

Moura Júnior, Cosme Oliveira. Economia, cotidiano e sociabilidade no comércio de rua: o caso de São Luís/ Cosme Oliveira Moura Junior. – São Luís, 2007. 162 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Federal do Maranhão, 2007

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

COSME OLIVEIRA MOURA JÚNIOR

**ECONOMIA, COTIDIANO E SOCIABILIDADE NO COMÉRCIO DE RUA:
o caso de São Luís**

São Luís
2007

COSME OLIVEIRA MOURA JÚNIOR

**ECONOMIA, COTIDIANO E SOCIABILIDADE NO COMÉRCIO DE RUA:
o caso de São Luís**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais como requisito à obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Universidade Federal do Maranhão

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Sampaio
Carneiro

São Luís
2007

Moura Júnior, Cosme Oliveira

Economia, cotidiano e sociabilidade no comércio de rua: o caso de São Luís/ Cosme Oliveira Moura Junior. – São Luís, 2007

162 f.

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Federal do Maranhão, 2007.

1. Sociologia econômica 2. Comércio de rua 3. Informalidade 4. Divisão Social do trabalho 5. Sistema social de trabalho – São Luís-MA

I. Título

CDU 33:301(812.1)

COSME OLIVEIRA MOURA JÚNIOR

**ECONOMIA, COTIDIANO E SOCIABILIDADE NO COMÉRCIO DE RUA:
o caso de São Luís**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais como requisito à obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

São Luís / de 2007

BANCA EXAMINADORA

Professor Dr Marcelo Sampaio Carneiro (orientador)
Universidade Federal do Maranhão

Professor Dr José Alcântara Júnior
Universidade Federal do Maranhão

Prof(a) Dr. Edna Castro
Universidade Federal do Pará

A Bianca Rafaelle Vieira Serra
A minha família
Águida Dalila (in memorian)
Seu Diquinho (in memorian)

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais por ter me dado auxílio acadêmico para a construção deste trabalho, principalmente à coordenadora Elizabeth Coelho, que mesmo nas dificuldades estruturais da Universidade Federal do Maranhão, sempre buscou estimular os mestrandos dando apoio e promovendo debates no decorrer de nossa passagem no mestrado.

Ao meu orientador Marcelo Carneiro, que além de acompanhar a gestação deste trabalho desde a entrada no programa de mestrado, também sempre esteve ao meu lado nas frustrações, decepções e no júbilo de ter conseguido dissertar sobre o *comércio de rua*. Mais que um orientador, Marcelo apresentou-se como um amigo.

Gostaria de referenciar as contribuições que a professora Maristela Andrade e o professor Alcântara me repassaram no processo de qualificação deste trabalho, o que a meu ver foi de suma relevância para sua consolidação e finalização.

É com grande satisfação que gostaria ainda de citar o nome de Benedito Souza Filho, que com grande dedicação aos mestrandos sempre esteve disposto a discutir nossos projetos no decorrer das disciplinas do mestrado.

Deixo ainda evidenciado o agradecimento ao presidente do Sindicato Vendedores Ambulantes, Ribinha, que me recebeu com bastante cordialidade e muito apreço, convidando-me a reuniões e apresentando-me aos *comerciantes de rua*. Agradeço também a Barra, o presidente do Centro de Integração Sindical dos *comerciantes de rua* que também me convidou para uma reunião com os camelôs.

Assim agradeço aos meus informantes, que me toleraram no bojo de sua labuta diária, aos *artistas de rua*, aos *guerreiros de rua*, que *debaixo do cheiro de plástico queimado*, suam e buscam o sustento e sobrevivência nesta cidade de São Luís, apesar da falta de apoio e do preconceito. Agradeço do fundo do coração a estes homens e mulheres que dedicaram momentos de sua jornada de trabalho diária para conversar e me ensinar as nuances do cotidiano no comércio de rua.

Por fim agradeço ao meu grande irmão Rogério Mafra que sempre esteve disposto a me ajudar em coletas de dados e no estímulo para a construção do trabalho. Agradeço também a meus amigos Leonardo Evangelista e Joselito.

E colocando um ponto ao infinito agradeço à minha família (Cosme Moura, Natividade, Luizy, Cadmo, Maria Simões, Felipe e Francisca), a minha Bianca, Cleudes, Soares e a Deus.

*[...] essa é a razão por que em São Luís donde
as pessoas não se foram ainda neste momento
a cidade se move
em seus muitos sistemas e velocidades[...]*

Ferreira Gullar

RESUMO

Este trabalho discorre sobre o comércio de rua no centro de São Luís como prática socioeconômica popular com lógicas específicas e sintonizadas com os processos que vêm acontecendo na sociedade pós-fordista. Foi destaque o estudo dos aspectos socioeconômicos e das implicações no cotidiano urbano desta prática. Para tanto se discutiu as relações do comércio de rua com o trabalho informal, o sistema organizacional local e divisão do trabalho, além de formas e sociabilidades cotidianas. Esta dissertação ancorou-se no trabalho de campo conjugado a discussões teórico-metodológicas, sendo assim uma construção com uma perspectiva sócio-antropológica. A questão elementar desta pesquisa foi a tentativa de compreender o comércio de rua como uma prática social complexa que articula um sistema social de trabalho, relações humanas de coesão, clientelização e economia.

Palavras-chave: Comércio de Rua. Informalidade. Divisão Social do Trabalho. Sociabilidade. Cotidiano. Economia. Clientelização. Sistema Social de Trabalho

ABSTRACT

This paper discuss about the street trade on São Luís' downtown as a popular socioeconomic practice with especific logics and linked to the processes that are lately happening at the post-fordist society. It was emphasized the study of the socioeconomic aspects and the implications in the urban daily of this practice. So that it was discussed about the street commerce relations with the informal work, the local organizational system and the working division, besides the daily shapes and sociabilities. This dissertation is based on field work combined to theoretic-methodological discussions, this way a construction with a socio-antropological perspective. The elementary subject of this research was the attempt to understand the street trade as a complex social practice which articulates a social working system, human relations of intimate association, customization and economy.

Keywords: Street Market. Informality. Social Working Division. Sociability. Daily Life. Economy. Clientalization. Social Working System

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Lista de informantes.....	32
Tabela 2 – Custos médios diários e mensais de manutenção do <i>standing</i>	102

LISTA DE SIGLAS

CCI	Centro de comércio Informal
CCR	Complexo do Comércio de Rua
CR	Comércio de Rua
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES	Instituição de Ensino Superior
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PEA	População Economicamente Ativa
PREALC	Programa Regional de Empleo para America Latina y el Caribe para a América Latina e o Caribe
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMPPLAN	Secretaria Municipal de Planejamento
SEMTHURB	Secretaria Municipal de Transporte, Habitação e Urbanismo

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Local de moradia dos comerciantes de rua.....	43
Gráfico 2 - Trabalhadores do comércio de rua segundo o local de nascimento.....	45
Gráfico 3 - Trabalhadores do <i>comércio de rua</i> segundo a faixa de idade.....	46
Gráfico 4 - Comerciantes de rua por faixa de idade e sexo.....	47
Gráfico 5 - Trabalhadores do comércio de rua segundo o tempo no serviço.....	48
Gráfico 6 – Tempo de serviço dos comerciantes de rua segundo sexo.....	49
Gráfico 7 - Escolaridade dos comerciantes.....	50
Gráfico 8 - Escolaridade dos comerciantes de rua segundo o sexo.....	51
Mapa 1 - Bairros do Município de São Luís com destaque para os principais locais de moradia dos comerciantes de rua.....	44
Mapa 2 – Complexo Deodoro.....	58
Mapa 3 – Travessa do Cine Passeio.....	60
Mapa 4 – Complexo Rua Grande e Transversais.....	62
Mapa 5 - Av. Magalhães de Almeida.....	66
Foto 1 – Foto aérea do Complexo de Rua do Centro de São Luís.....	54
Foto 2 – Caixotes.....	77
Foto 3 – Feixe de metais que formam o esqueleto tridimensional da barraca.....	82
Foto 4 – Estrutura tridimensional montada e caixas de mercadorias.....	84
Diagrama 1 - Fluxo depósito, carregadores e standing.....	91
Diagrama 2 – Sistema de abastecimento do <i>comércio de rua</i>	98

Diagrama 3 – Produção do preço de venda e barganha.....104

Diagrama 4 - O circuito da troca e valor de vínculo.....123

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	10
LISTA DE SIGLAS	11
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	12
1 INTRODUÇÃO.....	16
1.1 Da informalidade ao comércio de rua	16
1.2 O trabalho de campo.....	27
1.2.1 A <i>experiência próxima</i> no comércio de rua	28
1.2.2 Reuniões, lideranças e informantes	30
1.2.3 As entrevistas.	33
1.2.4 Dificuldades e estratégias de superação:“mas para que serve esta tua sociologia?”.....	35
2 A DIVISÃO DO TRABALHO: loja de departamento a céu aberto.....	41
2.1 O perfil do <i>comerciante de rua</i>.	41
2.2 A céu aberto: as ruas, praças, travessas, avenidas, a loja	51
3 O COMÉRCIO DE RUA NO CENTRO DE SÃO LUÍS: dinâmica e funcionamento.....	71
3.1 As ferramentas de trabalho e construção diária de <i>standings</i>	71
3.2 A visualização da montagem	80
3.3 Visualização do desmonte	87
3.4 A descrição do sistema de transporte: carrinhos e carregadores	90
3.5 Horários: notas sobre dinâmicas e pesquisa de campo	93
3.6 As estratégias de abastecimento de mercadorias da economia do comércio de rua.....	95
3.7 Excursões de Venda	98
3.8 Economia diária do comércio de rua	101
3.9 Produção dos preços de venda e possibilidade de barganha	103
3.10 Algumas descrições cotidianas: serviços, vendas e <i>performances</i>.....	108

4 COMÉRCIO DE RUA COMO ECONOMIA DE BAZAR: valor de vínculo, clientelização e barganha	113
4.1 Sistema de informação	126
4.2 Compartilhamento	129
4.3 Segurança e confiabilidade interna	133
CONSIDERAÇÕES FINAIS	137
REFERENCIAS	143
ANEXOS	149

1 INTRODUÇÃO

Essa dissertação tem como objeto de estudo o comércio de rua no centro de São Luís. Através da observação cotidiana dos seus principais atores procuramos compreender o funcionamento desse comércio, destacando os diferentes tipos de relações que são estabelecidas entre os próprios comerciantes e destes com seus clientes.

Início a apresentação desta investigação sociológica tentando esquivar-me de concepções pré-concebidas acerca do *comércio de rua*, assim pois, utilizei este termo no intuito de não reproduzir jargões naturalizados como: setor desorganizado e atrasado da economia, informalidade, ilegalidade e desvios característicos do terceiro mundo. Antes de tudo, trabalhar com o *comércio de rua* apresentou-se como um desafio teórico-metodológico, pois no decorrer da re-elaboração deste projeto investigativo, produto das discussões teóricas, das pesquisas de campo e de processos de transformações da realidade, tive que recortar, modificar e definir um foco mais restrito de investigação, que pudesse sintetizar: rigor teórico-metodológico, análises específicas do caso ludovicense e compromisso com os agentes que se inserem nas redes sociais estudadas.

Dessa maneira, construí esta pesquisa desde a entrada no programa de mestrado em Ciências Sociais, pois iniciei minhas investigações tomando como referência a genealogia dos conceitos de economia informal, precarização, flexibilização. Assim, produzi dois ensaios em que buscava a elaboração de uma categoria sociológica que me possibilitasse melhor compreensão investigativa da realidade local. Tomando como referência teórica autores que discutem a economia informal utilizei Alejandro Portes (1997 e 2000), Castells (1997 e 1999), Paiva (1997), Silva (2003), Keith Hart (1973 e 2005) e relatórios da OIT¹ e PREALC². Posso afirmar que esta foi a fase inicial da construção teórico-metodológica, em que ampliei e introduzi-me nas reflexões sociológicas relacionadas à pesquisa. Deste modo, entrei em contato com diversas discussões travadas no âmbito da teoria do desenvolvimento, da teoria da marginalidade e das transformações recentes no Estado de bem-estar social.

Nessa primeira fase investigativa, ainda estive ancorado em análises de caráter macro, que a meu ver foram e são fundamentais para o amadurecimento reflexivo, e me levaram a re-elaborações teóricas e, acima de tudo, a contatos com novas discussões acerca da

¹ Organização Internacional do Trabalho.

² Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe. Políticas hacia el sector informal urbano. El Cid Editor. Buenos Aires, 1980.

economia informal, que me possibilitaram uma reflexão mais vinculada à especificidade local do objeto em estudo.

O segundo momento de minhas reflexões foi perpassado por tentativas de compreender a realidade local do *comércio de rua* a partir das concepções de campo de Bourdieu (1989). Esta investida foi um tanto improdutiva, pois ao definir a construção reflexiva em torno de um campo formal – legal - e um campo informal – ilegal ou desregulamentado - penetrei em um sério problema epistemológico: a imersão da realidade em antinomias, que gradativamente prejudicaram minhas análises. Inicialmente, ao definir campo formal e campo informal, acabei por homogeneizar e separar fenômenos que em muitos casos apresentam-se imbricados. O principal problema da adoção do termo campo informal foi a generalização de algo específico, e ainda a confusão que esta estratégia ocasionou entre o que seria legal, ilegal e desregulamentado; problema muito parecido com o gerado pelo conceito de informalidade elaborado pela OIT nas décadas de 60 e 70, em estudos no Gana.

Feita esta trajetória, pude conceber retificações teórico-metodológicas fundamentais para a realização e implementação das reflexões sobre o *comércio de rua* em São Luís. Deste modo, no decorrer desta introdução discuto a trajetória da construção da categoria sociológica do comércio de rua para em seguida descrever o trabalho de campo que realizei para obter as informações aqui apresentadas.

1.1 Da informalidade ao comércio de rua

As reflexões acerca do objeto de estudo desta dissertação iniciaram com discussões sobre setor terciário des-regulamentado, ou seja, a clássica categoria sociológica moldada pela OIT na década de 60: informalidade. Desta maneira, penetrei em interpretações sociológicas arregimentadas pela teoria do desenvolvimento, teoria da marginalidade e antinomias clássicas (legal-ilegal, incluídos-excluídos, desenvolvimento-subdesenvolvimento), até chegar a um estudo centrado no caso local de São Luís.

Até meados dos anos 80, essas teorias fundamentaram amplas discussões na Sociologia, no entanto, atualmente, diz Silva (2003), há a necessidade de transcendê-las. Segundo Bachelard (1996), podemos dizer que a categoria sociológica informalidade, da qual

partimos, está repleta de obstáculos epistemológicos³ e ao invés de produzir reflexões e debates, estagna as análises, reduzindo-as a um fenômeno trivial. Assim Silva afirma que:

Nas últimas décadas, entretanto, 'informalidade' progressivamente se torna um mero termo do léxico sociológico incorporado pelas camadas bem informadas, perdendo a capacidade que durante um bom tempo permitiu-lhe desempenhar aquele papel de catalisador. De fato, creio que até o observador mais desatento perceberá que seu uso, ao mesmo tempo que se universaliza, torna-se cada vez mais trivial e não provoca as acaloradas discussões do passado, apesar de ainda compor argumentos os mais diversos. (2003, p. 141)

Partindo desse pressuposto teórico de Silva (2003) e das pesquisas de campo no centro de São Luís, alguns aspectos básicos da categoria informalidade foram se revelando como obstáculos investigativos. Deste modo, lapidei a categoria *comércio de rua* como fundamento alternativo para delimitação do objeto a ser estudado. Mas, antes de definir mais profundamente o *comércio de rua*, considero elementar a descrição analítica dos problemas relativos à categoria informalidade. Para tanto, farei referência a alguns debates em torno da temática, que me fizeram relativizar o uso categórico do conceito informalidade e adotar um cabedal teórico-investigativo mais específico à realidade do *comércio de rua* em São Luís.

II

A categoria informalidade foi cunhada a partir de estudos acerca dos mercados de trabalho urbanos na África durante as décadas de 60 e 70. Estes estudos foram patrocinados pela OIT, agência que balizava suas análises em políticas desenvolvimentistas. Desta forma, a categoria informalidade, cunhada pela OIT e mais tarde adotada pelo PREALC, inseria-se na concepção de característica ou sintoma do subdesenvolvimento. Portes (2000) revela que estas agências compreendiam a informalidade como um problema a ser resolvido com políticas de industrialização e modernização das economias subdesenvolvidas, sendo por fim sinônimo de pobreza.

De acordo com Silva (2003), estas primeiras noções de informalidade caracterizavam-se pela crença de que tal fenômeno seria transitório e que a sociedade do pleno emprego estabelecer-se-ia segundo uma ordem evolutiva. Conforme este autor, neste período os debates sobre a informalidade ancoravam-se em problemas como: a organização do trabalho nas cidades; a crença de um centro dinâmico que sustentaria as bases de uma

³ Ferramenta conceitual que dificulta a reflexão acerca da realidade por estar engessada pela naturalização e trivialidade do uso diacrítico (Bachelard,1996) .

sociedade salarial (setor secundário e emprego assalariado estável); e o assalariamento como ponto elementar do desenvolvimento econômico, seria o objetivo e o fim do processo histórico-econômico.

Keith Hart (1973), antropólogo econômico inglês que fez estudos na África na década de 70, também definiu informalidade no contexto do discurso desenvolvimentista, no entanto, enfatizou um elemento importante na chamada economia informal: a dinamicidade e a necessidade de estudos mais específicos. Para este autor, a informalidade estaria inserida em uma relação dual entre o ingresso em empregos formais e no auto-emprego. Apesar de Hart (2005), em trabalhos realizados para a OIT⁴, definir que a economia informal transcendia à economia moderna, o aspecto de seus estudos incorporado pela burocracia da agência foi apenas o caráter dual da informalidade e sua associação à questão da pobreza.

Sin embargo, esta caracterización dinámica del sector informal se perdió más tarde, ya que el concepto se institucionalizó dentro de la burocracia de la OIT, donde esencialmente se redefinió la informalidad como sinónimo de pobreza. (PORTES, 2000. p.26)

Neste período o termo informal referia-se a um fenômeno característico do “atraso” econômico, assim seria baseado em práticas ultrapassadas: tecnologia caduca, altos índices de exploração, baixa rentabilidade, setor desorganizado da economia. Desta maneira, podemos perceber que falar em informalidade era falar em algo que deveria ser superado para que os países subdesenvolvidos pudessem atingir o “estágio” do desenvolvimento. Estas primeiras observações fizeram-me refletir até que ponto discutir etapas de desenvolvimento, baseadas na categoria informalidade clássica, poderia ajudar-me na compreensão específica do fenômeno ludovicense.

