo, chegando à percentagem de 120%. Um segundo dado pode ser

observado na participação dos serviços no mercado de trabalho no ano de 2002, quando o setor de serviços respondeu por 55,7% da geração de emprego, seguido, respectivamente, pela indústria (15,5%), comércio (15,4%), outras atividades (7,4%) e construção (6,0%). Um terceiro dado é em relação à participação dos serviços no Produto Interno Bruto (PIB), com os serviços respondendo por 56,7%, a indústria com 38,7% e a agropecuária com 10,2%. Como revelam os dados acima, sem dúvida, é significativa a participação dos serviços na dinâmica da economia mundial e, em especial, da brasileira (ÂNGELO, 2007).

2 O Conceito e os Tipos de Serviços

A discussão sobre o conceito de serviços e os tipos vão se sustentar nos trabalhos de Castilho (1998) e de Meirelles (2007). Um primeiro enorme desafio é o esforço em conceituar serviços. Segundo Castilho (1998, p. 18), em “razão da complexidade das suas atividades no que tange à sua organização e às suas relações com os mercados de trabalho e de consumo”. Com a mesma preocupação, Meirelles (2007, p. 1) relata que a dificuldade remete ao fato de o setor se caracterizar por uma “heterogeneidade e variedade, seja em termos das características de produto e de processo, seja do ponto de vista das estruturas de mercado [...]”. Um segundo desafio remete às dificuldades de definir conceitualmente os tipos de serviços existentes, haja vista as constantes mudanças na economia e na sociedade, bem como a existência de um amplo leque de atividades - o que se torna uma barreira na precisão de classificação dos serviços.

Segundo Castells (1999, p. 227-228) o conceito de “serviços” é considerado

[...] ambíguo, na melhor das hipóteses, ou errôneo, na pior. [...] Assim, a categoria de serviços inclui atividades de todas as espécies, historicamente originárias de várias estruturas sociais e sistemas produtivos. A única característica comum dessas atividades do setor de serviços é o que elas não são.

Para Castells (1999, p. 228), é preciso diversificar o uso dos conceitos como forma de acompanhar as mudanças das atividades econômicas; e critica a necessidade de superação da distinção de setores em atividades - primário, secundário e terciário -, devido às mudanças recentes e cada vez mais complexas na economia.

Castilho (1998) adota uma posição em relação aos serviços à luz da percepção da geografia, o que revela um esforço ímpar, haja vista as poucas abordagens existentes no campo geográfico. O autor divide os serviços em dois eixos: um de natureza filosófica e outro com base na localização espacial. É preciso discutir de forma breve cada eixo de discussão.

O primeiro eixo - de natureza filosófica - sustenta-se nos sentidos contidos nas atividades de serviços, ou seja, busca entender os propósitos que orientam a realização dessas atividades, que estão sustentadas pela bipolaridade entre as atividades de orientação pública e privada. A divisão se estabelece a partir dos serviços de interesse econômico e dos serviços de interesse social. Os serviços de interesse econômico se baseiam “nas leis regidas pelo mercado capitalista e, por conseguinte, com a intenção de obter lucros”, com destaque para atividades como os setores de gestão de negócios, finanças, consultorias, divulgação dos produtos, engenharia, entre outras (CASTILHO, 1998). Os de interesse social objetivam ao atendimento da coletividade pública, atendendo as demandas sociais (educação, saúde, segurança, etc.) que possuem a tarefa de combater as desigualdades regionais e sociais contidas na sociedade. É, sem dúvida, um debate entre as esferas do privado e do público.

O segundo eixo - o da localização espacial - apoia-se na relação entre as atividades de serviços e a demanda dessas atividades e no raio de abrangência de alcance desses serviços. No que tange à demanda social, os serviços podem ser considerados banais, ou seja, são aqueles mais numerosos e que se baseiam na densidade populacional e na proximidade social (CASTILHO, 1998), enquanto que os serviços raros ou mais especializados apresentam uma localização específica, com objetivo de atender a uma clientela específica.

