

REDES DO COMÉRCIO DE RUA DE SALVADOR, BAHIA

nets trade street of Salvador, State Bahia

Ana Cláudia Nogueira Maia *

Resumo

O presente trabalho representa um estudo de caso sobre o comércio de rua que ocorre na Centralidade do Iguatemi e na Avenida Lima e Silva, em Salvador-Bahia. Ao andarmos pelas ruas é perceptível a diversidade que esta atividade apresenta, são mercadorias de todos os tipos, roupas, eletrônicos, produtos alimentícios e aqueles que têm a função de suprir uma necessidade momentânea. Buscamos a compreensão do percurso que essa diversidade de mercadorias realiza, da produção ao consumo, para isso analisamos as mercadorias “estrangeiras” na tentativa de acompanhar todo o caminho traçado por elas. Assim, desenvolvemos a compreensão em torno de possíveis redes formadas por trás do comércio de rua, ou seja, as redes de abastecimento deste comércio.

Palavras-chaves: Redes; Comércio de rua; Mercadoria; Circulação-distribuição-consumo..

Abstract

This present paper reports a case study of the street trading in the central area of Iguatemi and Lima e Silva Avenue, Salvador – State of Bahia. While traversing the streets, it was possible to notice the diversity that this activity presents, the variety of goods, clothing, electronics, food products and those that are meant to meet a need momentary. The authors seek to understand the course that this diversity of goods conducts, from production to consumption, for this, the ‘foreign’ goods and clothes were analyzed in an attempt to track the entire way traced by those goods. Thus, a comprehension about possible networks formed behind the street trading were developed, in other words, the supply networks of this trade.

Key words: Networks; Street trading; Goods; Circulation-distribution-consumption.

Resumen

Este trabajo representa un estudio de caso de comercio de la calle que se produce en la Centralización Iguatemi y Avenida Lima e Silva, en Salvador, Bahia. Al caminar por las calles es la diversidad notable que esta actividad presenta son bienes de todo tipo, ropa, electrónica, productos alimenticios y los que están diseñados para satisfacer una necesidad momentánea. Buscamos entender el camino que lleva a la diversidad bienes desde la producción hasta el consumo, se analizan los productos de “extranjero” en un intento de controlar todo el trayecto del camino para ellos. Por lo tanto, desarrollamos un entendimiento en torno a redes posibles formados detrás de la venta ambulante, es decir, las redes de suministro de este comercio.

Palabras clave:: Redes; Venta ambulante; Circulación de los productos básicos-distribución-consumo..

(*) Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Geografia da Universidade Estadual Paulista de Rio Claro - Rua 11, 711 apto 61, Cep: 13500-100, Rio Claro (SP), Brasil. Telefone (+55 19) 3024 0992 - maia.anaclaudia@gmail.com

INTRODUÇÃO

O comércio de rua é um fator de intervenção constante no urbano e se torna essencial na produção desses espaços, desempenhando um papel significativo no cotidiano da cidade. De acordo com Costa (1989, p.44), “redefine espaços, projeta e monta seus equipamentos; burla leis e acaba por inspirar criação de novas; cria suas próprias regras, impõe-se”.

Braudel (1985, p.60), referindo-se a este tipo de trabalhador no século XIV, comenta que,

[...] os ambulantes ou bufarinheiros, são mercadores, geralmente miseráveis, que transportam ao pescoço ou simplesmente as costas, mercadorias modestíssimas. No entanto, não deixam de constituir relativamente as trocas uma massa de manobra apreciável. Preenchem nas vilas e nas aldeias, os vazios de redes vulgares de abastecimento.

Em Salvador, podemos dizer que tal atividade teve início no século XVIII, com os chamados escravos de ganho – escravos cativos que exerciam diversas atividades no centro da cidade; no final do dia ou da semana, parte do dinheiro ganho era entregue a seu senhor, ficando para o escravo pequena parte dele. Houve uma intensificação, durante o século XIX, do trabalho ambulante em Salvador, com a formação dos “cantos”, que eram esquinas específicas, onde os negros se concentravam de acordo com sua origem e atividade, para conseguir serviço (ANDRADE, 1988).

Atualmente, o comércio de rua é parte integrante da economia da cidade de Salvador e, como tal, já não pode mais ser visto como uma presença de “mau agouro” no urbano, como se tirasse a boa imagem da cidade, ou ainda, dela representasse uma estética favelizada. O comércio de rua é, antes de tudo, um comércio e como tal não pode ser, em princípio, visto como um fator de desqualificação da cidade.

Segundo Oliveira (2005),

o trabalho informal na cidade de Salvador é um labirinto social e complexo, heterogêneo, antagônico, tradicional e moderno que exige uma vigilância (talvez epistemológica) sobre as diversas pistas que encontramos constantemente pelos seus caminhos (OLIVEIRA, 2005, p. 149).

De acordo com dados da SEI (2010), temos uma ideia do contingente de trabalhadores que possivelmente fazem parte da economia informal, se somarmos os trabalhadores subcontratados (5,7%), os que não possuem carteira assinada (8,8%) e os que se autodeclaram autônomos (20,3%) teremos um percentual de 34,8% dos ocupados fazendo parte deste setor. Vale lembrar que nem todos trabalhadores que se declaram autônomos fazem parte da “informalidade”, muitos pagam impostos e possuem carteira assinada. Essa análise vale como uma possível amostragem do contingente de trabalhadores que estão em situação irregular.