Continuemos, até então a informalidade, exceção feita às concepções de dinamicidade de Hart (1973), era entendida como um problema universal e homogêneo em todo o terceiro mundo. Esta seria a primeira elaboração acerca do conceito de informalidade, definida por Portes (2000) como a conceituação negativa. Sinteticamente, as definições da OIT e PREALC compreendiam a informalidade como prática ou estratégia de sobrevivência

⁴HART, Keith. Bureaucratic Form and the Informal Economy *In: General Economic History*, (New Brunswick NJ: Transaction Books, 1981). Senior Lecturer in Anthropology, Goldsmiths College, University of London, 2006.

HART, Keith. **Informal Income Opportunities and urban employment in Ghana**. In: Journal of modern african studies, 1973.

das populações excluídas, como tentativa de se inserirem no mercado laboral no terceiro mundo.

No final da década de 70 e meados dos 80, as interpretações negativas da informalidade começaram a ser questionadas no debate sociológico. As reflexões de diversidade e dinamicidade do setor, discutidas por Hart (1973), foram sendo retomadas⁵. Neste novo contexto, surgem as concepções de economia subterrânea e economia étnica. Ambos os conceitos procuraram considerar aspectos locais e heterogeneidades culturais como elementos importantes do debate acerca da informalidade.

Assim, a economia subterrânea defendida por Feige (apud PORTES, 2000), inicia a pluralização das noções de informalidade, classificando-as em: ilegal (distribuição de produtos e serviços proibidos), não declarada (ações que tentam esquivar-se das regulações fiscais), não registrada (atividades que não aparecem nas estatísticas governamentais) e informal (estão excluídas da proteção que oferecem as leis e regras dedicadas às relações de propriedade, licenças comerciais, sistema de seguridade e crédito financeiro).

Por outro lado, o conceito de economia étnica trouxe à tona aspectos da identidade social como fundamento de formas alternativas de seguridade no chamado setor informal. Este debate nasceu nos Estados Unidos, em análises sobre práticas econômicas consideradas informais em Miami, onde o número de porto-riquenhos, mexicanos e cubanos é grande. Estes imigrantes produziam redes comunitárias de solidariedade, que em muitos casos elaboravam sistemas de créditos e empréstimos, e relações mercadológicas baseadas em laços de confiabilidade (CASTELLS, 2000).

Durante este novo recorte temporal, marcado por gradativa crise do Estado de bem-estar nos países desenvolvidos, com destaque aos Estados Unidos, as chamadas práticas informais começam a surgir nestes ditos países desenvolvidos (CASTELLS, 1997). Desta maneira, o que antes era concebido como exclusividade do terceiro mundismo, começa a emergir nas sociedades de economia forte. Apesar disso, as discussões da escola sociológica norte-americana acabaram restringindo suas reflexões ao fenômeno da migração, assim definindo a informalidade como problema trazido e gerado pelos imigrantes latino-americanos.

⁵ FEIGE, Edgar L. Defining an estimating underground an informal economies: the new institutional economic approach. World development, 1990.

La estrecha relación existente inmigración e informalidad en Estados Unidos ha impulsado a algunos teóricos a concluir que las prácticas económicas irregulares han sido importadas del Tercer Mundo. En esencia, los inmigrantes las trajeron en sus maletas. (PORTES, 2000, p.34)

Ainda se referindo ao contexto norte-americano, alguns autores revelavam que as práticas informais seriam estratégias de sobrevivência (PAIVA, 1997) de setores imigrantes que não conseguiam empregos formais. Não se pode negar que existem tais situações, no entanto, a informalidade nunca pode ser reduzida a uma simples estratégia de sobrevivência, pois esta se insere em processos de reestruturação do capitalismo como flexibilização, terceirização, crise da sociedade salarial. Portanto, há vinculações de caráter macroeconômico que não se pode omitir.

[Una] buena cantidad de actividades informales no son el resultado de las estrategias de supervivencia de los inmigrantes, sino que representan la consecuencia de pautas estructurales de la transformación económica. Los trabajadores y las empresas responden a las oportunidades creadas por esas pautas. Sin embargo, para poder responder, deben estar posicionados de manera favorable. (PORTES, 2000, p.34)

Em ensaio escrito em 2004 para pleitear entrada no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, acabei utilizando a categoria estratégia de sobrevivência⁶ sem problematizar e sem visualizar suas possíveis restrições teórico-metodológicas. Tratar a informalidade e/ou *comércio de rua* reduzida à estratégia de sobrevivência torna-se reducionista, pois caímos na armadilha da homogeneização e na concepção de que tal prática é simplesmente algo intrínseco às populações excluídas.

Esse conceito homogeneiza, pois, não possibilita uma reflexão que considere as principais características da informalidade: diversidade e especificidade. Desta maneira, partir da concepção de informalidade igual à estratégia de sobrevivência obscurece a visualização de que informalidade não é apenas uma estratégia de se reproduzir no mundo laboral, mas pode também ser: renda complementar, estratégia de flexibilização e precarização, desmanche da sociedade salarial, economia étnica etc.

Percebam que o fenômeno da informalidade não pode ser apenas perpassado pela utilização categórica de um conceito universal, ou seja, existem formas e mais formas da chamada informalidade. Portanto, este amplo debate epistemológico acerca da construção social da categoria é de grande relevância para visualização da complexidade sociológica do problema deste trabalho. No próximo item, destaco problemas e falhas que o uso trivial da

⁶ Práticas exclusivas de populações de baixa renda excluídas dos trabalhos formais regulamentados.

categoria informalidade proporciona na construção analítica do objeto de estudo. Em função disso, Silva (2003) refere-se à informalidade como um “quase-conceito”.

Pode-se terminar esses comentários sobre a evolução do “quase conceito” de informalidade em seus momentos ‘fortes’ sugerindo que, nesta etapa, ela se especificava, quanto aos conteúdos, pela referência à periferia do capitalismo, ao subdesenvolvimento e à pobreza; e, quanto à forma, pela aceitação implícita de um parâmetro que servia de medida abstrata de integração social ‘típica’ da qual a informalidade seria uma variedade provisória. (SILVA, 2003, p.153)

III

Gostaria de destacar que, segundo Silva (2003), os processos de transformação nas estruturas sócio-econômicas vêm influenciando novas formas de integração social, que não seriam mais baseadas na lógica do pleno emprego. Desta forma, o autor fala em empregabilidade⁷. Esta seria uma ideologia baseada na nova estruturação do mundo do trabalho, galvanizada pela sociedade pós-fordista. Contrariando a sociedade do pleno emprego e das grandes empresas verticalizadas, a empregabilidade fundamentaria uma nova forma de ocupação laboral, centrada na polivalência, empreendedorismo e flexibilidade. Estas características estariam sintonizadas com o mundo da instabilidade laboral e da horizontalidade das empresas em rede. Assim, Silva (2003) fala que a empregabilidade e a informalidade aproximam-se neste ponto de instabilidade ocupacional e necessidade de adaptações rápidas pelo trabalhador para enfrentar o mundo pós-fordista.

Este foi um padrão de dominação baseado no controle externo, objetivado na tutela jurídica simbolizada pela carteira de trabalho (pleno emprego). Seu esvaziamento como categoria analítica e referência ideológica parece coincidir com a ascensão da noção de empregabilidade – espécie de equivalente funcional da informalidade - como ponto de convergência dos problemas ligados à configuração do mercado de trabalho e integração social (SILVA, 2003, p.167).

Partindo desta concepção, houve a necessidade de relativizar o uso da categoria informalidade no estudo do *comércio de rua* em São Luís. Primeiramente, como discutir a complexidade social do *comércio de rua*, a partir de um corolário sócio-econômico que se baseava em políticas públicas para inserção em pleno emprego, que atualmente está em declínio?

⁷ Em sua dimensão instrumental o termo indica os novos requisitos funcionais da demanda de trabalho. [...] empregabilidade representa o elenco de atributos subjetivos –disposições pessoais, competências etc.- que as empresas esperam dos trabalhadores e, simplificando um pouco, correspondem às necessidades de uma produção flexibilizada (2003, p.165).

Um outro aspecto questionável foi que o uso naturalizado da categoria informalidade, apresentaria o *comércio de rua* como fenômeno negativo, que deve ser combatido e eliminado, no intuito de retificação da economia nacional (desenvolvimento). Este pressuposto, na atualidade, apresenta-se como justificativa de repressões policiais gerenciadas pelo Estado, ao invés de fornecer pressupostos para produção de parcerias, ou para compreensão e análise das especificidades do fenômeno social. Destarte, como trabalhar com um quase-conceito que nos remete muito mais aos aspectos negativos (PORTES, 2000), que confundem informalidade com ilegalidade e obscurecem a possibilidade de uma compreensão das complexidades particulares e globais do fenômeno social? Além disso, no decorrer do trabalho analítico, o leitor perceberá que o *comércio de rua* não é uma prática socioeconômica que desarticula algum emprego considerado formal, o que ficará evidente é que este parece representar tendências para o surgimento de novos setores e legitimidades ocupacionais.

Para visualizar melhor estes impasses metodológicos, utilizei um artigo de Castells e Portes (1997), em que os autores fazem a diferenciação entre legalidade, ilegalidade e informalidade, tomando como referência a maneira como um produto é produzido e negociado. Em outro artigo, Portes (2000) revela como é importante demonstrar que sociologicamente o conceito ilegal seria algo que deveria ser considerado como uma construção social sujeita a mudanças. Com isso, em muitos casos, o que as agências de desenvolvimento e Estado definem como aspectos ilegais da informalidade, podem não ser ilícitos socialmente, dependendo do tempo e contexto social.

Como exemplo temos o caso do narcotráfico e o caso do *comércio de rua*. Observemos que os produtos produzidos e comercializados pelo narcotráfico são ilícitos social e institucionalmente. Desta maneira, apresentam-se mergulhados na ilegalidade institucional burocrática, assim como na ilegalidade institucional social. Tanto os aspectos da produção, como o sistema de circulação (distribuição e comercialização) estão mergulhados na transgressão de regras e na lógica do esconderijo⁸.

Mais uma questão a ser referenciada, é que o *comércio de rua* de São Luís possui uma organização de trabalhadores regulamentada na Delegacia Regional do Trabalho, cujo o nome é: Sindicato dos Vendedores Ambulantes de São Luís. Há dez anos atrás este Sindicato era vinculado ao dos Vendedores de Peixe. Hoje está em processo de reestruturação, funcionando normalmente dentro das regulamentações legais. Os *comerciantes de rua*

⁸ Entenda o termo como práticas econômicas que necessitam de ocultamentos radicais das bases de seu funcionamento: distribuição, comercialização e produção.

possuem também uma Associação de Integração Sindical do Comércio Informal. Deste modo como falar em informalidade se existem instituições regulamentadas? Não seria mais viável falar em processo de construção e consolidação de novos setores socioeconômicos?

De maneira ampla, diz Portes (2000), a ilegalidade e a legalidade estão mais próximas uma da outra, do que da informalidade. Tanto a economia ilegal, quanto a legal, possuem mecanismos de repressão (polícia, capangas, assassinatos, leis, juízes, fiscalizações) que garantem o estabelecimento de contratos. Já as práticas informais, não possuem tais mecanismos, reduzem-se, em alguns casos, aos laços de confiabilidade nas relações de mercado e de contratos. Conforme o autor, esta é uma das diferenciações fundamentais entre as três categorias de práticas econômicas, e omitir tais considerações proporcionaria falhas graves na análise dos fenômenos, assim como na produção de políticas públicas.

O problema apontado acima é um dos motivadores do meu trabalho, pois as instituições locais em São Luís, e de maneira mais ampla no Brasil, parecem coadunar com a confusão entre ilegalidade e informalidade. Destarte, tratam o *comércio de rua* como crime ou caso de polícia. Isto parece (a repressão), conforme Portes (2000), contribuir para a destruição de teias sociais baseadas em solidariedades sócio-econômicas que podem vir a ser propostas viáveis para solução de problemas urbanos e sociais. No entanto, ao patrocinar políticas públicas desarticuladas das cadeias de implicações sociais, ao invés de solidariedades e cooperação, a repressão com certeza produziria laços de violência e brutalidade.

Quando las regulaciones estatales adquieren una amplia difusión, tienden a generar resistencia por parte de los gobernados. Y lo que es más importante, las regulaciones extensivas propician las oportunidades de conseguir ganancias eludiendo, precisamente, las reglas proliferantes: la prohibición del consumo de ciertas sustancias habitualmente genera un sistema ilegal para producirlas y distribuir las; los controles rígidos de la moneda conducen a la creación de un mercado negro; las regulaciones extensivas destinadas a proteger la fuerza laboral estimulan a las empresas y con frecuencia a los propios trabajadores a buscar modos de sortearlas (PORTES, 2000, p.33).

Em meio a todos estes debates e polêmicas fui percebendo a necessidade de relativizar a categoria informalidade, e assim tentar discutir um fenômeno social bem específico, o qual chamo de *comércio de rua*. Destarte, a categoria *comércio de rua* significa prática socioeconômica baseada na fundamentação de redes de relações sociais em ruas, praças e avenidas.

Além disso, adotei o termo *comércio de rua* também pelas influências teóricas de Hart (1981 & 1973) e Silva (2003), que sugerem às pesquisas sociológicas acerca de informalidade a busca de novos horizontes conceituais e teóricos calcados em estudos de caso

e, acima de tudo, que transcendam o obstáculo epistemológico da informalidade. Deste modo, tentei fundamentar reflexões centradas em *práticas locais* do Comércio de Rua de São Luís, mais precisamente na rede urbana formada por Rua Grande e Transversais, Praça Deodoro e Avenida Magalhães de Almeida.

Por outro lado, o *comércio de rua* está contextualizado em uma zona liminar entre a ilegalidade e a legalidade, pois coloca em circulação produtos socialmente lícitos (não há constrangimentos morais na compra das mercadorias), que, entretanto, são definidos pelo Estado como ilegais por estarem fora das regulamentações e das fiscalizações institucionais (alvarás de instalação, “recolhimento de impostos” etc). Há mais uma contradição entre Estado e *comércio de rua*: as instituições estatais praticamente não produzem políticas públicas ou formas alternativas que forneçam ferramentas de incentivo ao *comércio de rua*. Daí emerge a contradição jurídica, como cobrar algo, se o Estado não açambarca determinadas populações de trabalhadores? Eis a complexidade do *comércio de rua*. Não podemos entendê-lo como uma prática *stricto sensu* ilegal, nem *stricto sensu* legal, seria mais válido tentarmos buscar uma reflexão que entenda o fenômeno em suas especificidades, e mais, percebendo-o dentro de um processo de transformação que a sociedade e economia vêm passando com a ascensão da sociedade em rede.

A pesquisa de campo, as influências de Silva, no que se refere à necessidade de superação do quase-conceito, e de Hart, na atenção que se deve dar ao estudo empírico das dinâmicas e heterogeneidades do setor, é que me fizeram elaborar uma categoria de cunho específico que possibilitasse o deslocamento do foco da pesquisa para a compreensão das práticas cotidianas. Práticas como: solidariedades locais, formas de avaliação do negócio e do trabalho, permutas internas, compartilhamento de informações, relações de clientela, cooperação e interdependência. Essas só puderam ser problematizadas e analisadas sociologicamente como fundamentos locais do fenômeno a partir da ruptura com as noções universalizantes embutidas no uso naturalizado da categoria informalidade.

Dessa ruptura, senti a necessidade da construção de uma etnografia interpretativa aos moldes das propostas de Geertz (1989), que corresponde à tentativa de equilibrar a experiência próxima – observação direta, entrevistas e estadia no campo; com a experiência distante – as interpretações teóricas dos conteúdos observados no campo.

Assim, elaborei o termo *comércio de rua* com o intuito de açambarcar as nuances das dinâmicas cotidianas, e mais, a definição da prática social em suas duas principais características: a troca, e o uso de ruas, praças e avenidas como lugar de trabalho. Ao lado deste termo, também adotei denominações locais (autodenominações): *camelô* e *ambulante*.

Essas são categorias construídas pelos próprios atores sociais como formas de identificação e articulação organizacional.

Por fim, gostaria de enfatizar que o uso do termo *comércio de rua* foi um produto de relativização das categorias universalizantes embutidas no debate de informalidade, usualmente utilizadas como ferramentas de interpretação sociológica. A partir da ruptura com a construção macrossocial, desloquei meu foco para o estudo de caso do *comércio de rua* em São Luís, de certa forma fazendo uma análise sociológica experimental, desde a elaboração da categoria sócio-analítica.

Assim, o texto do trabalho foi composto de análises vinculadas à sociedade informacional, novas tendências do capitalismo, análises teóricas de práticas locais, intercaladas de descrições etnográficas das dinâmicas locais, assim como de relatos de *comerciantes de rua*.

1.2.O trabalho de campo

O mito do pesquisador de campo semicamaleão que se adapta perfeitamente ao ambiente exótico que o rodeia, um milagre ambulante em empatia, tato, paciência e cosmopolitismo, foi de um golpe, demolido por aquele que tinha sido, talvez um dos maiores responsáveis pela sua criação (GEERTZ, 1997, p.85)

O milagre ambulante em empatia, conforme Geertz (1997), foi uma criação dos seguidores de Malinowisk baseada no princípio de que o antropólogo durante o trabalho de campo teria que se aproximar ao máximo da cultura do outro, internalizando-a, camuflando-se como se fosse um camaleão para que pudesse olhar e/ou pensar acerca do simbolismo nativo. Deste modo, o autor critica a noção de que seria possível ao etnólogo “olhar pela visão dos nativos”, pois este não é um nativo (olhar de primeira mão).

Partindo desta idéia crítica de camaleão que se disfarça para não ser percebido como outro, gostaria de falar que no meu trabalho de campo a complexidade sócio-cultural impossibilita esta imitação ou empatia idealizada. Na verdade, no *comércio de rua*, e talvez em qualquer campo etnográfico, os papéis sociais não se apresentam como simples máscaras que podem ser trocadas, assim podendo-se mergulhar no universo cotidiano dos atores sociais como um camaleão.

Além disso, considero importante destacar que o trabalho de campo realizado baseou-se nas noções de antropologia hermenêutica de Geertz (op. cit., p. 85). Assim, adotei deste os conceitos de experiência próxima e experiência distante.