No que tange, nesse momento, à centralidade espacial, existem, segundo Castilho (1998), três tipos de serviços: o primeiro tipo são os serviços de comando ou de metrópole, através do poder de concentrar decisões e comando, tradição, história e importância econômica. O segundo tipo são os serviços básicos, que ocorrem em espaços menos dinâmicos, como os centros rurais, as cidades pequenas e os bairros da maioria das cidades. Acredita-se que são espaços menos seletivos e de maior alcance espacial, visando os segmentos

sociais de mais baixa renda. O terceiro e último tipo são os serviços de atração, que são constituídos de potenciais para atrair diversos tipos de serviços, com força de construir um mercado amplo de consumo externo ao lugar. Acredito que esses serviços são possuidores de escala de alcance regional.

Após a breve exposição, aqui realizada, dos tipos de serviços desenvolvidos por Castilho (1998), cabe resgatar e revelar a proposta de discussão desenvolvida por Meirelles (2007), que aborda o conceito de serviços a partir de uma releitura da visão dos clássicos (Smith, Marx, Say, Mill e Walras) e dos autores contemporâneos (Browning e Singelman, Nusbaumer, Gershuny e Miles, Marshall e Walker), emitindo, ao final, uma proposta de conceituação e classificação dos serviços.

Segundo Meireles (2007), a visão dos clássicos está diretamente relacionada ao processo de geração de valor na economia, ou seja, baseia-se na teoria do valor-utilidade representada por Smith e Marx. Para a autora, Smith considera que um bem só tem valor quando é palpável, concreto, visível e estocável, logo, é possuidor de uma base material. Sendo assim, as atividades de serviços, além de improdutivas, são geradoras de baixa rentabilidade e improdutivas (MEIRELES, 2007, p. 3-4). Já a Marx, como afirma a autora, o que importa é a “relação entre compra e venda, não é uma relação entre objetos e coisas, e sim uma relação social” (p. 4). Assim, para Marx, “todos os serviços cujo processo produtivo se dê em bases capitalistas de produção são considerados produtivos, independentemente do resultado deste processo ser tangível ou intangível” (p. 5).

Outra visão dos clássicos baseia-se nos utilitaristas, que posicionam os serviços como componentes fundamentais do sistema econômico. A autora supracitada inicia a discussão com Say (1803), que defende que a criação da utilidade é o motor da economia e fator gerador de riqueza, pois, para Say, “todos os serviços, de natureza essencialmente intangível, são considerados produtivos, porque são geradores de ‘utilidade’ e, portanto, de riqueza” (MEIRELES, 2007, p. 7). Sendo assim, serviços se confundem com trabalho, tornando-se importante para as economias. Já Mill (1848) valoriza o trabalho humano que “proporciona variabilidade e novas combinações de objetos físicos de forma a gerar novos bens e serviços” (p. 8). Enquanto que a contribuição de Walras (1983) é

no sentido de classificar os serviços em produtivos e improdutivos com base na durabilidade, pois, quando o produto é absorvido pelo consumo, o serviço é definido como consumível, enquanto que se os produtos forem reutilizados serão definidos como produtivos (p. 11).

A visão contemporânea, de acordo com Meirelles (2007), em suma, baseia-se em dois aspectos fundamentais dos serviços que são a intangibilidade e a simultaneidade na produção e no consumo. Para a autora (2007, p. 12),

[...] o primeiro atributo, a intangibilidade, reflete o fato de que ao contratar um serviço o usuário não conhece a priori o que está adquirindo e o resultado final do serviço é quase sempre imaterial. O segundo atributo, a simultaneidade, se refere ao fato de que o ato de produzir está intrinsecamente vinculado ao ato de consumir.

Nas abordagens relacionadas à oferta, os serviços são caracterizados pela existência de fluxos, variedade e uso intensivo de recursos humanos. Nas abordagens baseadas na demanda, ou seja, na preocupação com o destino do produto final, são caracterizados como serviços intermediários (também denominados de serviços produtivos) e serviços finais (ou serviços de consumo) (MEIRELES, 2007, p. 13).