Podemos considerar, desta maneira, o comércio de rua como fator de estabilização social para o indivíduo desempregado, ou seja, pode estar associado a uma elevação do bem-estar e, desta maneira, o indivíduo pode participar do consumo, o que vem reforçar a ideologia de ascensão social pelo consumo e a ideologia do trabalho autônomo (SANTOS, 1987). O comércio de rua é também uma forma de a população menos favorecida inserir-se no que chamamos de ‘cultura do consumo’, pois, de certa forma, permite que essa camada da sociedade tenha acesso a bens de consumo que parecem ser essenciais na sociedade contemporânea, em que o Parecer vale mais que o Ser. Podemos dizer, então, que o comércio de rua realiza diversos papéis no contexto social e econômico. Assim, as diferentes situações criadas pelo comércio de rua “[...] por um lado respondem as demandas legítimas e encaminham possíveis soluções no âmbito da nova ordem econômica e social[...]” (CACCIAMALI, 2000, p. 153).

Nossas inquietações derivam da possibilidade da formação de redes articuladas de circulação e distribuição de mercadorias de procedências diversas, controle dos pontos de venda e fluxo de consumidores, ou seja, as redes formadas pelas infraestruturas criadas para o deslocamento dos



fluxos de capital, de mercadorias e de pessoas. Acreditamos que o universo das ruas se revele mais complexo e autêntico do que imaginamos e, assim, partimos do pressuposto da existência de uma complexa rede formada por trás do ambulante que se encontra pelos lugares da cidade. Dessa forma, o comércio de rua funcionaria como um meio de encontro dos circuitos de produção, além de um meio de circulação. A economia informal está cada vez mais presente e se tornando mais complexa na produção regular de riquezas e serviços.

Ao andarmos pelas ruas, percebemos a diversidade que se apresenta nesta atividade, são mercadorias de todos os tipos, desde o artesanato aos eletrônicos, havendo, também, produtos alimentícios e aqueles que suprem as necessidades momentâneas, por exemplo, a presença de vendedores de guarda-chuvas nos pontos de ônibus em dias chuvosos em Salvador. Como esses guarda-chuvas estão ali, espalhados por toda a cidade, justamente nos dias chuvosos? Como chegaram até lá? Quem os trouxe? Há também uma grande diversidade nos trabalhadores do comércio de rua; pessoas jovens, idosas; homens, mulheres; brancos, negros; desempregados, aposentados, autônomos, entre tantas outras diferenças que podem surgir.

Atualmente, a maioria dos trabalhos científicos, que têm como foco tal atividade, enfatiza a questão da apropriação do espaço público e a relação com o poder público. Por isso, consideramos ser de grande relevância um estudo que tem como base a compreensão da formação das redes articuladas que estão por trás do trabalhador de rua, ou seja, como está organizada esta atividade econômica.

Os trabalhos desenvolvidos em Geografia sobre redes e centralidades têm se mostrado como de grande importância; as redes tornaram-se o meio de realização da produção, da circulação e do consumo no espaço; e, ao estudar centralidade, estamos confirmando a relevância desse espaço urbano perante a sua região, pois é nele que teremos a concentração das atividades econômicas, principalmente as do setor terciário, o fácil acesso e circulação, fatores que irão favorecer a formação e a consolidação desse espaço urbano.

AS CENTRALIDADES: Iguatemi e Liberdade

Quando se trabalha com o comércio de rua que se faz presente em diversos locais da cidade, as dificuldades de se estabelecer limites tornam-se reais, e essa dificuldade intensifica-se quando trabalhamos com uma cidade policêntrica como Salvador, onde existem diversos centros, desempenhando diferentes papéis em diferentes escalas.

Para a escolha do recorte estudado neste trabalho, levamos em consideração a relevância, a organização e a influência do comércio de rua nas duas localidades. Além disso, consideramos que as duas áreas escolhidas dividem a função de polarização dos fluxos de pessoas e de captação de recursos, na forma de circulação de capital, caracterizadas, assim, como centralidades, porém apresentam diferenças em relação à hierarquia. Para Lefebvre (1999, p.110), “descobrimos o essencial do fenômeno urbano na centralidade”, o que nos leva a dizer, então, que é nas centralidades do urbano que se configuram as mais importantes características da cidade.

Sendo assim, para este trabalho estabelecemos como recortes espaciais para análise – (1) que será chamado de centralidade do Iguatemi, restringindo-se, para o estudo do comércio de rua, à área de uma passarela de pedestres que liga dois terminais de ônibus ao equipamento urbano que dá nome à centralidade – Shopping Iguatemi. Nesta passarela tem-se garantida a grande circulação de pessoas, lugar adequado para a instalação do comércio de rua; (2) a área do Bairro da Liberdade, onde, para a análise do comércio de rua, utilizamos um trecho da principal avenida do bairro, a Lima e Silva, na qual encontramos a presença marcante das relações comerciais, e ao lado delas, as realizadas pelo comércio de rua.

Cabe aqui uma ressalva acerca de nossa não opção pela área do centro antigo de Salvador, apesar de se constituir uma das áreas com o maior número de vendedores do comércio de rua. Primeiramente porque nossas áreas escolhidas estão entre as cinco áreas da cidade que possuem



a maior concentração de vendedores do comércio de rua e em segundo porque já existem outros trabalhos que realizam análise desta atividade na região do centro antigo, na Avenida Sete, por exemplo, destacamos aqui a pesquisa desenvolvida por Noora Heinonen, na qual a autora analisa os circuitos e cenário das dinâmicas comerciais da cidade alta de Salvador (HEINONEN, 2005).