A experiência próxima, fala Geertz (op.cit., p.85), seria a própria visão de mundo dos informantes, como a operam e como interpretam o mundo a partir desta. Este seria o olhar de primeira mão somente acessado pelo pesquisador em segunda mão. Como pesquisadores, não somos os nativos, não fomos socializados no grupo estudado, assim os conteúdos simbólicos da visão de primeira mão não faz parte de nosso modo de ver o mundo, por isso Geertz (1989) afirma que o trabalho do antropólogo faz-se a partir da segunda mão: é uma interpretação do que os informantes nos informam.

Resumindo, os textos antropológicos são eles mesmos interpretações e, na verdade, de segunda e terceira mão. (Por definição, somente um “nativo” faz interpretação de primeira mão: é a *sua cultura*.) Trata-se portanto de ficções; ficções no sentido que são algo construído, algo moldado – o sentido geral de *fictio* - não que sejam falsas, não atuais, ou apenas experimentos de pensamento. (op. cit., p.25)

Já a experiência distante corresponde às interpretações e análises (construção) realizadas pelo pesquisador. Melhor dizendo, é o produto teórico da interpretação e investigação de campo. Portanto, o trabalho de campo, segundo Geertz (1997), deve conciliar a experiência próxima e a experiência distante, não se limitando “às miudezas vernaculares”, nem à “generalidade das fórmulas”.

Foi imbuído destas noções interpretativas, que mesclei análises, narrativas e descrições no intuito de equilibrar-me na construção desta interpretação sobre os *comerciantes de rua*. Com isso, busquei nas observações do *comércio de rua* fontes de experiência próxima em entrevistas, diálogos e convivência cotidiana; e nas reflexões teórico-metodológicas de autores como Geertz, Marx, Weber, Florence Weber, Polanyi, Durkheim e Mauss as fontes de interpretação calcadas no distanciamento.

1.2.1. A experiência próxima no comércio de rua

Um conceito de experiência próxima é mais ou menos aquele que alguém – um paciente, um sujeito, em nosso caso um informante – usaria naturalmente e sem esforço para definir aquilo que seus semelhantes vêem [...] (GEERTZ, 1997, p.87)

A etapa mais delicada e complexa da pesquisa sociológica está na busca e na escolha de canais que informem noções de experiência próxima (informantes). Vejamos como me inseri no campo do *comércio de rua* e as dificuldades enfrentadas.

Minhas primeiras investigações sobre o *comércio de rua* iniciaram-se em disciplinas da graduação em Ciências Sociais (Metodologia das Ciências Sociais e Sociologia Urbana) e estas foram baseadas na observação direta e na descrição. A partir destes primeiros contatos com o cotidiano, que é experiência próxima, percebi uma das questões que me levaram a pesquisar este campo: noções organizativas locais (espaciais inicialmente, depois com as entrevistas e convivência constatei também organizações sociais), que foram se revelando como fenômeno sócio-simbólico ao longo da pesquisa de campo (já inserido no mestrado em Ciências Sociais).

A primeira interpretação que elaborei foi a de que o chamado caos urbano, pretensamente vinculado à *rede de comércio dos camelôs*, não se apresentou como uma verdade absoluta, pois mesmo com a simples observação direta e sem entrevistas, fui percebendo que havia uma lógica organizacional, a qual chamei de departamentalização das ruas, travessas e praças (loja de departamento a céu aberto).

Depois das descrições diretas das ruas, ainda com poucos diálogos e aproximações com os atores sociais, também percebi que os espaços de passagem (não-lugares) das ruas pareciam transmutarem-se em lugares de vivência social, em que pessoas trabalhavam, conversavam, estabeleciam relações sociais e produziam um sistema econômico diferenciado (isto durante o ano de 2005).

Em março de 2006, como professor substituto de Sociologia na UFMA, fiz visitas ao *comércio de rua* - mais especificamente na Avenida Magalhães de Almeida - com uma turma de Sociologia do curso de Letras. O objetivo era retirar os alunos de sala de aula para exercitar o trabalho de campo e observação. Nesta visita, encontramos na Magalhães um indivíduo “muito falador”, que logo se identificou como presidente (Barrão) da associação do comércio informal, denominado oficialmente como Centro de Integração Sindical.

O contato inicial com uma instituição representativa dos *camelôs* deu-se na própria rua, mais precisamente na Magalhães de Almeida. Neste dia, Barrão forneceu-me seu telefone e ainda afirmou: “ah professor, mais fácil me achar é na rua”. Após este encontro, o presidente da associação convidou-me para uma reunião com representantes da Prefeitura Municipal, Banco do Brasil e camelôs, a qual foi uma oportunidade de ampliação de minhas fontes de experiência próxima.

1.2.2. Reuniões, lideranças e informantes

Cheguei por volta das dezoito horas no final da Rua Grande, nas proximidades do Largo do Carmo, local definido como ponto de concentração dos *camelôs* para ida à reunião. De longe, percebi que havia cerca de cem *camelôs*. Em meio àquela multidão, surgiam rodas de discussões sobre o assunto da reunião: implantação do Centro de Comércio Informal da Magalhães de Almeida.

Percebi que os *comerciantes de rua* estranharam minha presença, o que levou alguns a me perguntarem muitos me perguntaram: “nunca te vi, tu és de que rua?” Respondi que era pesquisador da Universidade e que estava ali para realizar um estudo.

Participar desta situação de mobilização dos *camelôs* foi bastante produtivo, pois ganhei visibilidade para começar o trabalho de entrevistas e observação. Além é claro, de poder visualizar alguns vínculos de conhecimento mútuo entre os próprios *camelôs*. Percebi que grande parte se conhece pelo nome, ou pela rua: você é da Godofredo, você é da rua de Santa Rita, e assim por diante. Constatei também, que mesmo o Projeto do C.C.I. tendo como foco a Magalhães de Almeida, muitos *comerciantes de rua* das travessas iniciais da Rua Grande estiveram presentes para prestar apoio à mobilização.

Passada uma hora já havia mais de cem *camelôs* concentrados no Largo do Carmo, esperando a hora de ir para o auditório da SEMPLAN. Às dezenove horas, os *camelôs* dirigiram-se em passeata ao local da reunião, onde ocorreram acalorados debates entre representantes da Prefeitura, do Banco do Brasil e dos *camelôs*. Nesta, fiquei de pé no fundo do auditório, observando os debates e tentando fazer uma pré-seleção de possíveis informantes – levei em conta os que mais se manifestavam, a favor ou contra o projeto. Após a reunião, aproximei-me de alguns que mais haviam falado, e de outros que estavam ao meu lado e tentei estabelecer o contato.

Esta estratégia de aproximação, participar de uma reunião da categoria, foi bem produtiva, pois consegui estabelecer meus primeiros canais de experiência próxima. Uma proposta metodológica para o pesquisador se aproximar, reconhecer as lideranças, estabelecer contatos com informantes e compreender algumas representações de categorias coletivas de trabalhadores é, a meu ver, a participação em algumas reuniões coletivas. Nestas, o cientista social pode ter acesso a vários informantes através da observação, para depois estabelecer relações através de um contato dialógico.

É importante referenciar que as reuniões são momentos sociais em que o pesquisador apresenta-se, mostra-se e expõe-se, fato que abre canais de informação e de aceitação no grupo. Nestes momentos sociais, a categoria de trabalhadores discute sua própria forma de trabalhar, revelando impasses, problemas; deste modo, também se expõem.

Desta reunião pude estabelecer diálogo com cinco informantes, que dias após me receberam em suas barracas para as primeiras entrevistas e observações. Deste modo, passei da observação distanciada e sem diálogo, para uma mais próxima (na barraca) e calcada nas entrevistas e nos diálogos. Destes cinco informantes, três tinham bancas localizadas na Avenida Magalhães de Almeida e dois na Travessa do Cine-Passeio. À proporção que me aproximei destes, foram me indicando para outros *comerciantes de rua*, daí fui ampliando minha rede de informantes.

Antônio e José, os dois da Travessa do Passeio, concederam-me entrevistas e ensinaram-me várias lógicas organizacionais e funcionamentos locais, além de me indicarem para o Presidente do Sindicato dos Vendedores Ambulantes de São Luís. Este também foi de grandiosa importância para a viabilização do trabalho de campo.

Ribinha, como é conhecido o presidente do sindicato, é *comerciante de rua* consertador de relógios (na sua barraca diz: “consertador de relógios número 1”) da Praça Deodoro, e foi neste local meu primeiro contato com ele. Inicialmente, Ribinha ficou desconfiado, mas depois de me identificar e levar algumas documentações (declaração do Mestrado em Ciências Sociais da Universidade Federal do Maranhão), ele aceitou me receber. Dialogamos em muitas ocasiões, na barraca e também no sindicato, onde Ribinha me forneceu dados fundamentais para a produção de um perfil básico sobre os *comerciantes de rua* do Centro de São Luís.

A partir destes contatos, fui ampliando os canais de experiência próxima através de: visitas, observações, entrevistas, diálogos e estadias nas barracas. Acho importante enfatizar

que Antônio, José e Ribinha foram muito importantes, pois me indicaram para outros informantes, que por sua vez, me indicaram para outros e assim consegui ampliar meus canais de observação.

Em agosto de 2006, fui convidado por Ribinha a participar de uma reunião do Sindicato, para que eu fosse apresentado e expusesse os objetivos da minha pesquisa. Esta ocorreu no auditório do Sindicato dos Bancários, tendo como pauta a discussão de questões sobre a organização de um sistema de delegados sindicais por setores do Centro de São Luís.

Estes contatos facilitaram o trânsito no grupo e o mapeamento das lideranças no *comércio de rua*: Ribinha presidente do Sindicato; e Barrão presidente da Associação.

Assim, o estar na rua foi pressuposto para encontrar as lideranças e respectivas instituições associativas que, de certo modo, abriram canais de acesso via reuniões, pois estas foram fundamentais para que eu encontrasse informantes e para os *comerciantes de rua* me verem.

Por fim, são os informantes os principais canais de acesso para entender a vida cotidiana, pois são estes que no calor da hora (*debaixo do cheiro de plástico queimado*) dialogam sobre o dia a dia e o vivem, sendo este visualizado pelo pesquisador quando tem acesso ao campo. Para resguardar o sigilo da fonte adotei nomes fictícios aos meus informantes, vejamos abaixo a lista.

Tabela 1 - Lista de informantes

1	FICTÍCIO	DESCRIÇÃO
2	SOUZA	Vendedor de bolsas
3	GOMES	Vendedor de roupas
4	JOSEFINA	Vendedora de roupas
5	NANCI	Vendedora de bolsas
6	GABRIELA	Vendedora de bolsas
7	FÁTIMA	Churrasqueira
8	MANOLO	Consertador de vídeo
9	CHARLES	Consertador de vídeo
10	DILSON	Vendedor de miudezas
11	ANDRÉ	Vendedor de mídias
12	MIRIAM	Vendedora de confecções
13	BATISTA	Vendedor de eletrônicos
14	BALTAZAR	Vendedor de bolsas
15	CÂNDIDA	Vendedora de confecções
16	RIVELINO	Vendedor e consertador de acessórios de relógio, cintos e óculos
17	MARCOS	Vendedor de mídias

18	TIMOTÉO	Vendedor de miudezas
19	KARINA	Vendedora ambulante de café
20	LISA	Vendedora de confecções
21	JOSÉ	Vendedor de mídias
22	ANTONIO	Consertador de tesouras e amolador de lâminas
23	RAIMUNDO	Consertador de relógios
24	JORGE	Vendedor de cintos, bolsas, artigos de couro
25	JOSELITO	Carregador
26	ANTONIA	Vendedora de confecções
27	RAIMUNDA	Vendedora de mídias
28	LUÍS	Vendedor de acessórios e consertador de relógios
29	ANDREA	Vendedora de roupas
30	TANIA	Vendedora de roupas
31	MARTINS	Vendedor de eletrônicos
32	PAULO	Vendedor de eletrônicos
33	FAIZANO	Carregador
34	DAVI	Carregador
35	MATIAS	Vendedor de acessórios de relógios
36	GINA	Vendedora de confecções
37	CHICA	Churrasqueira
38	JULIO	Vendedor de eletrônicos
39	GILBERTO	Vendedor de miudezas

1.2.3. As entrevistas

Após o estabelecimento dos primeiros contatos, da conquista da confiança dos informantes iniciei as entrevistas. Desta forma, fiz uso de entrevistas dirigidas e entrevistas não-diretivas. As entrevistas dirigidas partiram de um questionário com quatorze perguntas preestabelecidas (ANEXO C). Já as entrevistas não-diretivas funcionavam da seguinte maneira: eu lançava uma questão e deixava os entrevistados falarem livremente.

Na etapa dirigida, tentei realizar as entrevistas conforme roteiro preestabelecido. Porém, percebi que havia a necessidade de deixar os *comerciantes de rua* falarem de forma mais livre e espontânea, daí adotei também o uso das entrevistas não-diretivas.

Como os *camelôs* são desconfiados – veremos as razões no próximo item - não pude utilizar gravadores; somente fiz uso de cadernos de anotações com as devidas precauções, pois mesmo este deve ser usado com cautela. Geralmente, antes das entrevistas, eu passava alguns dias conversando e observando nas barracas dos *comerciantes de rua*. Daí estabelecia um vínculo de confiança.

Na Rua da Mangueira, passei cerca de cinco dias somente sentado, observando o movimento e me familiarizando com os *camelôs*, para que então pudesse pegar meu caderno de anotações na frente deles. Sobre isto, Baltazar chamou-me atenção:

Cosme, aqui é como índio, o cara não pode chegar logo querendo saber tudo e anotar tudo. A coisa é delicada, tem que ser com o tempo, senão escabreia logo. Temos que saber que pesquisa é essa. (16/10/2006)

Deste modo, há precauções necessárias no processo de pesquisa de campo no *comércio de rua*, dentre as quais saber a hora de usar o caderno de anotações. Sem estabelecer relações de convívio e sem esclarecer os objetivos da pesquisa, torna-se um grande problema utilizar o caderno de anotações e/ou gravadores. Observemos a fala de Baltazar “aqui é como índio, o cara não pode chegar logo querendo saber tudo, anotar tudo”; que mostra muito bem que o pesquisador deve sintonizar-se com o tempo de campo.

Chamo *tempo de campo* as várias etapas pelas quais o pesquisador passa para acessar o conhecimento local, no meu caso: 1) a observação direta sem diálogo com informantes; 2) o estabelecimento de contatos via reuniões e trânsito no *comércio de rua*; 3) o diálogo com os *camelôs* e a estadia nas barracas para observação do cotidiano; 4) as entrevistas e o uso dos cadernos.

Para solucionar o problema das anotações, adotei a seguinte estratégia: ao me afastar do *comércio de rua*, sentava em algum lugar e fazia minhas anotações diárias. O grande problema era anotar em frente ao informante ainda nos primeiros contatos.

Assim, as entrevistas que realizei no *comércio de rua* iniciavam-se com um roteiro de questões preestabelecidas, passando em seguida etapa era composta pelas técnicas da entrevista não-diretiva (ou livre). Esta segunda parte era o momento em que eu mesmo era entrevistado pelos *comerciantes de rua*. Perguntavam minha idade, o que era sociologia, para onde ia a pesquisa, se ganhava dinheiro, se eu era rico e porque se importar com os *camelôs*.

Na etapa não-diretiva, os *camelôs* discutiam sobre política local, times de futebol, histórias locais, amizades feitas no *comércio de rua*, sobre suas vidas antes de serem *camelôs*, problemas enfrentados diariamente e sobre a satisfação com seu trabalho e vida religiosa. Posso afirmar, que a etapa não-diretiva, às vezes, era a mais cansativa, pois foi o espaço dos *antropological blues* (DA MATTA, 1985), mas ao mesmo tempo foi a mais rica, pois os informantes revelavam espontaneamente dados importantes sobre o cotidiano, dados não

açambarcados pela parte dirigida. Como exemplo: os laços de confiabilidade, o poder do vínculo interno e as explicações sobre alguns círculos de troca interna.

1.2.4. Dificuldades e estratégias de superação: “mas para que serve esta tua sociologia?”

Descrevi até aqui a realização do trabalho de campo e das entrevistas; agora enfocarei algumas dificuldades enfrentadas no campo de pesquisa, principalmente, no que tange ao diálogo com os *comerciantes de rua*.

A primeira questão refere-se ao próprio título deste tópico *mas para que serve esta tua sociologia?*. Desta forma, Tânia abordou-me e perguntou em uma das minhas visitas à sua barraca. A meu ver, explicar para que servia a sociologia foi uma das maiores dificuldades que enfrentei no campo, pois tentava explicar que este trabalho era para estudar como funcionava o *comércio de rua* a partir do cotidiano dos *camelôs*. Mas, mesmo com essa explicação, muitos informantes continuavam a questionar: “e quanto dinheiro tu ganha com isso? Tu vai ficar rico com este trabalho?”

Nestas situações, buscava responder a eles que o trabalho sociológico poderia servir para que os gestores públicos fossem melhor informados sobre as questões que afetam o comércio de rua e que por meio dessas informações pudessem elaborar políticas públicas mais adequadas. Explanei, que o trabalho de pesquisa divulgaria, além disso, como os *comerciantes de rua* trabalham na cidade de São Luís. Tentei não prometer coisas, pois como não-estabelecido em uma IES ou Instituição de Pesquisa, e consciente da falta de reconhecimento da pesquisa no Maranhão, não tinha como gerar grandes expectativas, até porque o trabalho de pesquisa em sociologia não é necessariamente um produto de mercado, em muitos casos até contraria tal lógica.

Apesar disso, alguns informantes como Andréa e Gomes valorizaram meu trabalho de pesquisa, inclusive afirmando que: “eram pessoas estudiosas que deveriam administrar as cidades, tipo tu Cosme” (13/10/2006). Deparei-me também com alguns *camelôs* que odiavam o termo pesquisa, mais à frente entenderemos o porquê.