A autora ainda discute as contribuições contemporâneas dos autores e seus estudos sobre os serviços, o que pode ser sintetizado conforme os itens abaixo (*idem*, p. 14-16):

✓ Browning e Singelman (1978): os serviços são definidos conforme a função econômica, o tipo de usuário e a orientação do mercado e agrupados conforme quatro categorias: serviços produtivos, serviços distributivos, serviços sociais e serviços pessoais;

✓ Nusbaumer (1984): os serviços são caracterizados segundo as suas funções e marcados pela singularidade na ênfase do caráter produtivo das atividades de serviços como serviços primários, intermediários e finais;

✓ Gershuny e Miles (1983): os autores, além de valorizar o consumo e a produção, inserem a organização e a estrutura da produção dos serviços, enfocando através de quatro dimensões: produção, produto, consumo e mercado;

✓ Marshall (1988): incorporando aspectos da oferta e da demanda, os serviços caracterizam-se por ser “essencialmente intangível, podendo ser avaliado somente quando combinado a outras

funções, ou seja, com outros produtos e processos produtivos tangíveis”. Este autor ainda destaca que o trabalho realizado nas atividades de serviço é possuidor de alto conteúdo informacional;

✓ Walker (1985): analisa os serviços conforme o seu papel no processo de agregação de valor e de geração de riqueza da economia. A sua abordagem é ampla e segue além da visão subordinada à indústria, afirmando que os serviços estão em todas as etapas do processo de produção e de circulação de mercadorias contidas nos bens e produtos físicos, no dinheiro, na informação, no processo de trabalho puro ou nos serviços de atividades de governo.

Para uma melhor visualização das contribuições discutidas acima, observe o quadro na página seguinte.

Meireles (2007), após o levantamento das diversas contribuições dos autores citados acima, esboça uma forte crítica ao conjunto dessas reflexões sobre os serviços, identificando a ausência de uma unidade teórica e analítica baseada em interpretações de natureza morfológica e descritiva. Para a autora (*op. cit.*, p. 17),

Por ser uma metodologia de cunho eminentemente industrial e derivada de uma visão essencialmente material (tangível) da economia, acaba-se tratando as atividades de serviço como uma categoria residual – um saldo decorrente da diferença entre o montante do valor total agregado na economia e o montante agregado nas atividades de indústria e agricultura -, abarcando uma variada gama de atividades sem nenhum nexos conceitual ou analítico.

Todo o esforço lançado de resgatar as contribuições clássicas e contemporâneas sobre os serviços objetiva fornecer as bases conceituais e teóricas do debate e, assim, lançar uma proposta de abordagem para os estudos de serviços. A autora defende que os serviços devem ser tratados como uma realização de trabalho em processos que se fundamentam em três postulados, tais como (MEIRELES, 2007, p. 18-19):

a) Serviço é trabalho na sua acepção ampla e fundamental, podendo ser realizado não só através dos recursos humanos (trabalho humano) como também através das máquinas e equipamentos (trabalho mecânico);

b) Serviço é trabalho em processo, ou seja, serviço é trabalho na concepção dinâmica do termo, trabalho em ação;

c) Todo serviço é realização de trabalho, mas nem toda realização de trabalho é serviço, isto é, não existe uma relação biunívoca entre serviço e trabalho.