A CENTRALIDADE DO IGUATEMI

A Região do Iguatemi começou a ser arquitetada a partir da década de 1970, podendo, hoje, ser reconhecida como um novo centro de Salvador. O desenvolvimento dessa área fez parte do processo de reestruturação urbana de Salvador, que gerou um processo de descentralização centralizada, processo esse que conferiu uma nova configuração ao tecido urbano de Salvador, modificando o cotidiano das relações intraurbanas e interurbanas e fazendo surgir novos equipamentos urbanos que contribuíram para a alteração daquela estrutura. Segundo Santos (2007),

A reestruturação do espaço urbano, impondo uma nova lógica na centralidade urbana, provocou o surgimento de áreas com o papel de satisfazer novos desejos e novas necessidades da população soteropolitana. A materialidade deste processo evidencia-se na formação de um novo centro, o Iguatemi (SANTOS, 2007, p. 16).

O processo teve a participação do Estado, nas esferas estadual e municipal, o que trouxe para a área alguns fatores de atração, como, por exemplo, a construção da Estação Rodoviária em 1970, a criação do Centro Administrativo da Bahia, em 1972, também a criação do Detran, em 1973, e o novo Terminal Rodoviário de Salvador, em 1980. Em conjunto com a ação do Estado, a iniciativa privada também teve papel importante no desenvolvimento desse novo centro, uma vez que grandes mercados, lojas e escritórios dos mais variados serviços começaram a se instalar nos novos espaços produzidos com a expansão do tecido urbano da cidade.

Além disso, não podemos nos esquecer do equipamento urbano que dá nome a este centro, o Shopping Center Iguatemi, inaugurado em 1975, o qual, sem dúvida, representou não somente um marco na expansão da cidade, mas também, um elemento (re)estruturador da economia local, projetando suas influências no mercado de trabalho, na composição e peso do setor terciário soteropolitano. Podemos dizer que os shopping centers são o elemento mais expressivo de reestruturação do espaço (SOUZA, 1984).

O recorte espacial desta pesquisa, que estamos denominando de centralidade do Iguatemi, abrange o polo de nucleação compreendido pelo entorno do Vale do rio Camurugipe, essencialmente em trechos que margeiam as Avenidas Tancredo Neves, Professor Magalhães Neto, Antonio Carlos Magalhães e Juracy Magalhães Junior, e particularmente na área classificada pela Prefeitura Municipal de Salvador como subcentro do Camurugipe ZT10 – Zona de Uso Terciário (OLIVEIRA, 2003)

Entretanto, como base para nosso estudo de caso, nos reteremos ao comércio de rua que se estabelece na passarela de pedestres, a maior de Salvador, inaugurada em dezembro de 1988, que faz a ligação do Shopping Iguatemi, um dos maiores centros comerciais da cidade, a dois grandes terminais urbanos – a Estação de Transbordo do Iguatemi e a Estação Rodoviária. A escolha da área se justifica pela intensa concentração da atividade comercial na área, devido ao grande fluxo diário de pessoas pelo local.

Segundo dados estatísticos do Shopping Center Iguatemi, são cerca de 100 mil pessoas de segunda à sexta-feira. Outra pesquisa, realizada em 2005 pela Superintendência de Engenharia de Tráfego (SET), para saber a movimentação na região do Iguatemi e estabelecer medidas que facilitassem a circulação naquela área, mostrou que 73.271 pedestres transitam das 7 às 20h no local. Já entre 17h e 45 min. e 18h e 45 min., no espaço de uma hora apenas, circulam pela passarela 7.392 pedestres (JORNAL A TARDE, 2006), ou seja, são mais de 70 mil possíveis consumidores para as mercadorias que estão ali expostas, ao alcance de um passo, dividindo o mesmo espaço.



BAIRRO DA LIBERDADE: Avenida Lima e Silva.

Segundo Ramos (2007), o Bairro da Liberdade surgiu no século XVIII, através das trilhas denominadas Estrada das Boiadas (ou estrada dos Bois), utilizadas para locomover o gado do interior para a cidade, ou seja, eram rotas que ligavam o interior ao Recôncavo Baiano. Teriam sido instalados, também, nesta região, conforme Ramos alguns Quilombos, que a posteriori deram origem, no final do século XIX, a alguns núcleos habitacionais como o Bairro da Liberdade.

Foram surgindo diversos outros núcleos habitacionais na área e a fixação das primeiras famílias se deu até as décadas iniciais do século XX. No entanto, somente a partir da década de 1940 é que a Liberdade passou a ser entendida como bairro. Outro motivo que levou a isso foram as ocupações coletivas de migrantes vindos, principalmente, do interior da Bahia, das quais podemos destacar a invasão da mata do Corta-Braço, em 1946, local onde hoje está o Bairro Pero Vaz; houve, também, nesse período, a expulsão de moradores das áreas centrais da cidade que acabaram se alojando nas áreas circunvizinhas (RAMOS, 2007). De acordo com Vasconcelos (2002, p 387), o Bairro da Liberdade desenvolveu-se como “ligação do Centro Histórico de Salvador à península de Itapagipe – a partir da via de cumeada, antes dos aterros realizados que permitiram o acesso direto a Cidade Baixa”.

Notamos que a forma como se deu a ocupação do bairro determinou sua geografia, e as hierarquias entre as localidades, dadas pelo seu grau de importância no bairro, entre outros fatores.

O bairro apresenta diversos trechos, localidades e comunidades, fazendo com que apareçam características bem distintas em toda sua extensão. Estas distinções se apresentam a partir da Soleidade e, seguindo ao longo da Avenida Lima e Silva (Estrada da Liberdade), surgem as entradas do Sieiro, da feira do Japão, do Duque de Caxias, do Pero Vaz, do Curuzu, São Cristóvão, Guarani, Alegria, São Lourenço, chegando-se até o Largo do Tanque e Baixa do Fiscal.