A questão da importância da pesquisa foi algo que serviu para uma reflexão que convergia a um incômodo (BOURDIEU, 1983) pessoal. Como eu poderia falar da importância da pesquisa não sendo um estabelecido? Como pensar na importância da pesquisa em um Estado em que as Instituições de Ensino Superior possuem pouca cultura em pesquisa e restritas estruturas que possibilitem a continuidade de projetos de pesquisa e

profissionais? Como responder à questão: *mas Cosme, tu vive de quê, disso aí?* Estas questões acabaram incomodando, pois no campo, apesar de estar exercendo o papel do pesquisador social, não poderia esquecer do precário lugar que a pesquisa tem no Estado do Maranhão. Alguns *comerciantes de rua* chegaram a perguntar-me: *mas, se tu nem é empregado, como tu quer falar dos camelôs?* Alguns perceberam que o trabalho ali realizado era de caráter acadêmico (para a Universidade), não um ofício financeiramente remunerado, algo que foi de difícil compreensão para os *camelôs*.

Feita esta explanação sobre o papel da pesquisa, adentro agora na questão fundamental de um trabalho sociológico: a superação de preconceitos, tanto por parte do pesquisador, quanto dos atores sociais. Grande parte dos *comerciantes de rua*, ao me verem perguntando coisas, observando e tentando me aproximar, pensavam que eu era repórter, fiscal da prefeitura, agente sindical ou ainda da polícia.

Deste modo, em alguns casos tive que mostrar declarações da Universidade para comprovar quem eu era. Uma situação marcante destas foi quando visitei a barraca de Jorge, dois dias após a reunião de abril que teve como tema o Projeto do Centro de Comércio **Informal (C.C.I.)**⁹. Este me reconheceu e logo perguntou o seguinte: - *Vem aqui, que tu queres com os camelôs? Parece espião.* Esta situação foi uma das mais difíceis que enfrentei, pois este *camelô* era muito desconfiado. Tive então que primeiramente ser entrevistado e em seguida mostrar meus documentos da Universidade. Apesar deste evento, Jorge concedeu-me, dias depois, duas entrevistas.

Em outras visitas não tive a mesma sorte, alguns *camelôs* simplesmente nem deixavam eu falar e diziam categoricamente: *não gosto desse negócio de pesquisa, isto não serve para nada.*

Acima citei as principais muralhas para acessar o conhecimento local e observação próxima do cotidiano no *comércio de rua*. Mesmo com tais dificuldades estabeleci vínculos com alguns *comerciantes de rua*, que me ajudaram, como informantes, a compreender (visão de segunda via) os porquês destas pré-noções que revelavam extrema desconfiança do *comerciante de rua* em relação aos pesquisadores.

⁹ Projeto iniciado no início de 2006 produto de parcerias entre a Prefeitura Municipal de São Luís, Banco do Brasil e comerciantes de rua de São Luís. O foco do projeto é o remanejamento dos camelôs da Avenida Magalhães de Almeida para um espaço padronizado no fim da mesma Avenida. Este apesar de alvo de divergências entre os camelôs e Prefeitura de São Luís (SEMTHURB), está a previsto para ser concluído entre Fevereiro e Março de 2007.

Vejamos o seguinte depoimento de Mirian:

Ah Cosme, é porque são desconfiados com o povo da Prefeitura, sabe né? Já teve caso que chegaram aí dizendo que eram da UFMA, na hora era da televisão. Aí o pior é que ainda falaram mal dos camelôs. (16/10/2006)

Outros informantes enfatizaram a prática acima relatada e complementaram com outros casos:

Uma vez veio uma menina aí, disse que era do jornal, veio até com câmera e tudo. Mas, ela disse que não ia gravar. Aí, conversei numa boa com ela, mas depois apareceu foi na televisão. Fiquei muito chateado, todo mundo aqui ficou chateado, ela não foi sacana? (DILSON, 14/06/2006)

Ancorados nestes casos, emerge uma das mais fortes pré-noções existentes entre os *comerciantes de rua*: o repórter. Há também, os casos em que fui confundido com fiscais da Prefeitura, porém estes foram mais raros, pois os *camelôs* sabem que os fiscais andam fardados, mas como disse Baltazar: “é melhor prevenir, tem que conhecer, não pode é chegar aqui perguntando sem sabermos o que é” (04/10/2006).

Martins falou sobre estas situações geradas pelos supostos pesquisadores: “estes tipos de situações é que atrapalham as pessoas sérias, que querem fazer um trabalho nos camelôs, as pessoas que querem pesquisar”(04/10/2006)

Para evitar tais inconvenientes, apresentava-me e falava sobre a pesquisa, em casos extremos mostrei minha declaração da Universidade. Assim Júlio me aconselhou:

Realmente, o povo fica desconfiado, fica cabreiro, porque pensa que é algo que vai prejudicar. Até porque tem esses projetos da prefeitura, e só Deus sabe no que vai dar. Todos têm medo de mudanças. Mas é tipo tu fez aqui, chega te apresentando, conversa direitinho sobre o que tu está fazendo, aí te recebem legal, mas tu sabes, tem gente que já vem trabalhar zangado, aí esse povo é complicado. (07/10/2006)

É importante destacar que as pré-noções do *camelô* estão arraigadas em casos em que supostos “pesquisadores” não levaram em conta as regras locais de aproximação (o tempo de campo), pois estas são lentas e amadurecem através do convívio no *comércio de rua*. Assim, repórteres chegavam filmando, gravando, sem pedirem licença e sem esclarecer para que serviria o material coletado¹⁰. Daí, alguns *camelôs* imaginarem que a pesquisa seria uma

¹⁰ Coincidentemente, no período do segundo turno das eleições, presenciei a atuação de alguns repórteres na Avenida Magalhães de Almeida. Neste dia, eu estava na barraca de Andréa e Tânia.

reportagem realizada pelos profissionais da imprensa local, fato que se tornou um verdadeiro obstáculo.

Os *comerciantes de rua* que se tornaram informantes, disseram-me que entenderam que eu não era nem repórter, nem fiscal e muito menos policial, pois minha prática destoava da de tais agentes, que chegavam abruptamente querendo que aqueles respondessem perguntas sem mesmo saber para que serviria o interrogatório. Assim, Gomes e Andréa disseram-me que ficavam só me olhando, e se interrogando: o que esse rapaz faz aí? Disseram que perceberam que não se tratava de nenhuma das categorias acima, mas sim que talvez eu realmente fosse um pesquisador.

O estar no local, observar, apresentar-se, esclarecer os objetivos da pesquisa e ter a sensibilidade de perceber os momentos de acesso ao campo, foram âncoras elementares para conseguir estabelecer vínculos com os informantes, e assim abrir canais de experiência próxima. Além do fato de ficar nas bancas com os *comerciantes de rua*, houve um caso muito interessante na Avenida Magalhães de Almeida.

Na minha primeira visita à Avenida Magalhães de Almeida, cheguei com muita cautela, pois os *camelôs* desta área são muito desconfiados em função do projeto do C.C.I.. Cheguei às sete horas da manhã e fiquei sentado na calçada observando de longe. Cerca de vinte minutos depois, apareceu uma vendedora de café (Karina) que já me conhecia de visitas que havia feito nas ruas Godofredo Viana e Santa Rita. Do meio da rua, ela grita: *como vai meu amigo pesquisador, quer um cafezinho?* Recebi o café e os *comerciantes de rua* próximos começaram a me olhar com outros olhos. Desta ocasião, acabei estabelecendo contato com dona Raimunda. Esta me indicou a Martins, que me acolheu e me reconheceu da reunião do sindicato na qual fui apresentado. Passei dias na barraca de Martins, e daí conheci dona Josefina, Souza, Gomes.

Quando vivenciei este acontecimento, lembrei-me do texto de Geertz (1989) sobre as brigas de galo, em que este relata ter saído correndo da polícia junto com os atores sociais, e após isto estes começaram a olhá-lo com outros olhos. De certo modo, passei por uma situação semelhante, em que um ato aparentemente simples (ser reconhecido pela cafeteira), abriu portas de acesso à aceitação.

Um outro caso interessante, foi um dia que cheguei no início da Magalhães de Almeida e fui reconhecido por Gomes (que ainda não era meu informante) da reunião do sindicato em que Ribinha me apresentara aos *camelôs*. Após Gomes ter me reconhecido, os

comerciantes de rua próximos (dona Andréa, Paulo e dona Tânia) me acolheram e me ajudaram a compreender o cotidiano no *comércio de rua*.

* * *

Feita a apresentação dos aspectos teórico-metodológicos, podemos adentrar nas análises específicas do funcionamento cotidiano do comércio de rua no Centro da cidade de São Luís. Desta maneira, no capítulo dois apresentei um perfil estatístico dos camelôs e análises sobre divisão do trabalho e organização sócio-espacial do comércio de rua na rede urbana do Centro.

No terceiro capítulo, descrevi o funcionamento diário do comércio de rua explicitado nas dinâmicas locais observadas e depoimentos dos informantes. Destaquei neste, uma visão interna do caso do comércio de rua ludovicense, assim referenciando as ferramentas de trabalho do camelô, os processos de montagem e desmonte das barracas, o fluxo de circulação de comerciantes de ruas, transeuntes e clientes; os ciclos de aumento e diminuição de venda durante o dia, mês e ano; formas de abastecimento, custos e circulação de mercadorias.

Na quarta seção analisei os processos de troca no comércio de rua e suas características, comparando-o com nuances da economia de bazar discutida por Geertz, destacando os aspectos sociais da relação de troca: valor de vínculo, reciprocidade, compartilhamento, clientelização e barganha.

2 A DIVISÃO DO TRABALHO: loja de departamento a céu aberto

Início este capítulo apresentando o perfil do *comerciante de rua* elaborado a partir de dados coletados no Sindicato dos Vendedores Ambulantes de São Luís. Nesse perfil fiz alguns apontamentos sobre escolaridade, local de moradia, local de nascimento (naturalidade) e tempo de serviço. Este serviu como ferramenta auxiliar para identificar quem seriam os *camelôs*. Em seguida dissertei acerca da organização espacial e divisão social do trabalho no *comércio de rua*. Destarte, apresentei dados quantitativos para auxiliar o entendimento de quem são os *camelôs* de São Luís; descrições e mapas da organização sócio-espacial para visualizarmos a situação do *comércio de rua* na rede urbana do Centro.

2.1. O perfil do comerciante de rua do centro de São Luis.

Antes de adentrarmos à organização espacial do *comércio de rua* no centro de São Luís, considero importante fornecer alguns dados quantitativos que possam explicitar algumas características básicas – aproximadas- dos *comerciantes de rua*. Para tanto construí um perfil estatístico que teve como base de dados os registros do Sindicato dos Vendedores Ambulantes de São Luís. Além destes dados específicos, acessei dados gerais da Prefeitura Municipal de São Luís¹¹.

O Sindicato dos Camelôs possui cerca de trezentos sindicalizados (dados referentes ao ano de 2006) dos quais cento e dezessete (45 mulheres e 72 homens) têm como local de trabalho a *rede urbana* do Centro de São Luís. A base de dados do Sindicato abrange outras localidades da aglomeração urbana de São Luís onde há *camelôs* trabalhando como COHAB, Anil, COHATRAC, São Francisco e Maiobão, por isso tive que fazer uma filtragem dos dados, de forma a tratar somente dos comerciantes do centro da cidade, que são o objeto dessa investigação¹².

Tentei conseguir dados mais detalhados da Secretaria Municipal de Transporte, Habitação e Urbanismo (SEMTHURB), que possui um cadastro com informações dos comerciantes de rua, bem como da Associação (Centro de Integração Sindical). Porém não

¹¹ Em São Luís o chamado trabalho informal representa, segundo dados da SEMTHURB, cerca de dois terços da população economicamente ativa do município, em termos absolutos isso corresponde a algo em torno de **265 mil postos de trabalho**. (<http://www.cci.saoluis.ma.gov.br/apresentacao.html>)

¹² Segundo dados da Prefeitura de São Luis existem cerca de 1.000 pessoas trabalhando no comércio de rua do centro da cidade (<http://www.cci.saoluis.ma.gov.br/apresentacao.html>), destarte, a amostra analisada (117) corresponde a 11,7 % do número total de comerciantes de rua do centro de São Luis.

obtive sucesso, pois as pessoas responsáveis por essas informações não se dispuseram a cedê-las.

Destarte, o perfil que construí foi uma ferramenta de interpretação que possibilitou a observação de algumas características que confirmei no trabalho de campo, como os principais locais de naturalidade e de moradia dos comerciantes; e aperfeiçoou algumas observações como as características diferenciais de mulheres e homens envolvidos no comércio de rua. Além disso, depois de tabulados os dados percebi que o Sindicato dos Ambulantes possui sua base de sindicalizados principalmente nos setores Deodoro, Cine-Passeio e Rua de Santaninha. Fato que confirma o relato de alguns informantes que o referenciavam o “Sindicato como da Praça Deodoro”. Vejamos o perfil.

As informações coligidas a partir dos dados pesquisados referem-se a cinco tipos de características dos comerciantes de rua: local de moradia, local de nascimento (naturalidade), faixa de idade, escolaridade e tempo de trabalho no comércio de rua. Para essas três últimas questões procedemos uma distinção, analisando os dados por gênero.

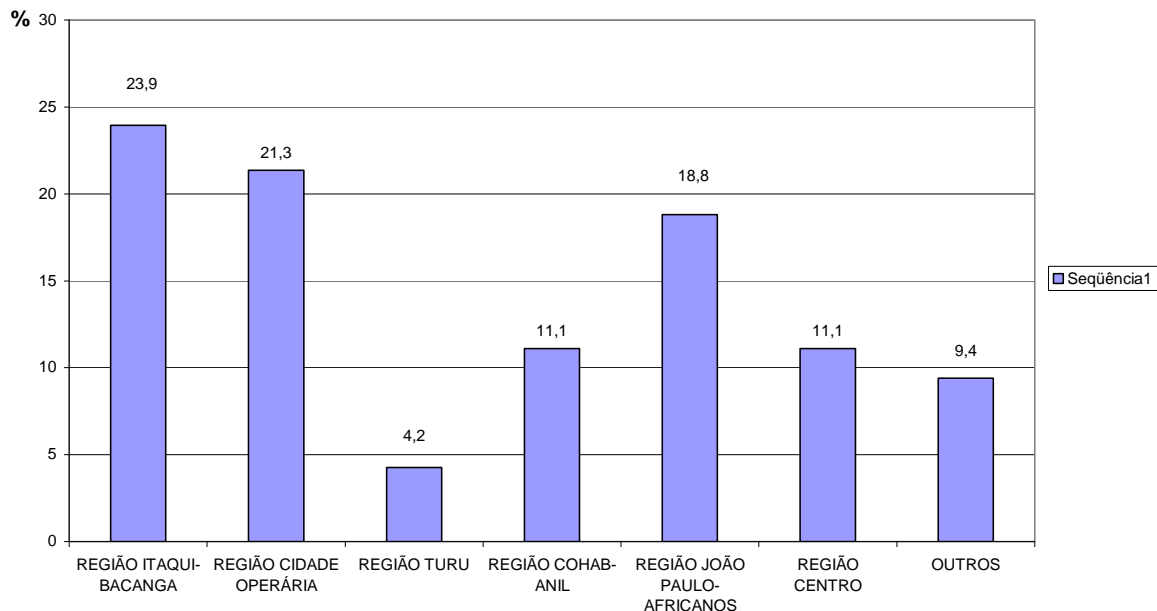
A partir das análises dos dados do Sindicato, verificamos que os *comerciantes de rua* têm como principais locais de moradia bairros populares da cidade, sendo a Região do Itaqui-Bacanga¹³ a área de maior concentração (23,93%). Também há destaque para a região da Cidade Operária (21,36%), seguida da região que denominamos João Paulo-Africanos¹⁴ (18,80%). Estas regiões agrupam bairros de classes populares, sendo grande parte produtos de ocupações de terrenos baldios que se tornam locais de moradia¹⁵.

¹³ Corresponde aos bairros da Vila Embratel, Mauro Fecury I, Mauro Fecury II, Anjo da Guarda, Vila Maranhão, Sá Viana.

¹⁴ Que envolve os bairros do Coroado, Redenção, Coroadinho, Sacavém, Areinha, Macaúba e Bairro de Fátima.

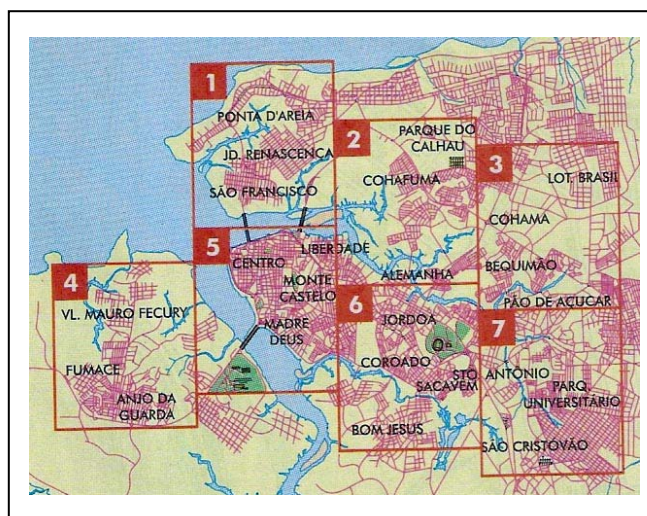
¹⁵ Alguns outros bairros representados na amostra são conjuntos habitacionais populares localizados na periferia, como é o caso da COHAB e da Cidade Operária. As Regiões Cohab-Anil e Turu são localidades da periferia, enquanto as localidades referentes ao Centro são bairros e cortiços populares como Madre de Deus, Lira, Belira, Areinha.

Gráfico 1 - Local de moradia dos comerciantes de rua



Observando o mapa abaixo dos bairros da ilha de São Luís, o leitor perceberá que os principais locais de moradia dos *camelôs* (região Itaqui-Bacanga, Cidade Operária, Turu, Cohab Anil, João Paulo e Coroado-Sacavem) encontram-se bastante afastados do centro da cidade, fato que implica em gastos com transportes e uma perda considerável de tempo para o descolamento diário. Além disso, mostram como os *comerciantes de rua* estão inseridos nos movimentos sazonais de populações na cidade de São Luís: da periferia para o centro econômico comercial.