Dessa forma, a atividade de serviços é entendida como um processo intangível, contido de simultaneidade, tornando-os intocáveis e de atributos contidos de irreversibilidade (MEIRELES, 2007, p. 20-21). Logo, serviço é trabalho em processo e assume uma forma endógena e integrada ao sistema econômico. A discussão, como se pode ver, está muito longe de se esgotar e o debate só está começando, depois das inúmeras transformações recentes que a sociedade atual está vivenciando no campo da ciência e da técnica ●

Referências

- ÂNGELO, E. B. **Inserção do Brasil no setor de serviços da economia mundial**. Disponível em: <http://www.cebri.org.br/pdf/221_pdf.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2007.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. I.
- CASTILHO, C. J. M. As atividades dos serviços, sua história e o seu papel na organização do espaço urbano: uma “nova” perspectiva para a análise geográfica? **Revista de Geografia**. Recife, v.14, n.1/2, p. 29-89, jan./dez. 1998.
- GUIMARÃES, C.; AMARAL, P.; SIMÕES, R. **Rede urbana da oferta de serviços de saúde: uma análise multivariada macro regional - Brasil, 2002. (2006)**. Disponível em: <http://www.abep.nepo.unicamp.br/encontro2006/docs/pdf/abep2006_422.pdf>. Acesso em: 10 out. 2006.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1994.
- MEIRELES, D. S. E. **O conceito de serviço**. Disponível em: <http://www.ie.ufu.br/ix_enep_mesas>. Acesso em: 20 jun. 2007.
- SASSEN, S. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998. (Coleção Megalópolis).

*Professor Adjunto do Departamento de Geografia e História/UFPI. Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco.

Quadro 1 - Proposta de Classificação das Atividades de Serviço.

Autor(es)	Classificação	Critério de classificação
Browning e Singleman (1978)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Serviços produtivos ou serviços às empresas: serviços direta ou indiretamente relacionados ao processo produtivo, como serviços financeiros, serviços de <i>design</i>, consultoria jurídica e administrativa, etc; ✓ Serviços distributivos: serviços relacionados ao processo de troca e circulação em geral, como transportes, armazenamentos, vendas e comunicação; ✓ Serviços sociais: envolvem todos os serviços coletivos de utilidade pública, como educação, saúde, defesa, etc.; ✓ Serviços pessoais: serviços domésticos, serviços de lazer e entretenimento, turismo, alimentação, etc. 	Características de consumo segundo funções desempenhadas, tipo de usuário e orientação de mercado.
Nusbaumer (1984)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Serviços primários: serviços fornecidos pelos fatores de produção em todas as atividades econômicas, compreendendo máquinas (capital físico) e recursos (como água, terra e ar); ✓ Serviços intermediários: serviços relacionados à comercialização e distribuição de bens e outros serviços, como financiamento, telecomunicações, transporte, armazenamento e manutenção; ✓ Serviços finais: serviços relacionados ao bem-estar e à qualidade de vida dos consumidores finais, englobando, inclusive, os serviços públicos de segurança, saúde e educação. 	Características de consumo segundo funções desempenhadas e posição ocupada no circuito de produção e troca.
Marshall (1988)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Serviços de processamento e informações; ✓ Serviços relacionados à produção de bens e mercadorias; ✓ Serviços de suporte às necessidades pessoais. 	Conteúdo de <i>expertise</i> e função desempenhada.
Walker (1985)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Serviços de produção: atividades que dão suporte ao processo de mercadorias, em que o resultado é um produto concreto e palpável, mesmo que seja um relatório em papel, como é o caso, por exemplo, de consultorias jurídicas ou de pesquisas científicas que resultam em um novo produto; ✓ Serviços de circulação: serviços relacionados à transferência de mercadorias, trabalho, dinheiro e informação, como, por exemplo, serviços financeiros, transporte, comunicação, telecomunicações, distribuição atacadista, comércio varejista e serviços relacionados à aluguel e transferência de propriedade de ativos; ✓ Serviços baseados em trabalho (<i>labour services</i>): serviços que são essencialmente processo de trabalho, não resultando em um produto físico concreto, como, por exemplo, os serviços médicos e educacionais, serviços de lazer e serviços domésticos; ✓ Serviços governamentais: serviços relacionados às atividades de governo (central e local). 	Vínculo estabelecido no processo produtivo (produção ou circulação) e no resultado final (tangível ou intangível).

Fonte: Meirelles (2007, p. 16).