O Bairro da Liberdade situa-se na Região Administrativa (RA-IV) composta por sete Unidades de Desenvolvimento Urbano (UDH) que apresenta uma das maiores densidades demográficas da cidade de Salvador, cerca de 261 hab/ha. Segundo o censo do IBGE, a área concentra um total aproximado de 190 mil habitantes, e é na área do Bairro da Liberdade, cuja população é de 43.461 num perímetro de 6,50 km (CONDER, 2006), que desenvolvemos esta pesquisa. Outro ponto importante, que nos chamou a atenção para o desenvolvimento da pesquisa na área, é a intensificação do comércio local do bairro. Além do comércio formal que vem se fortalecendo, está presente o comércio de rua, atividade que já se faz presente há muito tempo na Liberdade, refletindo, a priori, a herança africana dos produtos comercializados e pela forma de comercialização. Cabe ressaltar aqui, que a população do bairro tem origem nos descendentes africanos, sendo composta de aproximadamente 98% de afrodescendentes autodeclarados, entre pretos e pardos, segundo o censo do IBGE (2000).

Atualmente, mais que o chamado comércio ambulante que circulava pela cidade, destaca-se, no bairro, o comércio informal que possui pontos fixos e ocupa, principalmente, as calçadas e outros espaços públicos.

Segundo dados da Sesp (Secretaria de Serviços Públicos e Prevenção à Violência), a área de estudo é um dos pontos críticos do comércio de rua e foi alvo de uma ação específica da Sesp para licenciamento – 253 trabalhadores de rua estão devidamente cadastrados e licenciados pela Prefeitura (IBAHIA, 2009). Estes aspectos justificam, em parte, a escolha do nosso estudo de caso.

Apesar das dificuldades de se delimitar uma área para o estudo do comércio de rua, isto foi necessário para que pudéssemos melhor delinear o desenvolvimento da pesquisa e alcançar os resultados propostos. Para tanto, determinamos no bairro da Liberdade a área onde esta atividade tem maior expressão; sendo assim, nos detivemos, para este estudo, em um trecho da Estrada da Liberdade, atualmente denominada Avenida Lima e Silva, mais precisamente a partir do plano inclinado em direção à Lapinha, o que, no entanto, não significa dizer que ficamos presos a esta área da Avenida.



A Estrada da Liberdade ou Avenida Lima e Silva é a principal via de acesso do bairro; sendo assim, foi a primeira a receber infraestrutura, tendo sido reurbanizada entre 1947 e 1951 (VAS-CONCELOS, 2002, p. 333). Sua localização é bastante estratégica, pois está situada na cumeada da encosta de Salvador, percorre toda a extensão do bairro, estendendo-se do Largo do Tanque até a Lapinha, numa extensão de 2.460 m (CONDER, 2006). Por localizar-se na parte mais elevada, proporciona uma vista panorâmica da cidade e da Baía de Todos os Santos.

É na avenida que estão concentradas as atividades econômicas do bairro, o que atrai um número elevado de pessoas ao comércio local e aos serviços ali oferecidos, situação que favorece o comércio de rua. Além disso, notamos a presença de alguns equipamentos urbanos como escolas, restaurantes, posto de saúde, centro social, centro cultural, igrejas, plano inclinado Liberdade-Calçada, o que dinamiza ainda mais as atividades da avenida.

AS REDES DO COMÉRCIO DE RUA

Podemos dizer que as redes sempre existiram, porém, eram frágeis e menos constantes no passado. Com o advento da globalização, o fluxo de pessoas, dinheiro, informações e mercadorias sofreram um aumento considerável, o que fez com que as redes se intensificassem e se fortalecessem; desta forma, podemos considerar que, atualmente, o mundo se move em redes.

De acordo com Milton Santos (2006, p.270), “as redes são um veículo de movimento dialético que, de uma parte, ao mundo opõe o território e o lugar; e, de outra parte, confronta o lugar e o território tomado como um todo”. O autor assinala que “as redes são, pois, ao mesmo tempo, concentradoras e dispersoras, condutoras de forças centrípetas e de forças centrífugas” (ibid., p. 278). E continua: “mediante as redes, há uma criação paralela e eficaz da ordem e da desordem no território, já que as redes integram e desintegram, destroem velhos recortes espaciais e criam outros” (ibid., p.279).

Nosso objetivo, neste trabalho, é o de identificar e compreender a rede de abastecimento do comércio de rua, a partir da investigação da origem e do tipo da mercadoria. Partimos do pressuposto de que, ao se revelar complexo e autêntico, o comércio de rua necessita de uma articulação de rotas de distribuição de mercadorias, as quais, por sua vez, são jogadas num circuito cada vez mais amplo de fluxos de comércio e serviços.

Sendo assim, nossa intenção foi a de descobrir como as mercadorias chegam até as barracas, saber onde são produzidas, qual a rota de que se utilizam, e como o vendedor de rua tem acesso a elas, ou seja, de que forma a bijuteria usada pela atriz principal da novela da noite, no outro dia já está nas ruas, disponível para qualquer pessoa que desejar comprá-la.

Conforme Santos (2006, p.270), “a partir do movimento privilegiado que desejamos iluminar, podemos descobrir o movimento global através dos movimentos particulares”, já que, segundo F. Braudel (1979, apud SANTOS, 2006, p.270), “todos esses ciclos são contemporâneos e sincronizados; eles coexistem, estão misturados e somam e subtraem seus movimentos diante das oscilações do conjunto”. Assim, as redes se tornam indispensáveis para entender o ciclo das mercadorias, ou seja, sua cadeia produtiva do começo ao fim.

Seguir esse processo, bem como as redes que são formadas por ele, pode representar uma ‘biografia sociocultural da mercadoria’ (KOPYTOFF, 2006), “uma rede de relações transcultural unindo produtores, distribuidores e consumidores de uma determinada mercadoria” (ibid., 2006, p.27).