Mapa 1 - Bairros do Município de São Luís com destaque para os principais locais de moradia dos comerciantes de rua

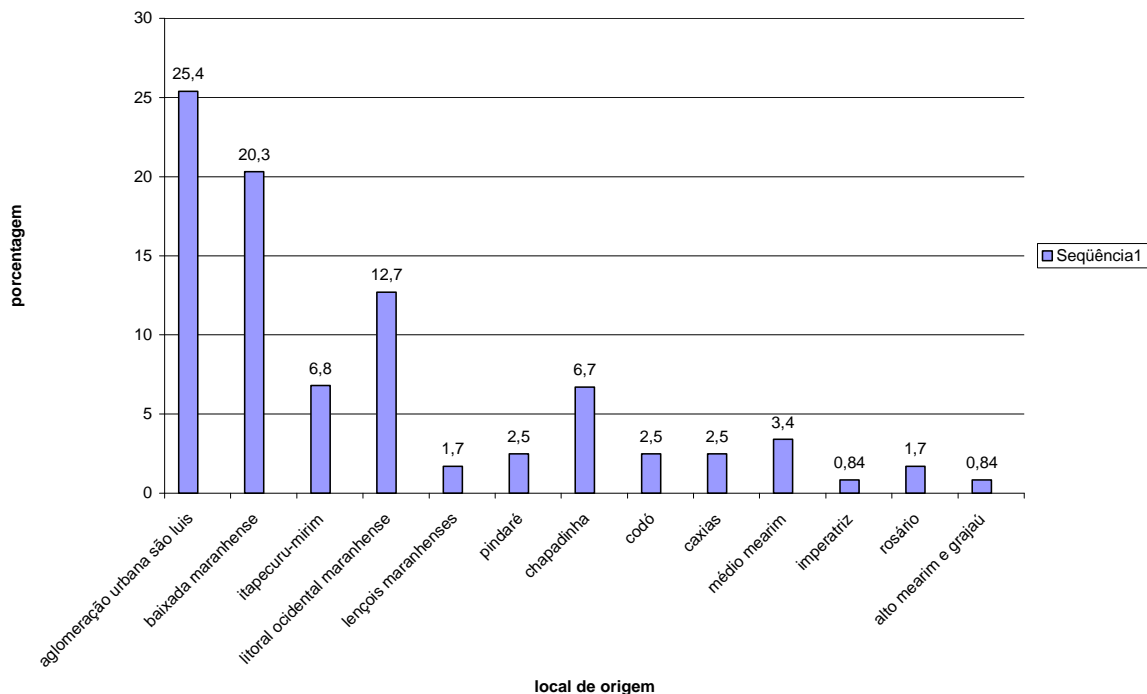


Fonte: Telelistas 2006-2007, p.9

Quanto ao local de nascimento (Gráfico 2), fiz o agrupamento adotando a classificação do IBGE das microrregiões homogêneas do Estado do Maranhão (ANEXO D). Sendo assim, os locais de origem de maior destaque são, respectivamente, a Aglomeração Urbana de São Luís (25,4%), a Baixada Maranhense (20,3%) e o Litoral Ocidental (12,7%). É importante visualizar que os dados apontem que 68,48% dos locais de origem dos *comerciantes de rua* correspondem a municípios do interior do Estado¹⁶.

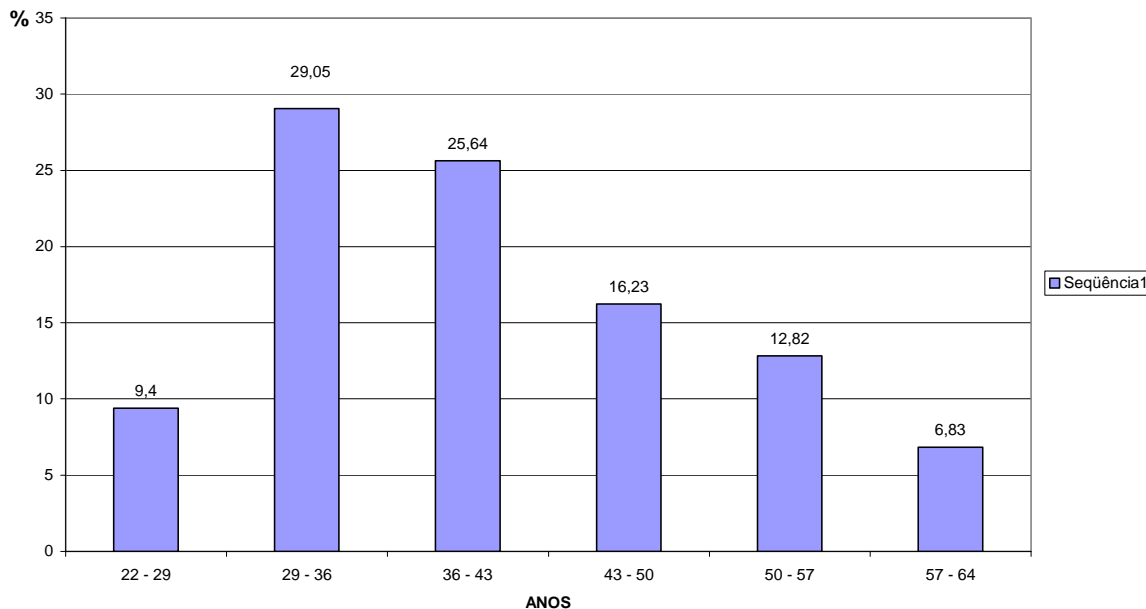
¹⁶ No conjunto da amostra apareceram dez *comerciantes de rua* que nasceram em outros estados, principalmente no estado do Ceará (quatro). Para o cálculo das percentagens acima apresentadas, que dizem respeito somente a municípios do estado do Maranhão, retiramos essas informações.

Gráfico 2 - Trabalhadores do comércio de rua segundo o local de nascimento.



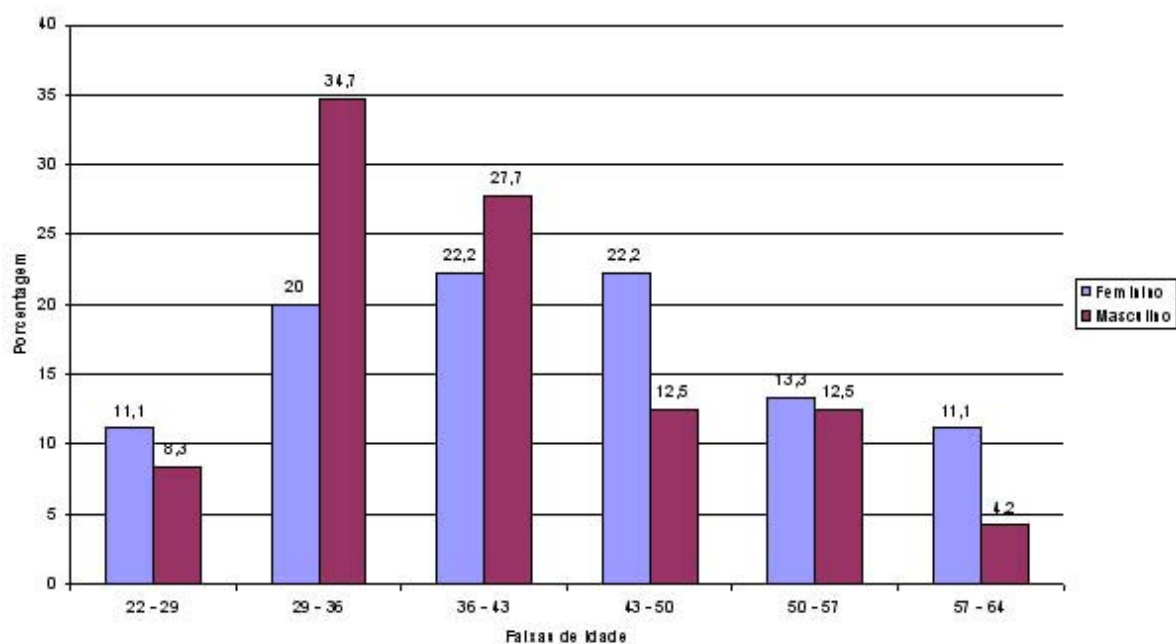
No que concerne a faixa etária dos homens e mulheres no *comércio de rua* observamos o predomínio de pessoas na faixa de 29 e 36 (29,05 %) e de 36 e 43 anos (25,64%). Mas é importante destacar que o somatório das faixas de idade subsequentes (43 a 50, 50 a 57 e 57 a 64 anos) equivale a 35,8% da amostragem por idades, o que demonstra a existência de um contingente bastante representativo de trabalhadores em idade avançada. Trabalhadores esses que, em alguns casos, deveriam estar se retirando do mercado de trabalho para gozar os benefícios da aposentadoria.

Gráfico 3 - Trabalhadores do *comércio de rua* segundo a faixa de idade.



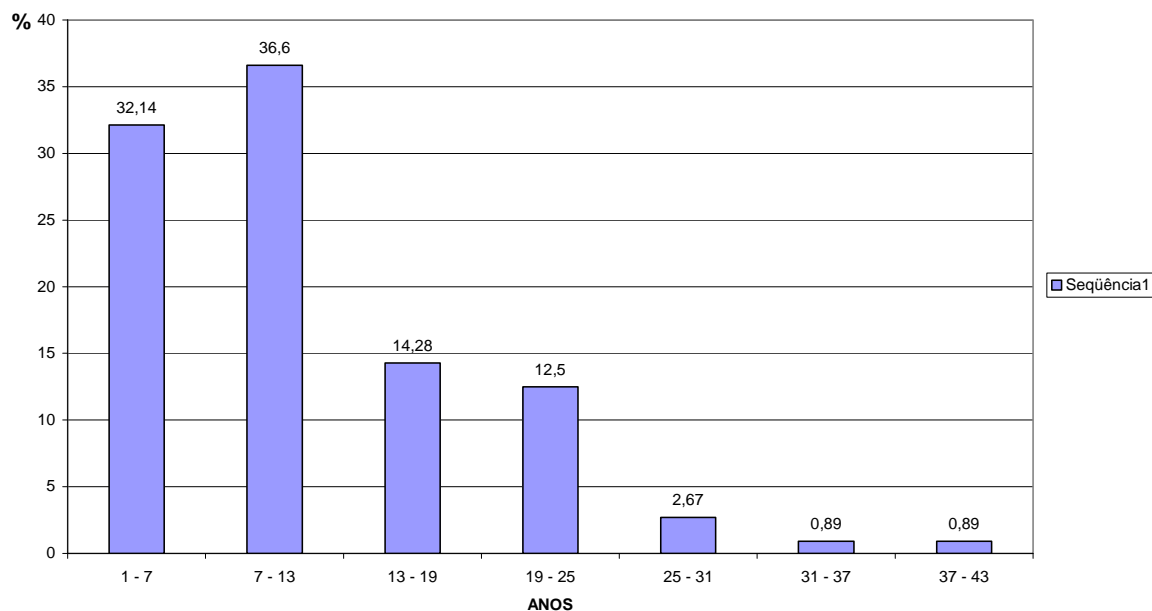
Analisando as idades separadas por sexo, verificamos algumas peculiaridades (**Gráfico 4**). Observa-se entre os homens que o número mais expressivo de *comerciantes de rua* encontra-se nas faixas de 29-36 e 36-43 anos, que, no conjunto perfaz um total de 62,4% dos indivíduos masculinos da amostra. No caso das mulheres há uma distribuição mais homogênea dos *comerciantes de rua* pelas faixas de idades de 29-35, 36-43 e 43-50 anos. Vale ressaltar ainda a maior importância, no caso feminino, das faixas de idade de 22-29 e 57-64 anos, ou seja, verifica-se que as mulheres entram mais cedo e saem mais tarde da atividade do *comércio de rua*.

Gráfico 4 - Comerciantes de rua por faixa de idade e sexo



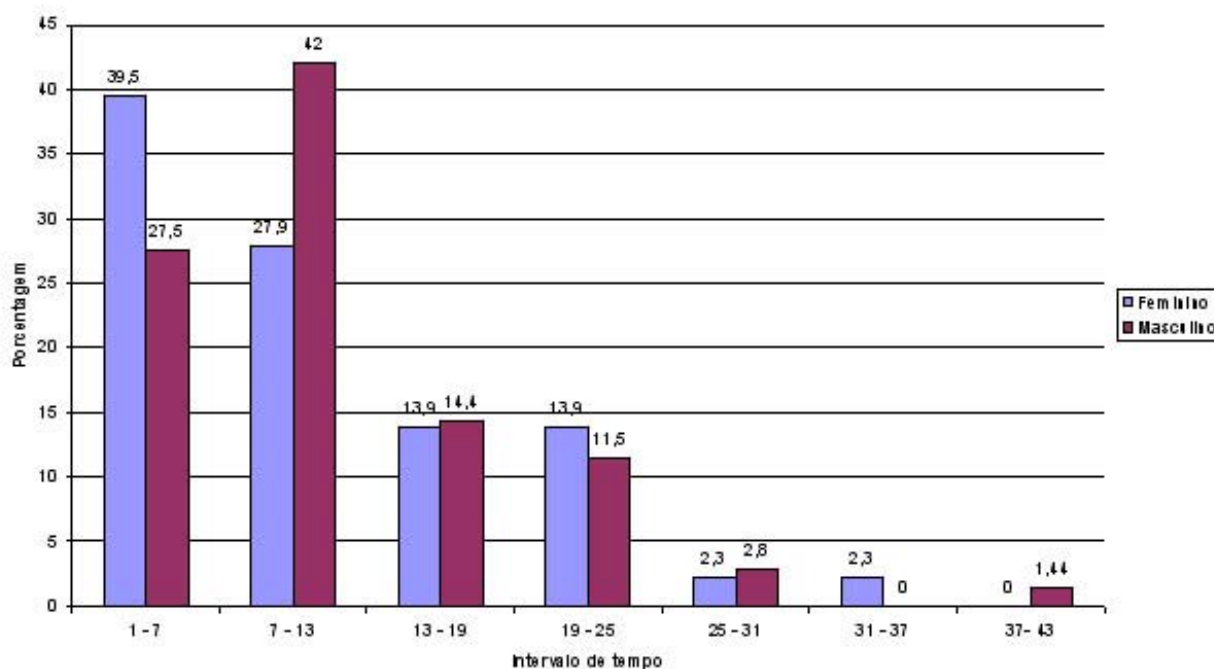
No que concerne ao tempo de serviço dos *comerciantes de rua* (Gráfico 5), encontramos o maior percentual de pessoas na faixa de 1-7 anos (32,14%), vindo em seguida a faixa de 7-13 (35,6%).

Gráfico 5 - Trabalhadores do comércio de rua segundo o tempo no serviço.



No que concerne aos dados por sexo (**Gráfico 6**), observa-se que a maior parte das mulheres concentra-se na faixa de tempo de serviço de 1-7 anos (39,53%), enquanto no caso dos homens a faixa mais importante é a de 7-13 anos o que indica que os comerciantes de rua do sexo masculino permanecem por mais tempo nessa atividade.

Gráfico 6 – Tempo de serviço dos comerciantes de rua segundo sexo



No que diz respeito ao nível de escolaridade (**Gráfico 7**) observamos que mais da metade dos comerciantes de rua possui os níveis de escolaridade fundamental completo (32,2%) e médio completo (31,3%). Este dado é bastante interessante, pois, quando o comparamos com o número de anos de estudo do conjunto dos trabalhadores do estado do Maranhão¹⁷, verificamos que estes, ao contrário dos comerciantes de rua, possuem um nível de escolaridade extremamente baixo, estando concentrados nos grupos de estudo “sem instrução e menos de 1 ano” (23%)¹⁸ e “de 1 a 3 e 4 a 7 anos” (67,7%)¹⁹, que corresponde, na classificação que adotamos para os *comerciantes de rua*, ao nível de escolaridade fundamental incompleto.

Esse contraste é importante, pois, como vimos pelos dados do gráfico acima praticamente não existem analfabetos entre os *camelôs*, cujo nível de escolaridade concentra-se nos níveis fundamental completo e médio completo, o que significa dizer que o trabalhador do comércio de rua possui um nível de qualificação formal bem superior ao do conjunto da

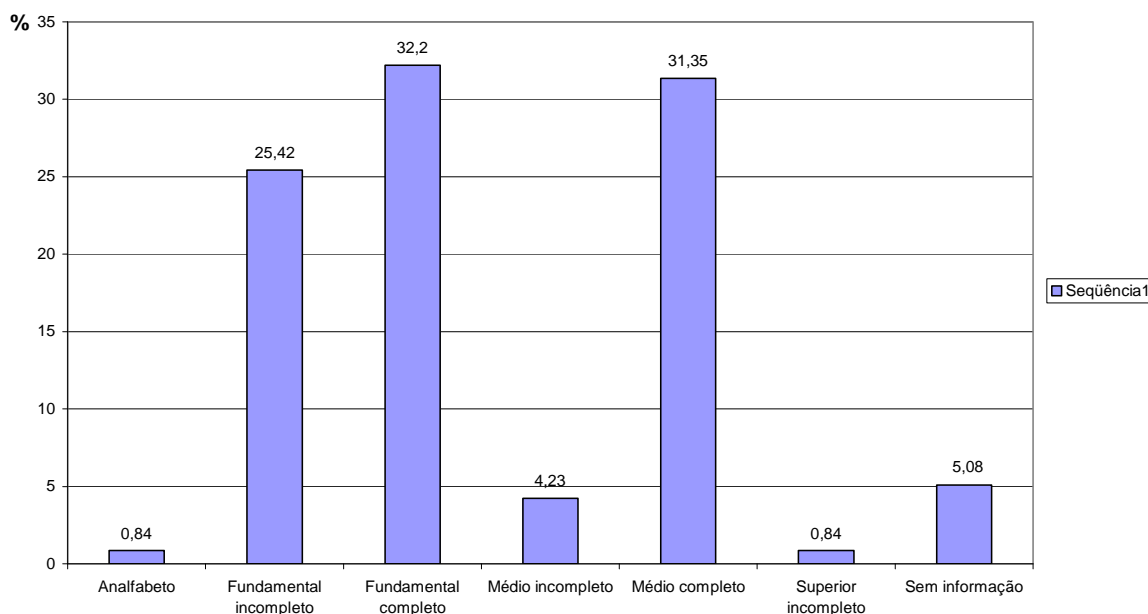
¹⁷ Cf. dados constantes na tabela 4.10 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2005 (IBGE, 2006).

¹⁸ Para um total de 2.852.853 trabalhadores de 10 anos ou mais de idade, 661.009 não possuíam instrução ou tinham apenas 1 ano de estudo.

¹⁹ Dos trabalhadores de 10 anos ou mais 585.508 possuíam de 1 a 3 anos de estudo e 685.105 de 4 a 7 anos de estudo.

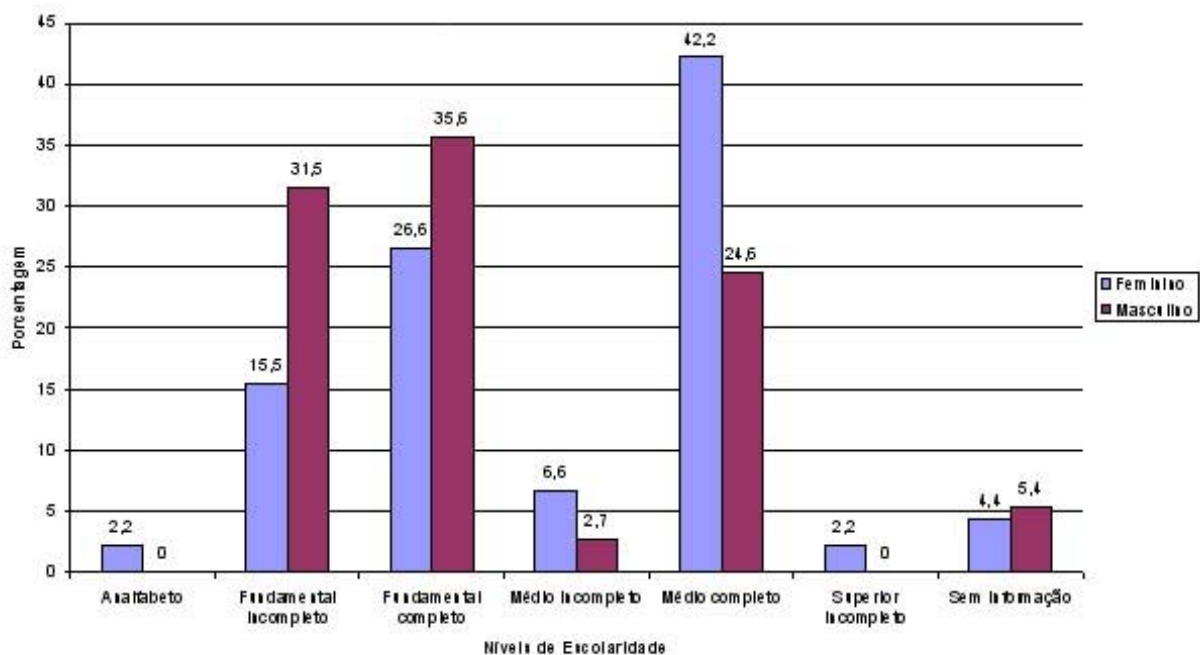
força de trabalho estadual. Falando em outras palavras, a manutenção da ocupação no comércio de rua do centro de São Luis exige habilidades que exigem um nível mínimo de escolaridade.

Gráfico 7 - Escolaridade dos comerciantes



Quando descemos a análise da escolaridade para os diferentes sexos (**Gráfico 8**) verificamos que no caso das mulheres o nível de instrução é ainda mais elevado, pois, 42,2% destas possuem o ensino médio completo, enquanto 2,2% possuem o nível superior, o que indica que elas compõem o segmento mais qualificado do comércio de rua.

Gráfico 8 - Escolaridade dos comerciantes de rua segundo o sexo



2.2. A céu aberto: as ruas, praças, travessas, avenidas, a loja

A partir do trabalho de catalogação e mapeamento sócio-espacial do *comércio de rua*, consegui dimensionar um processo de departamentalização das ruas, diretamente ligado ao fenômeno da divisão do trabalho. Construídos os mapas, descritas as ruas, praças e travessas, enfatizando os tipos de mercadorias e serviços predominantes, constatei a departamentalização como modelo organizacional do *comércio de rua*.

No meu projeto dissertativo, já havia discutido superficialmente este processo de organização local, porém somente com a observação de campo mais aprofundada é que pude dimensionar a rede econômica de interconexão imbricada de processos de divisão do trabalho e conseqüente apropriação e classificação sócio-espacial.

Chamo de departamentalização o processo de apropriação e classificação do espaço segundo organização diferenciada do trabalho, serviços e mercadorias em setores específicos e complementares. Deste modo, o leitor perceberá que está entrando em contato com uma grande loja de departamentos a céu aberto, em que cada setor (ruas, travessas, praças, avenidas) possui uma organização micro-centrada na semelhança e macro-centrada na dessemelhança, daí surge a ampla rede socioeconômica do *comércio de rua*.

Faço questão de definir o *comércio de rua* como loja de departamentos a céu aberto, pois este segue lógicas organizacionais muito próximas de uma loja tradicional de departamentos. Este fenômeno também demonstra que *comércio de rua* é regido por racionalidades econômicas, o que contraria os clássicos²⁰ pressupostos da discussão de economia informal, que definiria a rede comercial por mim estudada como setor residual, que indica pobreza, desorganização e atraso econômico. Como insisto desde o início desta dissertação, o *comércio de rua* não é um setor desorganizado, mas sim com lógicas e racionalidades organizacionais próprias, aproximando-se do que Geertz (1978) chamou de economia de bazar no Marrocos.

Mas o leitor poderia se questionar em que sentido estou usando a categoria organização. Para responder faço uso de Castells ao definir: “por organizações, entendo os sistemas específicos de meios voltados para a execução de objetivos específicos” (1999, p.209). Assim, a departamentalização por mim observada nos meandros do Centro de São Luís é tratada como uma organização: um sistema específico de meios organizados (ruas, trabalhadores, mercadorias, setores) para se alcançar determinados fins específicos (tornar possível o ganho econômico, a interação social, materializar os ânimos empreendedores etc.).

Neste caso, os meios são os trabalhadores, as mercadorias, as ruas, as praças, o caráter empreendedor, que por meio de uma síntese organizam-se em subsistemas (setores de venda) somando-se a outros subsistemas e assim produzindo a teia organizacional departamentalizada: a organização.

Destarte, a necessidade de transmutar o trabalho em dinheiro, ao mesmo tempo que se inserir em uma rede de relações sociais de interdependência faz com que surja a integração socioeconômica em setores comerciais que otimizam o processo de compra e venda e reprodução de teias de relações sociais. Portanto, os laços primários hibridizam-se com a racionalidade do negócio, do cálculo matemático da contabilidade e da racionalização urbana. Mais do que uma superação dos laços primários pelos secundários, o que percebi foi um processo de complementariedade entre ambos, facilmente observáveis através da análise da divisão do trabalho, organização sócio-espacial e descrições das lógicas internas.

Para o leitor conseguir tatear mais amplamente este fenômeno organizacional local, fiz a descrição das teias que formam o complexo do *comércio de rua*. Para tanto, anexei mapas e fotos aéreas do local, além de tentar criar uma imagem alegórica da rede, com intuito de melhorar a apresentação do fenômeno social.

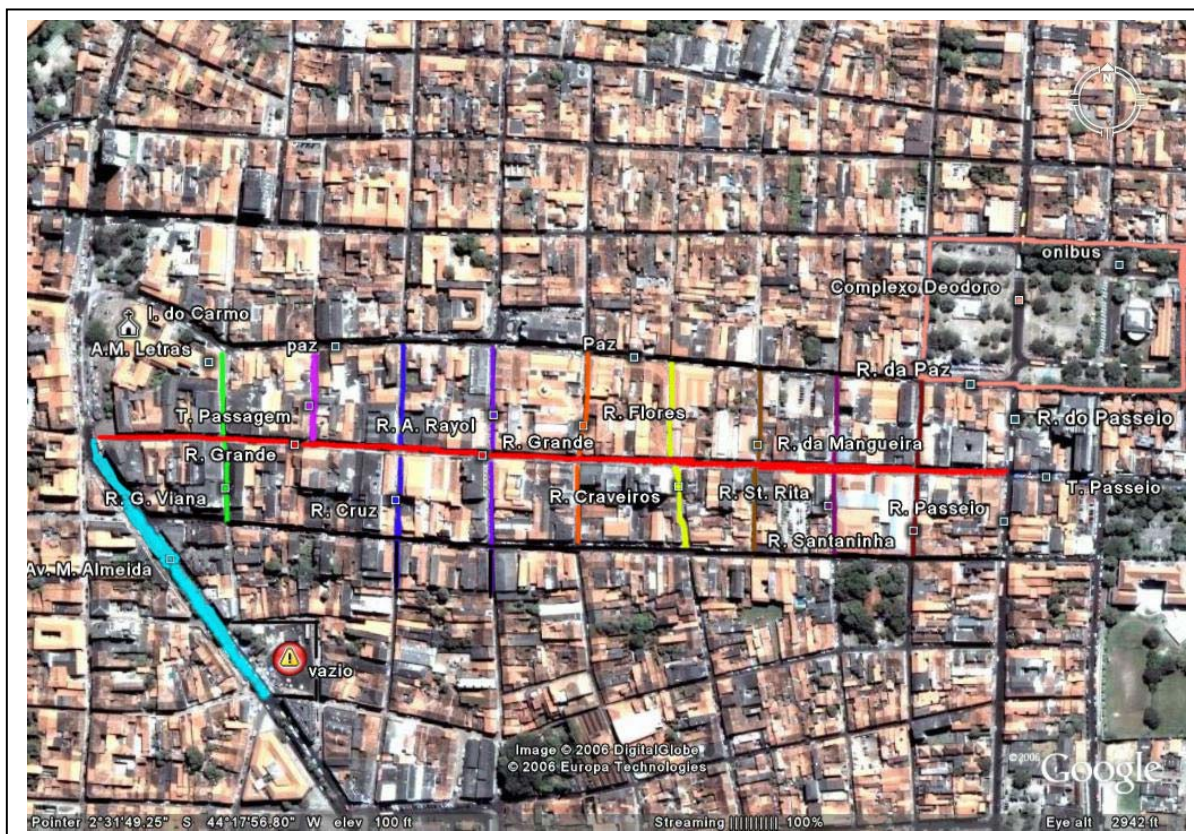
²⁰ Tradição da década de 70 e 80 vinculados aos estudos da OIT e agências desenvolvimentistas.

O que estou chamando de CCR²¹ é composto pela Praça Deodoro, transversais da Rua Grande, Travessa da Passagem, Travessa do Passeio e Avenida Magalhães de Almeida. Este complexo interliga-se pelo sistema viário do Centro de São Luís, ocupando aproximadamente **3,14 km** de ruas que passam a ter vida e produção econômica. É neste espaço que a organização departamental materializa-se como fenômeno sócio-urbano.

(Foto aérea)

A configuração sócio-espacial do *comércio de rua* no tracejado das teias urbanas assemelha-se a uma espinha dorsal na região da Rua Grande e suas transversais; a um quadrilátero na área da Praça Deodoro; e a uma diagonal no setor da Avenida Magalhães de Almeida. Desta forma, como figuras ainda separadas, são apenas esboços geométricos em si, fato que restringe a compreensão do fenômeno social em funcionamento interativo. Enquanto um todo integrado, a foto aérea nos revela uma rede que forma o esboço de uma grande nave. Percebam que a imagem da nave só é formada a partir da integração cooperada entre as partes, daí emerge a grande loja a céu aberto, acompanhe o mapa:

Foto 1 – Foto aérea do Complexo de Rua do Centro de São Luís



²¹ Complexo do comércio de rua.

O quadrilátero da Deodoro forma a turbina, a Rua Grande e travessas formam o esqueleto e o corpo da nave e a Magalhães a cabina. O exercício de geometria que realizei nesta comparação foi uma estratégia que adotei para o leitor não só exercitar a imaginação, mas fundamentalmente, para mostrar que estamos diante de uma ampla rede de integração, que só se forma como nave quando as suas partes são pensadas interconectadas.

Essa integração não é simplesmente visual, mas sim é um fato social que se manifesta por meio da departamentalização cotidiana das Ruas. Com isso, as partes (quadrilátero, corpo, cabina) caracterizam-se como subsistemas locais de divisão do trabalho que se organizam em lógicas micro-centradas.

Considero lógicas micro-centradas a organização local via semelhança, aos moldes da solidariedade mecânica. Estas lógicas baseiam a configuração dos subsistemas de comércio da seguinte forma: mercadorias e serviços semelhantes ocupam locais próximos, formando seções consecutivas do mesmo comércio. Neste fator de semelhança, solidariedade mecânica, constatei que produtos iguais possuem fornecedores iguais, assim a organização via semelhança otimiza (sistematiza) a troca de informações e a negociação entre agentes sociais deste comércio. Como há setores com mercadorias e serviços iguais circulam informações sobre novos produtos, preços, custos nos fornecedores, novos fornecedores; de modo geral, questões que dizem respeito à gestão do negócio específico.

Desse processo, os subsistemas locais organizam-se em seções de compra e venda bem definidas, a ponto de um próprio ambulante me falar: “até parece que foi a prefeitura que organizou” (dona Andréa). A solidariedade mecânica serve assim, como fundamento organizacional que otimiza troca de informações e experiências entre os *comerciantes de rua*. Além disso, otimizam o espaço facilitando a visualização e a localização de produtos pelos clientes.

A existência de uma agregação de seções com mercadorias semelhantes e a troca mútua entre os *ambulantes* de mesmo produto faz com que seja raro o cliente não conseguir o que procura, pois se não houver no **standing x**, o vendedor deste circulará por todo o setor até encontrar a mercadoria desejada (permuta interna). Este é um outro fenômeno sociologicamente muito instigante, que a meu ver é baseado na motivação econômica da reciprocidade discutida por Polanyi (2000), mas para tal questão fiz um capítulo específico.

Dessa maneira, os subsistemas micro-centrados são arrematados por normalizações locais definidas pela solidariedade mecânica, fato que define um local fixo para cada seção de barracas.

Pensando em Bachelard (1996), fiz aqui um exercício de reflexão que transcende à observação primeira, a imagem pura sem uma reflexão profunda (mapas, fotos e tracejar viário): esta superfície amorfa veio ganhando lógica reflexiva a partir da tentativa de compreensão por mim operacionalizada; diante deste desafio interpretativo surge a concepção geométrica²² do fenômeno social observado. Não mais estava diante de uma realidade pura e amorfa, de uma realidade pronta e acabada, mas sim de uma imagem regida pela reflexão e abstração. Por fim, as formas geométricas da nossa nave (loja de departamento a céu aberto) reverberam a abstração científica, o pensar, o refletir, o compreender as bases epistemológicas da existência do fenômeno. Os mapas, fotos e tessitura viária ganham sentido reflexivo-existencial, transmutam-se de simples imagens dadas, de formas geométricas inventadas, para serem apreciadas como abstrações: espírito científico.

Feita esta reflexão bachelardiana, continuemos. Os subsistemas vão se definindo ainda por predominância de determinados produtos oferecidos, assim a rua de Santa Rita apresenta-se como a rua dos vídeo games, a travessa do Cine-passeio das variedades, a rua Godofredo Viana das roupas, a rua da Mangueira das bolsas e roupas. Seguindo tal lógica, os subsistemas locais especializam-se e diferenciam-se fundando departamentos distintos e complementares. Eis que o processo de organização via dessemelhança emerge – lógica macro-centrada.

As partes da imagem geométrica (nave) especializam-se via organização micro-centrada na solidariedade mecânica, tornam-se peculiares, diferentes uma das outras segundo predominância de determinado produto. É neste ponto que os diferentes subsistemas somam-se uns com os outros formando uma grande rede ou sistema socioeconômico: a loja departamental a céu aberto.

Como diria Durkheim (1999), estamos diante de uma dinâmica que diferencia partes de um todo, de modo que estas se integram com diferentes graus de interdependência, e assim formam um sistema social calcado em solidariedades e cooperação. Baseado neste pressuposto durkheimiano, completo a caracterização do fenômeno ainda como sistema de produção social, ou como diria Marx (1998) sistema social de produção. Então, caracterizo o *comércio de rua* como sistema de produção social organizado a partir da interconexão de subsistemas produtivos, ou melhor uma organização socioeconômica.

Para o problema estudado ficar mais visível, fiz uma ampla dissecação descritiva dos subsistemas específicos, mostrando a organização sócio-espacial em setores e

²² Pensamento geométrico, Bachelard (1996).

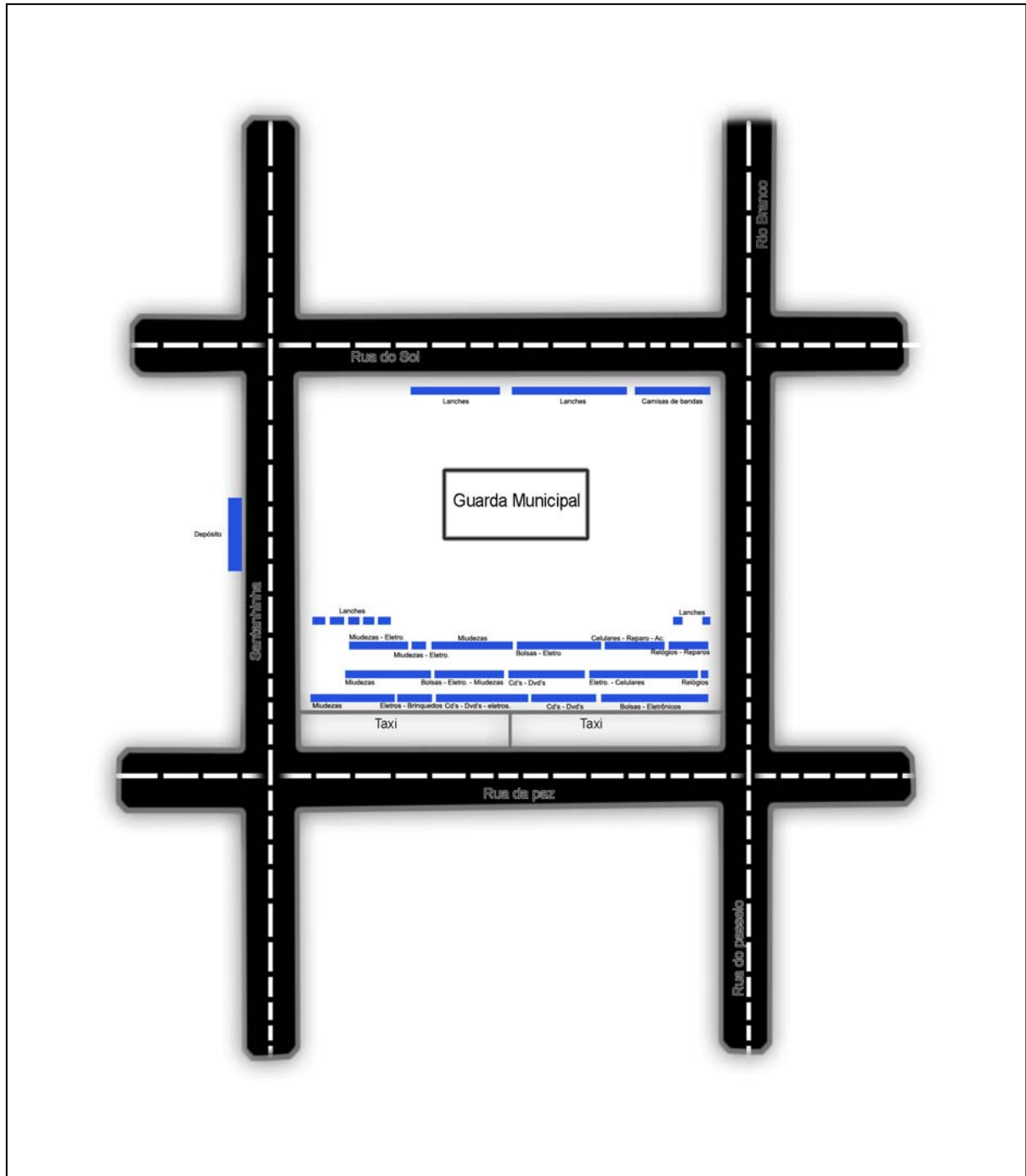
departamentos diferenciados. Mapeei os subsistemas de acordo com a configuração local das ruas e os respectivos produtos e serviços oferecidos. Para construir esta catalogação sócio-espacial, tive um árduo trabalho de campo, em que dia após dia transitei de rua em rua, de travessa em travessa. Como resultado construí mapas onde cataloguei as seções dos subsistemas, caracterizei a departamentalização dos espaços e por fim consegui visualizar melhor a rede de divisão do trabalho macro-centrada: a loja de departamentos. Este mapa, foi inspirado em fotos aéreas obtidas por meio do programa Google-Earth²³.