Consideramos que a análise da origem das mercadorias que são vendidas pelo comércio de rua se faz essencial para a compreensão dessa atividade, como já foi salientado por nós anteriormente. Começaremos esta parte com o que é vendido nas ruas e, em seguida, faremos a análise da principal fonte de abastecimento do comércio de rua da Centralidade do Iguatemi e da Avenida Lima e Silva: as lojas dos “chineses”.



O QUE SE VENDE NAS RUAS

Quando voltamos nossas atenções para as mercadorias, temos a sensação de que, realmente, encontramos de tudo no comércio de rua, um verdadeiro shopping center a céu aberto. Nas barracas da Avenida Lima e Silva e do “Shopping Passarela”, vemos de tudo: aparelhos celulares de todos os modelos, relógios, rádios, tudo de eletrônico, óculos, bijuterias, roupas, calçados, camisas de times de futebol do mundo inteiro, CD’s, DVD’s, bonés, material escolar, bolsas, cintos, carteiras, maquiagem, cigarro, bebidas, lanches, muitas “bugigangas” e também “novidades”. Segundo um dos vendedores entrevistados, “aqui eu vendo tudo o que for novidade”. Encontramos nas barracas muitas coisas das quais nossa imaginação de consumidor possa desejar.

Não encontramos diferenças nas mercadorias vendidas nas duas áreas de estudo: a única mercadoria que estava à vista na centralidade do Iguatemi e cuja presença não notamos na Lima e Silva, pelo menos não ao alcance de nossas observações, foram os aparelhos celulares. Aparelhos esses que podem ter duas origens: ou são roubados, ou são falsificados e fazem o mesmo percurso das outras mercadorias “falsificadas” vendidas no comércio de rua. Uma pesquisa da Agência Nacional de Telecomunicações, a ANATEL, mostra que 20% das 202,9 milhões de linhas no Brasil, são de celulares chineses, que fazem muito sucesso por conta do preço bem mais baixo e ainda oferecem funções sofisticadas, como reprodução de vídeos, áudio, tevê digital, por exemplo (HAMANN, 2011). Esses eram vendidos na passarela do Iguatemi por vendedores ambulantes, ou seja, vendedores sem ponto fixo, que circulavam de um lado para o outro; infelizmente, como era de se imaginar, nenhum deles nos concedeu entrevista, e não conseguimos levantar nenhuma informação sobre os vendedores e esse tipo de mercadoria.

Grande parte das mercadorias vendidas nas ruas são cópias de marcas famosas, que são vendidas a preços muito baixos, tornando-as acessíveis a uma parcela considerável da população. Podemos citar o exemplo das bolsas: encontramos várias barracas que vendiam bolsas de todos os modelos e cores da “moda”, réplicas de marcas famosas ou “grifes”; pesquisamos sobre as bolsas de uma das marcas mais copiadas, a Louis Vuitton. O preço das originais varia de R\$ 2.599,00 a R\$ 9.899,00; já nas barracas, seu preço variava de R\$50,00 a R\$150,00 e, segundo o vendedor, “são réplicas perfeitas”.

Não podemos esquecer que, para essa bolsa estar sendo vendida a este preço, existe uma série de contravenções, já que são rebatidos os custos sociais embutidos em todas as etapas do processo: criação, produção, distribuição até a sua comercialização. Porém, não podemos afirmar que o preço justo dessa réplica seria mais de 2 mil reais. De acordo com Costa (1989, p. 112), “em alguns casos, também, marcas famosas, ou ‘grifes’ são copiadas em produtos de qualidade inferior, as quais ganham valor social, na medida em que preenchem uma expectativa de acesso ao consumo que remete ao universo de representações dominantes”. Vale salientar que estas mesmas bolsas são encontradas em várias lojas do comércio “oficial”, o que indica que a pirataria não está apenas nas ruas.

Segundo Melo (2000, apud ITIKAWA, 2006, p. 37), “a realidade mostra que as mercadorias comercializadas pelos informais é, muitas vezes, a mesma do setor formal, escasseando cada vez mais os camelôs que vendem produtos artesanais, personalizados ou de fabricação própria”.

Um fato curioso é que não encontramos, em nenhum daqueles pontos, barracas que vendessem artesanato; se, anteriormente, tínhamos nas ruas pessoas que vendiam o que produziam, hoje apenas compram e revendem mercadorias vindas dos mais diversos lugares. Ao que parece, o artesanato criou pontos específicos de vendas, as “Feiras de Artesanato”, com clientela selecionada, os turistas.

Nem mesmo as pessoas que vendem salgados nos pontos de ônibus produzem esses alimentos, são apenas revendedores; encontramos apenas uma vendedora de lanches na Avenida Lima e Silva que produz os lanches que vende. Não encontramos nenhuma fiscalização ou regulamentação em relação à higiene e aos cuidados com o manuseio desses produtos.

Compreender as diferentes mercadorias, que são vendidas pelo comércio de rua, torna-se imprescindível para entender seu funcionamento, uma vez que a atividade demonstra as transfor-



mações econômicas, os hábitos de consumo e o retrato dos consumidores que se utilizam desse tipo de comércio como alternativa para copiar o padrão de consumo externo e da elite.

DE ONDE VEM TANTA MERCADORIA

A origem das mercadorias vendidas nas ruas pode ser caracterizada de duas formas: em alguns casos são vendidas por estabelecimentos formais que repassam, ou seja, vendem na forma de atacado para os vendedores do comércio de rua; ou são produzidas, informalmente, por pequenos fabricantes em suas também pequenas oficinas, espalhadas pelos cantos do Brasil.

Vamos aqui realizar uma leitura de dois casos que representam as formas de venda agora citadas: o primeiro são as lojas de imigrantes chineses espalhadas pelo centro antigo de Salvador que repassam mercadorias “importadas” para os vendedores do comércio de rua.

As mercadorias vendidas em nossas áreas de estudo são adquiridas, em sua maioria, pelos próprios vendedores, principalmente, de acordo com nossos entrevistados, das lojas dos imigrantes chineses; outras são adquiridas na Rua 25 de Março, localizada na capital paulista, considerada a rua mais movimentada e o maior centro comercial do Brasil, sinônimo de comércio popular, correria, novidades e batidas policiais. Este é o caso de Julian, que a cada quinze dias vai para São Paulo para comprar óculos e bijuterias para depois revendê-los na Passarela do Iguatemi: o vendedor investe de 2 a 3 mil reais a cada compra na rua 25 de Março. E também de Robson, de 57 anos, trabalhador da Avenida Lima e Silva há três anos, que vai à Rua 25 de Março a cada dois meses comprar sandálias, popularmente conhecidas como “rasteirinhas”: ele paga 8 reais cada par e as revende na barraca por 10 reais, a cada ida a São Paulo investe cerca de 2 mil reais na compra das mercadorias.

Já confecções e lingerie são adquiridas na Feira de Caruaru, na cidade de mesmo nome. Bolsas, carteiras e cintos são as únicas mercadorias que o vendedor do comércio de rua não vai buscar: existe um representante de uma fábrica localizada em Limeira, cidade do interior paulista, que possui um centro de distribuição na cidade de Feira de Santana, localizada a 116 km da capital baiana; existem, também, aqueles produtos que são produzidos em pequenas oficinas, também em Feira de Santana, mas, ao que nos pareceu, todos são vendidos pelos mesmos representantes, que repassam as mercadorias para as barracas do comércio de rua e também para as lojas.

Ao escolhermos as “lojas dos chineses”, nossa intenção foi a de fazer uma leitura de um local importante de abastecimento do comércio de rua, na tentativa de compreender as redes que se formam por trás do comércio de rua da Centralidade do Iguatemi e da Avenida Lima e Silva.

DA CHINA PARA A CALÇADA: seguindo os trilhos da “invasão” chinesa.

As mercadorias estrangeiras, hoje em sua grande maioria chinesa, chegam em navios, principalmente no Porto de Santos (SP). Depois disso, são levadas para o Paraguai e Bolívia, onde são distribuídas para os imigrantes chineses que vivem na Ciudad Del Este, os quais são importadores da China; as mercadorias entram no Brasil através destas fronteiras “frágeis”, são trazidas por “sacoleiros”, geralmente, outros imigrantes chineses, que vivem no Brasil ou brasileiros que sobrevivem do vai e vem das “muambas”. As mercadorias, então, chegam às lojas que as repassam para os vendedores do comércio de rua. Assim, são diversos os agentes globais e mediadores entre o mercado produtor do sul asiático e o destino final nas ruas e nos mercados populares brasileiros: podemos dizer que existe uma cadeia global China-Paraguai-Brasil (ITIKAWA, 2006; MACHADO, 2008).

Considerando as rotas do comércio clandestino em escala global e os principais países fornecedores de mercadorias contrabandeadas para a América Latina, temos China, Taiwan, Malásia e Cingapura, a encampar as principais fronteiras de passagens e também a triangulação para a entrada de parte da mercadoria – Santos, Paraguai e São Paulo, além do trecho interno rodoviário entre Manaus e São Paulo (ITIKAWA, 2005).



O início de todo esse ciclo da mercadoria se dá, principalmente, na província de Guangdong. Ao analisarmos o contexto histórico e atual dessa região, conseguimos compreender a propagação das mercadorias chinesas pelo mundo.

Guangdong localiza-se no sul da China e é cortada pelo delta do Rio Pérola (Zhu Jiang), que desemboca no Pacífico; esse rio também atravessa outras cidades da província: Guangzhou, Shenzhen, Dongguan, Zhuhai, além de Macau e Hong Kong, localizadas em seu delta, cidades essas que são portos de grande importância econômica para a República Popular da China.

Desde o século XVI até os dias atuais, a região é caracterizada pelo comércio marítimo e pela migração. O grande mercado europeu dos séculos XVIII e XIX e suas relações com a China se deram, basicamente, por Guangzhou e proximidades, o que levou a cidade a ser considerada o centro chinês de negócios com o exterior. Por um longo período, a província ficou conhecida como “janela chinesa para o mundo”, pois era através dela que a China se comunicava com o Ocidente (MACHADO, 2008).

Segundo Machado,

A inserção de Guangdong e da China nos fluxos de um mercado globalizado – caracterizado pela circulação intensa de mercadorias chinesas e européias – é um processo antigo e, portanto, o que acontece hoje não é um fenômeno inédito, a não ser em sua velocidade e extensão (MACHADO, 2008, p. 57).

A explosão econômica da China se dá, portanto, por Guangdong, devido a uma série de fatores, entre eles: naturais, culturais e de infraestrutura, os quais foram ganhando força com o passar do tempo.

Da produção na China até chegar às barracas do comércio de rua, as mercadorias passam por uma extensa e complexa cadeia comercial, mostrando quantas vidas estão por trás dos produtos “made in China” e, além disso, grande parte do processo ocorre dentro da “informalidade”, pois só assim se conseguem mercadorias tão baratas.