Antes de continuar, deixo claro que um mapa é uma aproximação da realidade, não é a própria realidade congelada, mas como disse acima, é uma abstração que visa ampliar o universo compreensivo do fato social aqui estudado. Usando a metáfora da nave, inicio a descrição pela turbina, melhor dizendo, pelo quadrilátero que representa o setor Deodoro. Acompanhe os mapas que seguem.

A descrição que fiz do setor Deodoro tem como foco principal (conforme enfatizado anteriormente) a região onde se localiza o chamado camelódromo. Este possui, na região que acompanha o tracejado da Rua do Sol (parte superior do mapa), um corredor de barracas que principia (da direita para esquerda do mapa) com venda de camisas de bandas de rock e depois uma seção de venda de lanches. Na parte inferior do mapa, a conformação organizacional é definida por três fileiras paralelas de barracas em uma zona um pouco afastada onde fica instalada a seção de lanche.

²³ Programa de computador que fornece fotos diárias de satélite das principais aglomerações urbanas do planeta terra.

Mapa 2 – Complexo Deodoro



Acompanhando a seta no mapa, o leitor perceberá que os corredores A, B e C, obedecem à lógica micro-centrada na mecanicidade, portanto a região C inicia com uma seqüência de barracas conserto e venda de acessórios de relógios e celulares, a parte paralela das fileiras B e A acompanham o mesmo padrão; sendo que o corredor A introduz uma nova seção de vendas: a de bolsas. Continuando descendo o mapa inicia-se um novo *standing*, agora um contínuo de produtos eletrônicos, seguindo-se de uma seção de mídias.

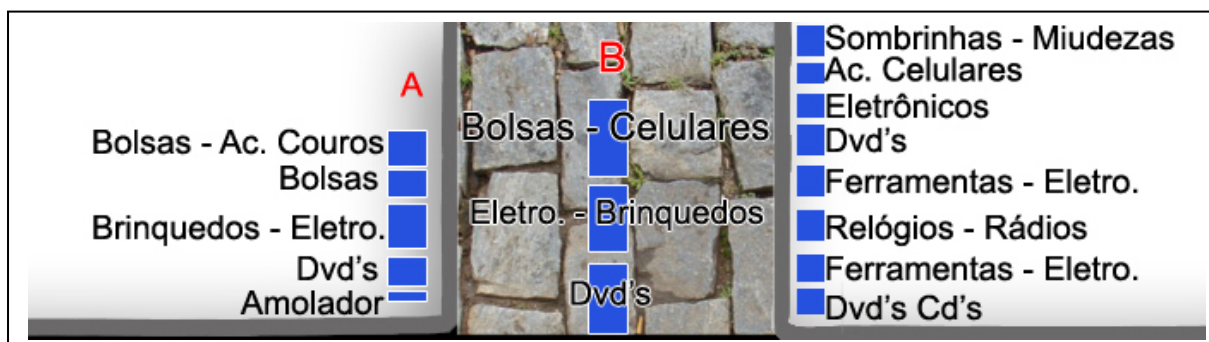
Na fila C depois dos eletrônicos, há um extenso *standing* de miudezas até o término desta. Na área B depois da seção de mídias-eletros, inicia-se uma seqüência de barracas de venda de bolsa e miudezas. Já no corredor A cataloguei uma região de venda de miudezas e brinquedos eletrônicos; e bem no final deste, há um teatro de bonecos mecânicos, que é apresentado por um artesão. De modo resumido, dividi o subsistema Deodoro em, aproximadamente, vinte seis seções de comércio.

Observando a rede comercial local, no caso o primeiro subsistema descrito, constatei que havia uma lógica organizacional muito bem arregimentada na configuração sócio-espacial; foi então que percebi que esta conformação era comparável a uma loja de departamentos, ou seja, a um estabelecimento micro-centrado em seções específicas que se somam e formam a loja como um todo.

O setor que descrevi acima tem como principal marca a venda de miudezas e eletrônicos. Destacando-se os serviços de conserto de relógios e seção de lanches. Os próprios ambulantes definem: “há bike-lanches na Deodoro; há consertos de relógios e celulares na Deodoro, fale com fulano”. Creio que o leitor esteja visualizando no mapa esta formação de seções específicos de corredores com mercadorias semelhantes no bojo do subsistema local.

Adentro agora na travessa do Passeio. Na verdade esta não é uma travessa, mas parte da Rua Grande que é cortada pela Rua do Passeio. Neste local há três fileiras de barracas. A que se localiza à direita do mapa principia com a venda e conserto de sombrinhas, seguida de barracas de venda de carteiras e acessórios de celular. Mais à frente organiza-se uma seção de eletrônicos, estendendo-se até o novo *standing* de mídias seguida de vendas de ferramentas, baterias e eletrônicos. Esta fileira termina com uma nova sucessão de barracas: mídias.

Mapa 3 – Travessa do Cine Passeio



Prosseguindo para o corredor central, há uma seção de celulares e bolsas, depois uma outra seção de brinquedos eletrônicos, findando esta fileira com consecutivos estabelecimentos de mídias. O corredor à esquerda organiza-se na seguinte ordem de seções: inicia-se com venda de bolsas, que se confunde com o corredor central, também principiado por bolsas; e sua seqüência de seções acompanha a mesma configuração do corredor central. Porém, a fila da esquerda finda com uma barraca de amolamento de tesouras, facas e alicates. Esta barraca é aparelhada com uma máquina de amolar, um esmeril mecânico e assentos para os clientes esperarem a conclusão do serviço. Ainda na travessa do Passeio, por volta das cinco horas da tarde, horário da retirada das barracas, inicia-se um movimento contrário: a organização de bancas de churrasquinhos.

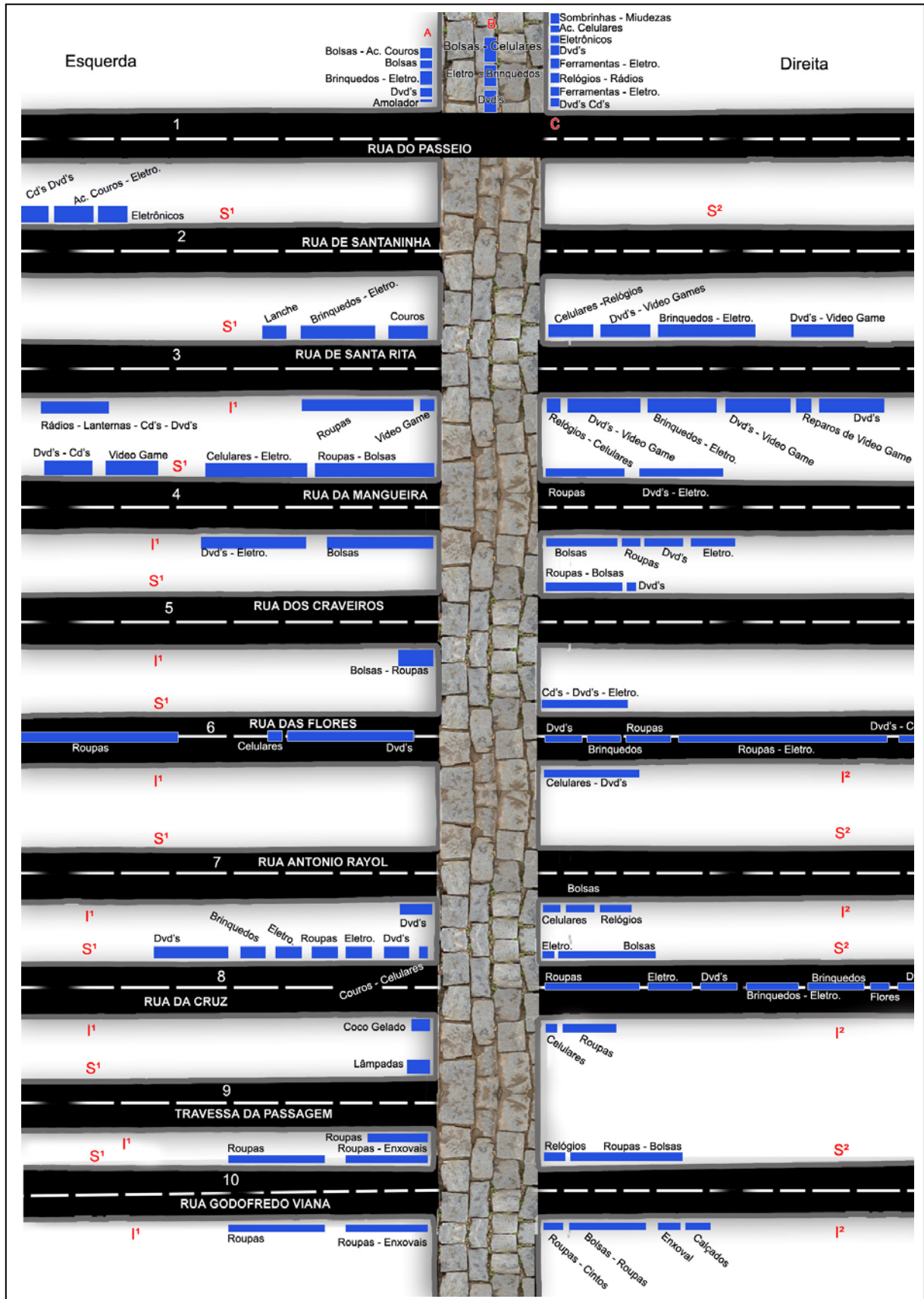
O que antes era um setor de venda de mercadorias sem seções de venda de alimentos, torna-se uma verdadeira praça de alimentação, na qual os transeuntes apressados podem em dez minutos fazer uma verdadeira refeição. Muitos ambulantes se alimentam nestes locais e daí seguem para suas casas ou para a jornada de estudo noturno.

As seções indicadas no mapa representam pontos onde se concentram mercadorias e serviços semelhantes, ou melhor, sucessões de bancas organizadas via semelhança. Em muitos casos, filas paralelas confundem-se em organização, como no caso da Travessa do Passeio em que a zona central e o corredor esquerdo possuem a mesma seqüência de seções. Na minha observação de campo, verifiquei que, em grande parte, os corredores possuem seções divididas segundo semelhança (mecanicidade), mesmo com o grande repertório de produtos oferecidos, há uma organização seccional muito bem definida.

A organização dos subsistemas (ruas, praças e travessas) está perpassada, em sua materialidade sócio-espacial, pela configuração especializada de mercadorias e serviços semelhantes. Assim, ruas, travessas e praças definem-se endogenamente sob a égide de lógicas micro-centradas (organização de seções locais segundo solidariedades mecânicas).

Farei agora a descrição da rede organizacional dos subsistemas que formam o Complexo Rua Grande e Travessas (o esqueleto, o corpo da nave). Início pela rua de Santaninha, que possui fluxo de veículos, algo que restringe uma ampliação do uso espacial pelos *ambulantes*, pois estes necessitam de espaços de passagem de pessoas. Em função desta escassez espacial, há poucas barracas neste setor, cataloguei apenas duas pequenas seções de *comércio de rua*. A primeira está localizada à esquerda do mapa (esquina Rua da Paz e Santaninha) em que existe uma fila de *standings* de mídias e bolsas de couro-eletrônicos. Mais à direita do mapa, já na esquina com a Rua Grande, há uma pequena seção de couros e relógios.

Mapa 4 – Complexo Rua Grande e Transversais



Nessa travessa, o fluxo intenso de automóveis diminui a capacidade integrativa em comparação com outros setores em que há trânsito exclusivo de transeuntes. Esta transversal sintetiza a confluência entre o criar laços – estabelecer relações de troca - e a inserção do pedestre em uma zona de trânsito perigoso, proporcionada pelo intenso fluxo de automóveis e rua estreita.

Descendo mais a Rua Grande chegamos à Rua de Santa Rita. Este subsistema é composto por fileiras duplas de barracas onde constatei o predomínio da comercialização de aparelhos eletrônicos, dos quais há a presença de sofisticados produtos como vídeo-games de primeira geração. Na parte esquerda indicada no mapa, destaquei as seguintes seções de venda desta Rua: principia com rádios/lanternas e mídia, mais à frente identifiquei uma nova seqüência de barracas onde são comercializadas roupas e por fim com uma seção de venda de acessórios e vídeo-games. Continuando até o lado direito do mapa, há a presença de outro corredor contínuo de bancas, que possui a seguinte conformação: relógios e celulares; mídias e vídeo games. O corredor paralelo (PARTE S) da rua tem, da esquerda para direita, a seguinte configuração espacial: lanches, brinquedos e couros. Seguindo para a margem direita do mapa, a organização segue: relógios-celular, mídias-vídeo games, brinquedos eletrônicos e por fim uma seqüência de barracas de mídias-vídeo game.

A Rua de Santa Rita é um dos departamentos do *comércio de rua* caracterizado pela variedade de mercadorias, sendo que há o predomínio de mídias e aparelhos eletrônicos. Há ainda acessórios e consertos de vídeo games, serviços que só serão encontrados em mais uma Rua da *rede comercial de rua*. Portanto, posso dizer que este subsistema é um dos mais importantes na venda de eletrônicos (calculadoras, rádios, televisões, rádio-relógio, vídeo games, lanternas).

Chegando à rua da Mangueira deparei-me com um departamento marcado pelo predomínio de um comércio de roupas e eletrônicos. A organização espacial deste subsistema fundamenta-se nas fileiras duplas e paralelas de bancas. Na parte I indicada no mapa identifiquei um setor de mídias-eletrônicos, seguido por uma seção de bolsas, que continua até a zona I², desta seguem-se vendas de roupas e eletro-mídias. Na zona S¹ há um conjunto de seções enfileiradas em: mídias, vídeo games e consertos; ocorre um intervalo sem barracas, para mais à frente reiniciar a sucessão de *standings* de eletrônicos, vídeo-games, roupas e bolsas. Seguindo para área S² a configuração da rede é: roupas-bolsas, mídias e rádios.

Continuando o trajeto, pude visualizar na Craveiros apenas três seções de *comércio de rua*. Este número reduzido é justificado pelo intenso trânsito de veículos automotivos. As três seções catalogadas, destacadas no mapa, definem-se pela venda de

bolsas e roupas, sendo que há (S²) um grupo de barracas comercializando mídias. Por ser uma transversal em que há fundos de lojas, somados a isso a estreiteza e o fluxo de veículos, há um fluxo muito reduzido de transeuntes, e quando estes perpassam esta via, o fazem em nítido estado de alerta. A parte da transversal que é marcada pelo fundo de lojas recebe o nome de Rua São Pantaleão.

Mergulhando mais na espinha dorsal do *comércio de rua*, chegamos à Rua das Flores, a qual caracterizei pelo predomínio de venda de roupas, brinquedos e eletrônicos. A meu ver, o grande destaque deste subsistema comercial são as duas grandes seções de venda de roupas. O mapa indica na parte esquerda, uma configuração organizacional em um único corredor central composto de uma seqüência de *standings* de roupas, um pequeno intervalo, e seguindo seções de celulares e mídias. Na parte direita do mapa o leitor visualizará uma conformação de dois pequenos corredores nas margens das ruas, e um corredor central que finda no limite da rua (Flores-Santana). Na margem superior da rua (S²) cataloguei uma seção de venda de mídias e eletrônicos, na margem oposta (I²) delimito uma seção de celulares e mídias. Já na fileira central, há cinco seções diferenciadas de venda: mídias, brinquedos, roupas, eletrônicos-roupas, mídias-celular.

Passando à Rua Antônio Rayol, a *rede comercial de rua* é bem mais diminuta pela presença massiva do trânsito de automóveis. Mesmo assim, há três reduzidas seções de venda, compostas de: mídias-celular, bolsas, relógios e frutas.

Deste modo passei para a observação e descrição da Rua da Cruz, onde há uma densa *rede comercial de rua* composta por três grandes filas de *standings* divididas em dezenove (aproximadamente) seções de venda. O mapa apresenta na parte esquerda (S¹ e I¹) uma ampla fila organizada nas seguintes seções de venda: mídias, brinquedos, eletrônicos, roupas, eletrônicos, mídias e couros. Na margem inferior da rua (I¹) há uma venda de coco gelado. Atravessando para a indicação direita do mapa, evidenciei uma ampla semelhança organizacional desta parte (I² e S²) da Cruz com a parte direita (ver mapa) da Rua das Flores, pois ambos os subsistemas conformam-se em dois corredores paralelos ocupando as margens da via (I e S), e ao centro uma ampla fila de barracas.