De acordo com Daniel Miller (2007), é necessário que se realizem estudos voltados para as cadeias de mercadorias globais, cujo

[...] objetivo é desfetichizar a mercadoria e mostrar as ligações humanas que são criadas através do capitalismo, não para valorizá-las, mas para reconhecê-las e entender as responsabilidades que surgem quando nos beneficiamos enquanto consumidores através de preços baixos para o prejuízo dos outros (MILLER, 2007, p. 53).

Em Salvador, essas mercadorias constituídas, geralmente, por eletrônicos, material escolar, brinquedos, perfumes, maquiagens e muitas “bugigangas”, são vendidas em grandes lojas, verdadeiros barracões, onde nem saem das caixas espalhadas pelo chão, ficando expostas dentro delas. A maioria dessas lojas se localiza no centro antigo de Salvador, principalmente na Avenida Sete e imediações; são propriedades de mais imigrantes chineses, que, na maioria das vezes, não falam a língua portuguesa.

Nossa intenção era a de aplicar um questionário e entrevistar os proprietários dessas lojas, porém isso não foi possível, embora tenhamos feito várias tentativas, todas sem sucesso. Em vista disso traçamos a análise a partir de nossas observações: visitamos algumas dessas lojas, observando as ações dos compradores e dos donos por cerca de 20 a 30 min. Notamos que alguns desses estabelecimentos vendem diversos tipos de mercadorias, assim como as barracas, brinquedos, eletrônicos, material escolar, bijuterias; outras vendem apenas bolsas, carteiras, cintos; todos os produtos são originários de países asiáticos, tais como, China, Taiwan, Cingapura, entre outros; vendem tanto para o atacado como para o varejo com preços diferenciados.

Durante o período que estivemos dentro das lojas observamos também a movimentação dos consumidores e dos funcionários destas. Quanto aos consumidores, maioria do sexo feminino, em



busca de mercadorias que satisfizessem suas necessidades ou desejos de consumidora. Por outro lado, vendedoras atentas em realizar o desejo das compradoras, disponíveis para qualquer tipo de pergunta e ajuda, atentas para não deixar ninguém sair da loja sem adquirir nenhum produto e assim garantir um acréscimo em seu salário. Questionamos a atendente sobre seu salário e ela nos declarou que recebia um salário mínimo e mais a comissão (pequena porcentagem do valor gasto pelos consumidores), a depender da mercadoria. Quando perguntamos se ela era registrada, ela desconversou e não respondeu ao nosso questionamento. Notamos, também, um forte esquema de segurança, havia dois funcionários na porta das lojas observando quem entrava e quem saía e também o monitoramento por câmeras.

Quando as mercadorias são vendidas no atacado, saem de 1,00 a 2,00 reais mais em conta. Para uma venda se caracterizar como atacado basta comprar cinco mercadorias iguais e, dessa forma, os “chineses” tornam-se, ao mesmo tempo, fornecedores e concorrentes do comércio de rua. Alguns dos vendedores do comércio de rua da Avenida Lima e Silva reclamaram, inclusive, da situação, alegando que um “chinês”, que há pouco tempo tinha aberto uma dessas lojas na Avenida, estava concorrendo com eles, pois vendia a mesma mercadoria com o preço mais baixo; outra curiosidade foram as mercadorias “escondidas”, ou seja, que ficavam em um estoque dentro da própria loja, às quais só tinha acesso quem já era cliente conhecido do dono da loja. Em uma delas presenciamos um revendedor comprando cerca de 50 minirrádios que possivelmente iriam para uma barraca nas ruas.

Podemos concluir, dizendo que as mercadorias “estrangeiras” das barracas da centralidade do Iguatemi e da Avenida Lima e Silva percorrem um longo caminho e passam por muitas mãos. Saem, principalmente, da China, desembarcam no Porto de Santos, onde são enviadas para importadores no Paraguai e depois trazidas para as lojas por sacoleiros; os vendedores têm acesso a elas nas lojas dos “chineses”. Podemos ir além, afirmando que os vendedores que disseram comprar suas mercadorias na Rua 25 de Março, em São Paulo, compram mercadorias do mesmo “esquema”, pois essas também saem do Paraguai em direção a São Paulo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos nossas conclusões citando Milton Santos (2008, p. 218) que afirma “[...] os vendedores do comércio de rua constituem o nível inferior da pulverização do comércio, o último elo da cadeia entre importadores, industriais, atacadistas e o consumidor”. O autor ainda vai além, afirmando que “essa atividade também pode ser uma resposta às necessidades próprias do circuito superior do comércio e da fabricação” (ibid.).

Pudemos depreender de nossa pesquisa que os vendedores do comércio de rua fazem parte de uma rede, uma cadeia produtiva, que vai além das fronteiras territoriais brasileiras, e que estes trabalhadores representam a conexão final entre alguns tipos de mercadorias e os consumidores. Após as mercadorias percorrerem um longo caminho e passarem por várias mãos chegam às barracas onde serão adquiridas por muitos consumidores. Apesar de, atualmente, muitas lojas venderem o mesmo tipo de mercadorias, é nas calçadas que elas ganham destaque, interrompem os passos do consumidor que por ali circula, e chegam às mãos de muitos deles, principalmente aqueles que não teriam acesso a tais mercadorias nas lojas, os consumidores de baixa renda, como comprovado em nossa pesquisa a maioria dos consumidores do comércio de rua ganham até um salário mínimo.

O comércio de rua representa uma grande fatia dos lucros das indústrias de fabricação e do comércio, além de ser responsável pela grande circulação dessas mercadorias, assim, esta atividade escoar grande parte da produção das indústrias e aquece o mercado. Por outro lado, o comércio de rua também está atrelado à sonegação fiscal, muitos impostos deixam de ser arrecadados desde a fabricação até o consumo dessas mercadorias. Mas o que muitos esquecem é que o vendedor do comércio de rua não sonega impostos sozinho, em todas as etapas a sonegação fiscal se faz presen-



te, assim, não podemos classificar apenas este vendedor que está atrás da barraca como “ilegal”, “irregular”, “informal”, mais sim, toda, ou pelo menos quase toda, a rede formada para abastecer o comércio de rua.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ANDRADE, Maria José de S. **A mão de obra escrava em Salvador (1811-1860)**. São Paulo: Corrupio, 1988.
- BRAUDEL, Fernand. **Os Jogos das Trocas: civilização material, economia e capitalismo nos séculos XIV-XVIII**, tomo II, Lisboa/Rio de Janeiro: Edições Cosmos, 1985.
- CACCIAMALI, Maria C. Globalização e Processo de Informalidade. **Economia e Sociedade**, Campinas, v.14, p. 153-174, jun. 2000.
- CATELLI JUNIOR, Roberto. Sua Classe vai Descobrir a China. **Revista Nova Escola**. Disponível em < <http://revistaescola.abril.com.br/> Acesso em: 30/11/2012.
- CONDER – Companhia de Desenvolvimento Humano da Região Metropolitana de Salvador. **Atlas do Desenvolvimento Humano da Região Metropolitana de Salvador**. Salvador: Conder, 2006
- COSTA, Elizabeth G. **Anel, Cordão, Perfume Barato: uma leitura do comércio ambulante na cidade de São Paulo**. São Paulo: Nova Stella/EDUSP, 1989.
- HAMANN, Renan. **Celulares Falsificados Dominam o Mercado Brasileiro**, 14 de fevereiro de 2011. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br>. Acesso em: 18/01/2013.
- HEINONEN, Noora. A Cidade Alta em Alta? Circuitos e Cenários Comerciais do Centro Velho de Salvador. **Revista Geotextos**, Salvador, v. 1, n.1, p.81-116, 2005.
- IBAHIA. **Liberdade: camelôs tomam espaço de pedestres**. Salvador, 19/03/2009. Disponível em <http://ibahia.globo.com>. Acesso em 10/10/2011.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Censo Demográfico 2000. Rio de Janeiro, 2000.
- ITIKAWA, Luciana F. Geometrias da clandestinidade: o trabalho informal no centro de São Paulo. In: **Caminhos para o Centro: estratégias de desenvolvimento para a região central de São Paulo**. EMURB, Prefeitura Municipal de São Paulo, CEBRAP, CRM, 2005, p. 339-362.
- ITIKAWA, Luciana F. **Trabalho Informal nos Espaços Públicos no Centro de São Paulo: pensando parâmetros para políticas públicas**. 2006. Tese (Doutorado em Design e Arquitetura) Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura, São Paulo, 2006.
- JORNAL A TARDE. **Passarela do Iguatemi não comporta volume de pedestres**. Salvador, 18 de novembro de 2006.
- KOPYTOFF, Igor. The cultural biography of things: commoditization as process. In: A. APPADURAI, A. **The social life of things**. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
- LEFEBVRE, Henri. (1970). **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- MACHADO, Rosana Pinheiro. China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Vol. 23, n. 67, jun. 2008.
- MAIA, Ana Cláudia N. Circuitos e Redes do Comércio de Rua, em Salvador, Bahia: uma análise geográfica. 2013. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal da Bahia. Instituto de Geociências, 2013.
- MILLER, Daniel. **Consumo como Cultura Material**. Horizontes Antropológicos, n. 28, p.33-64, 2007.
- OLIVEIRA, Luiz Paulo J. de. **A Condição “Provisória - Permanente” dos Trabalhadores Informais: o caso dos trabalhadores de rua na cidade de Salvador**. 2005. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2005.
- OLIVEIRA, Margarete R. N. **A área do Iguatemi: o novo centro econômico da cidade de Salvador - uma análise da produção espacial de novas centralidades**, 2003. Dissertação (Mestrado em Geografia) Universidade Federal da Bahia, Salvador. Instituto de Geociências, 2003.
- OLIVEIRA, Mariana. Receita apreende R\$ 135 milhões em produtos em operação recorde. 18 de novembro 2010. Disponível em <http://g1.globo.com/economia-e-gocios/noticia/2010/11>. Acesso em 10/10/2012.



RAMOS, Maria Estela R. **Território Afrodescendente**: uma leitura da cidade através do Bairro da Liberdade, Salvador (Bahia). 2007. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal da Bahia. 2007.

SANTOS, Jânio. Centro, Sub-centros e Novas Centralidades na Metrópole Soteropolitana. In: XI Encontro de Geógrafos da América Latina, 2007, Bogotá. XI ENGAL - Geopolítica, Globalização e Mudança Ambiental: desafios no desenvolvimento latino-americano, Bogotá, 2007. **Anais**.

SANTOS, Milton. **O Espaço do Cidadão**. São Paulo: Nobel, 1987.

SANTOS, Milton.(1996) A Natureza do Espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2006.

SANTOS, Milton. O Espaço Dividido.(1979) **Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2008.(Trad. MyrnaT. Rego Viana).

SEI- Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. **Pesquisa Emprego e Desemprego da Região Metropolitana de Salvador**. Salvador: SEI/DIEESE, 2010.

SOUZA, Luiz Antonio de. **Configuração Espacial de Salvador**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, PROPUR/UFRGS, 1984.

VASCONCELOS, Pedro de A. **Salvador**: Transformações e Permanências (1549-1999). Ilhéus: Editus, 2002.

[HTTP://WWW.ANDENIVALENCIA.ORG](http://www.andenivalencia.org)

Trabalho enviado em maio de 2015

Trabalho aceito em junho de 2015