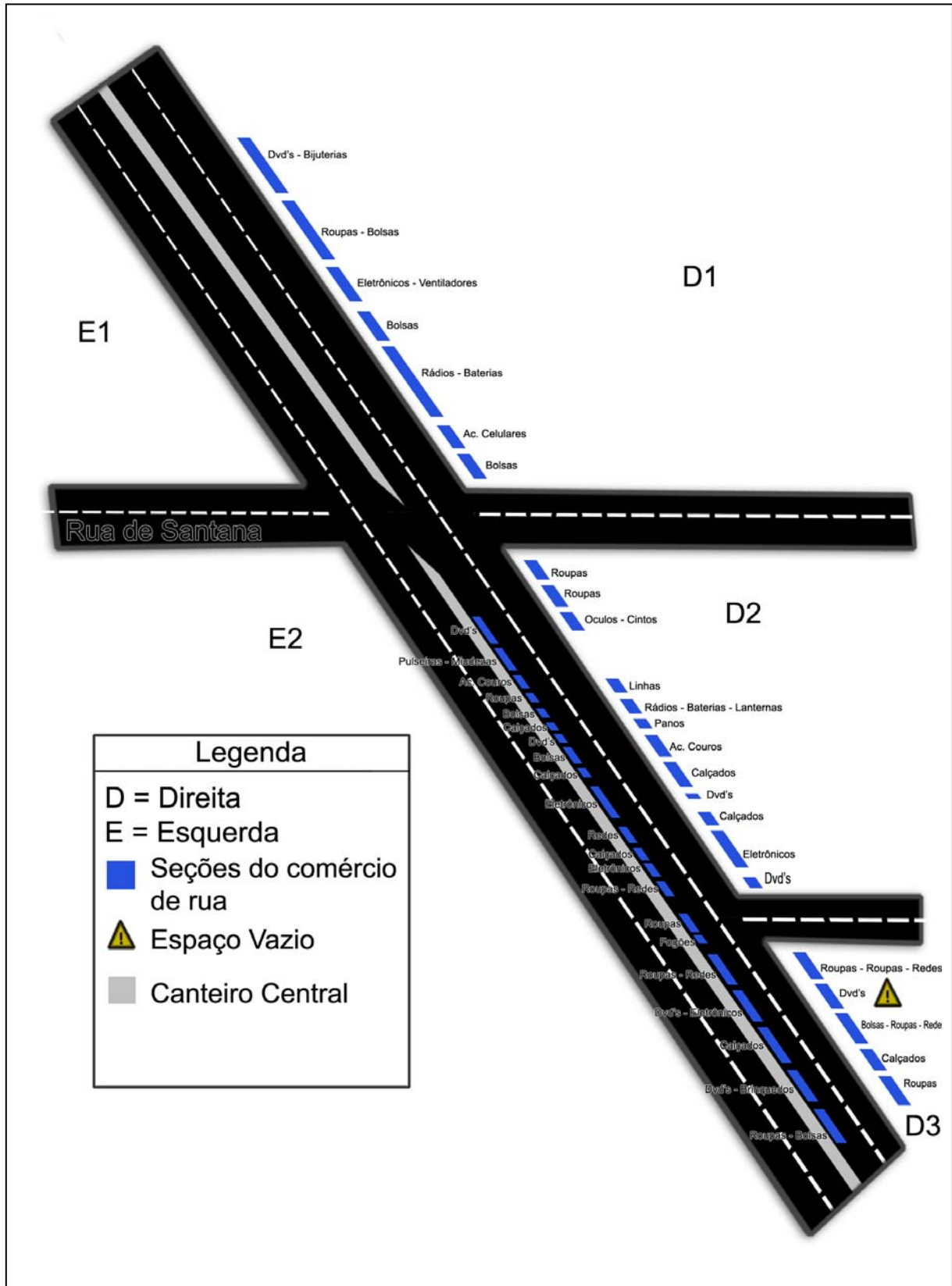
Descrevendo a parte indicada à direita do mapa, identifiquei um corredor na margem superior (S²) composto da seguinte ordenação: eletrônicos e bolsas. Já na fila inferior (I²) segue-se a seqüência de *standings*: celular e roupas. Na extensa fila central sucedem-se seções de: roupas, eletrônicos, mídias, brinquedos eletrônicos, brinquedos, arranjos florais e mídias.

Vejam agora a Travessa da Passagem. Nesta a maior parte da via é usada como estacionamento de veículos, apesar disso na esquina desta com a Rua Grande há duas pequenas seções de comércio: lâmpadas e roupas.

Saindo da Passagem, chegamos à Rua Godofredo Viana, a última transversal da Rua Grande. Este subsistema é nitidamente caracterizado pelo comércio de roupas e enxoval. Na parte esquerda da rua, o lado superior (S¹) é ocupado por uma seqüência de *standings* de roupas e enxoval; na área inferior (I¹), as seções de venda são as mesmas (roupas e enxoval). Atravessando para o lado direito do mapa, destaquei na parte de cima da rua (S²) duas seções: relógios e roupas-bolsas; no corredor paralelo (I²) a seqüência é: roupas-cintos, roupas-bolsas, enxoval e calçados.

Saindo do complexo Rua Grande, passo agora para a descrição do Complexo da Magalhães de Almeida (cabina da nave espacial). Segundo a foto aérea da região, a avenida Magalhães posiciona-se na diagonal e possui duas faixas de rolagem. A faixa direita (esquerda do mapa) é via de fluxo de veículos, a faixa esquerda (direita do mapa) é o setor utilizado pelos *comerciantes de rua*. A organização sócio-espacial deste subsistema comercial inicia-se com uma fila única de barracas (indicação D¹ no mapa) em que classifiquei seis (aproximadamente) seções de comercialização organizadas na seguinte conformação espacial: roupas-bolsas, eletrônicos-ventiladores, bolsas, eletrônicos-baterias, celulares, bolsas. Esta fileira é interrompida pela Rua de Santana que corta transversalmente a Avenida Magalhães de Almeida. Ultrapassado o corte, o corredor de barracas continua até o final da Avenida. Nesta parte há uma configuração organizacional de dois corredores paralelos, um em cada margem da faixa.

Mapa 5 - Av. Magalhães de Almeida



Continuando, classifiquei, no lado direito do mapa (D²) mais doze seções de venda, conformadas na seguinte seqüência: roupas, roupas, óculos-cintos, linhas, rádios-baterias-lanternas, panos, couros, calçados, mídias, calçados, eletrônicos e mídias. No lado oposto, a fila organiza-se da seguinte forma: mídias, miudezas, acessórios de couro, roupas, bolsas, calçados, mídias, bolsas-roupas, calçados, eletrônicos, redes, calçados, eletrônicos-brinquedos, roupas, fogão, roupas-redes, mídias-eletrônicos, calçados, brinquedos-mídias, roupas-bolsas.

Observando a organização do subsistema comercial Magalhães de Almeida, constatei a existência de grande variedade de produtos oferecidos na *rede do comércio de rua*, mas é nítido o destaque de mercadorias como: roupas, calçados e redes. A Magalhães de Almeida juntamente com as ruas Godofredo Viana, Flores e Mangueira formam um conjunto de subsistemas de venda de vestuário, quanto a isso um ambulante disse a mim: “se você quer comprar roupas vá a Magalhães, Godofredo, Flores ou Mangueira” (Gilberto).

Feita esta descrição densa dos setores comerciais do grande *sistema organizacional do comércio de rua*, creio que o leitor tenha percebido as lógicas de classificação e organização espacial micro-centradas, ou seja, a configuração de seções de barracas em seqüências de semelhança. Assim, cada ponto demarcado, cada seção no mapa é composto por dois ou mais *standings* (bancas) semelhantes que se sucedem. Deste modo, cada seção indicada é um agregado de barracas via semelhança, solidariedade mecânica.

Essas seções de barracas em cada subsistema constituem estratégias organizacionais que racionalizam o espaço de troca e a atração de clientes. Quanto à troca de produtos, há a troca entre *ambulante* e comprador, e entre *ambulantes* e *ambulantes* (próximo capítulo). Já no que se refere à atração de clientes, há o caráter regular da configuração da organização aqui descrita, melhor dizendo, a grande loja de departamento possui setores parcialmente fixos, e configuração espacial de subsistemas e seções estáveis.

De forma mais simples, em cada rua há áreas demarcadas para cada *comerciante de rua* sendo que o local das barracas é parcialmente fixo, pois no final da tarde serão desmontadas. Porém, isso não implica em uma re-configuração sócio-espacial no próximo dia de trabalho, ou seja, no dia seguinte as barracas do dia anterior estarão no mesmo local pré-definido. Foi constatando tal regularidade organizacional, que defini aqui a lógica macro-centrada como o todo formado pela interconexão dos subsistemas acima descritos: loja de departamentos a céu aberto.

Para concluir este capítulo, evidenciarei mais profundamente a lógica macro-centrada na dessemelhança (organicidade). Feita a dissecação das partes da organização social do *comércio de rua*, posso agora falar que a loja de departamentos a céu aberto surge a partir da interconexão dos subsistemas (setores). Estes possuem organizações locais (micro-centradas) definidas como seções de venda e classificadas segundo similitude de produtos oferecidos. Como mostrei no mapeamento, há também o movimento de especialização setorial, em que rua X, tem como marca o produto X.

Daí defini as nuances das lógicas macro-centradas na divisão orgânica especializada. Os setores especializados somam-se ou interconectam-se via interdependência e complementariedade. Esta interdependência baseia-se no compartilhamento de informações, circulação de pessoas e mercadorias. As informações são fatores elementares no *comércio de rua*, pois é por meio do cabedal de informações sobre os produtos que o *ambulante* conseguirá boas performances (GOFFMAN, 1985) de venda atraindo clientes fiéis. As informações também são extremamente importantes ao usuário do *comércio de rua* (os clientes), e estas ele poderá obter na própria teia da organização social, através de perguntas e conversas com vendedores de rua.

Desta maneira, a informação em circulação é um dos principais fatores de interconexão entre os vários subsistemas que formam a loja de departamentos a céu aberto. Além disso, as informações facilitam o trânsito dos clientes no uso do *comércio de rua*, pois ao obtê-las, não precisarão andar de rua em rua, de praça em praça, para encontrarem o produto procurado.

A interconexão dá-se via circulação de informações e estabelecimento de relações de confiança nas teias complexas dos subsistemas especializados, que arregimentam a rede do *comércio de rua*. Além disso, a rede social ou organização social dos *ambulantes* transmutam ruas, praças, travessas (não-lugares) em lugares de cultura e de trabalho. Portanto, considero a divisão do trabalho sócio-espacial como substrato elementar, ou como cimento que transforma espaços sem significado em setores e/ou subsistemas de relações sociais, que originam o que venho chamando de economia de interconexão.

Em função de tão grande complexidade organizacional é que afirmo que o *comércio de rua* pode ser definido como manancial de experiências e formas organizacionais que se ancoram no cotidiano presente, mas também que apontam para uma economia urbana mais democrática, assim fundando espaços locais de civilidade, trabalho e relações sociais, contextualizados em um modo de produção mais plástico e dinâmico.

Destarte, como diria Hart (1981), estas economias populares possuem grande capacidade dinâmica e apontam para processos organizacionais muito complexos e específicos, por isso exigem ainda muitos trabalhos empíricos. Neste sentido, os próximos capítulos enfocarão descrições detalhadas sobre o cotidiano observado no campo, no intuito de compreender a complexidade local do fato social: dinâmicas e funcionamento.

De fato, até aqui, destaquei como um fenômeno que seria sociologicamente estereotipado sob o jargão informalidade (SILVA, 2003), transcende em diversidade e complexidade tal categorização.

Assim sendo, minha postura reflexiva demonstra que entendo o comércio de rua não como simples problema a ser resolvido, mas como fenômeno social – contextualizado na era informacional, ou na nova cidade dual (CASTELLS, 1995) - que tenta responder e propor soluções a problemas socioeconômicos específicos que o Estado e suas políticas públicas não conseguem solucionar. Problemas como: esvaziamento espacial, falta de segurança, desemprego, exclusão social e autoritarismo.

Com isso, busquei neste capítulo desmistificar a idéia clássica de que economias não alinhadas ao modelo hegemônico (apesar da crise do pleno emprego, estabilidade e seguridade) possuem baixos índices de organização social e divisão do trabalho, sendo em muitos casos estereotipadas como sintomas de subdesenvolvimento (atraso econômico). Na verdade, quis demonstrar por meio do trabalho de descrição e análise sociológica da teia de divisão do trabalho do *comércio de rua* de São Luís, que existem lógicas (microcentradas e macro-centradas) e racionalidades organizacionais complexas que dão sentido ao espaço urbano do Centro de São Luís, fundamentando dinâmicas econômicas muito próximas ao que Castells (1999) e Boltanski e Chiapello (2002) chamam de novo espírito do capitalismo, baseado na sociedade em rede, capital volátil, fim das grandes empresas, sociedade dos serviços e declínio do pleno emprego.

Este fenômeno, muito mais que um problema em si, revelou-se na minha pesquisa como um sistema socioeconômico que possui novas formas de gestão e organização, que ao invés de serem combatidas, teriam que ser melhor visualizadas no sentido de capitalizá-las em prol de um desenvolvimento que parte de demandas locais e amplifica-se via parcerias com o Estado e agências financeiras. Para visualizar a complexidade fenômenos sociais que ocorrem na rede comercial de rua, vejamos agora as descrições etnográficas sobre o cotidiano e dinâmicas internas.

3 O COMÉRCIO DE RUA NO CENTRO DE SÃO LUÍS: dinâmica e funcionamento

3.1. As ferramentas de trabalho e construção diária de *standings*

Cheguei ao Centro de São Luís às seis horas da manhã, desci na praça Deodoro e vim andando em direção à Rua Grande, antes parei na Travessa do Cine-passeio e cumprimentei Antônio e José (dois comerciantes de rua que são uns dos meus informantes). Quando vou a campo tento cumprimentar os informantes que estão próximos. Além disso, ao olhar-me sempre convidam para conversar sobre o cotidiano de seu trabalho, e ainda agradecem pela visita. Neste dia havia chegado bem cedo para observar a montagem do espaço de trabalho. Nesta mesma ocasião, no início da Travessa do Passeio, José me chamou e disse:

Pois é professor, estamos aqui na luta, sabe né? Com dificuldades, mas levando a vida. Agora os preços baixaram, tem um povo por aí vendendo os dvds por cinco contos. Aí tu sabe né? Lasca com a gente, mas vamos levando. (JOSÉ, 17/04/06)

Falei a José que voltaria mais tarde para discutirmos esta tabela de preços. Ele despediu-se e falou: estou esperando. Ainda no Cine-Passeio, Antônio cumprimentou me e agradeceu pela visita: “valeu aí, meu amigo”. Antes disso, eu estava nas proximidades do Colégio Maristas e fiquei observando o processo de montagem das barracas. Como já eram sete da manhã, o fluxo de *carregadores* era intenso, assim como o de *comerciantes de rua* indo e vindo com sacolas e caixotes na cabeça (entre eles Antônio. e José). Em diversas visitas a campo, pude perceber que das sete às dez da manhã é o momento em que os *comerciantes de rua* e os *carregadores* vêm do depósito para o outdoor standing (local de venda nas ruas e praças). Em visita à Deodoro, em que fiquei quatro dias sentado na barraca do senhor Luís, consertador de relógios e presidente do Sindicato dos Ambulantes, visualizei o mesmo processo de montagem e circulação de *carregadores* e *ambulantes* do depósito para o *standing*. Na Magalhães de Almeida, onde fiquei nas barracas de dona Raimunda, senhor Martins, Andréa e dona Tânia, pude observar amplamente este processo de montagem das barracas várias vezes.

É em meio à barulheira dos veículos automotivos e das ruas de pedra, que emerge o som metálico dos carrinhos dos *carregadores*, que trabalham no transporte diário das ferramentas de trabalho dos *comerciantes de rua*. É interessante destacar, que cada depósito possui seus *carregadores*, e que esses depósitos são galpões construídos em locais antes ocupados por lojas antigas, pequenas lojas e garagens de residências. Na Praça Deodoro, por exemplo, o depósito é a garagem de uma residência, já na travessa do Cine Passeio é um galpão no segundo andar de uma lanchonete, na Magalhães de Almeida casas antigas e lojas,

e em algumas travessas, pequenos lojistas guardam os materiais dos *camelôs*. E assim se espalham os vários depósitos no translado do *comércio de rua*.

Em outra visita à Travessa do Cine-passeio, para observar o processo de montagem das barracas, pude visualizar bem todas as etapas de transformação de uma rua, que até às seis da manhã estava vazia e a partir das sete começa a ser povoada pelos trabalhadores de rua. Assim que cheguei, não havia muita gente, somente *carregadores* e uns poucos *ambulantes*, mas à proporção que a hora passava, a circulação de *comerciantes de rua* e de *carregadores* aumentava. Deste modo, fiquei observando os *carregadores* e alguns *comerciantes de rua* trazendo os caixotes e sacolas de mercadorias, armações e ferramentas de trabalho para a rua. Em seguida, os *camelôs* começavam a abrir caixas, desamarrar o feixe de ferros que compõem a estrutura das barracas, encaixar um no outro, amarrar barbantes para fixar a estrutura e/ou para pendurar mercadorias, bater nas tábuas que servem de tabuleiro da barraca para tirar a poeira, abrir os cadeados dos caixotes de madeira para pegar os produtos para venda. Depois disso, inicia-se a organização das mercadorias nos *standings*.

Os *standings* são montados no *ponto* e/ou espaço de trabalho delimitado de cada comerciante na rua. O dia a dia define que um espaço delimitado é de fulano ou sicrano, mas antes do contrato consensual, há um cadastramento feito junto ao Sindicato ou à Associação para oficialização do uso do ponto determinado. Mas, quem garante a organização dos espaços segundo a lógica local de *pontos*, são as redes de relações cotidianas que se estabelecem entre os *comerciantes de rua* (anteriormente falei das lógicas micro-centradas). Isto ficou nítido em várias entrevistas, em que, ao relatar sobre os pontos de trabalho, muitos me falavam que cada um sabe seu local, e se um entrar no ponto de outro, todos sabem quem está errado. Sobre isso senhor Martins. relatou:

Olha, semana passada deu confusão, porque essa moça bem aí, essa que vende roupa, é nova no local, mas aí ela ficou quase em cima do ponto de uma senhora, ela num veio hoje, aí deu confusão, mas tu sabe né, nada que não se resolva. Mas tipo assim, não podemos entrar no espaço do outro, até porque todo mundo se conhece aqui, pode até ser que eu num saiba o nome, mas conheço o povo que trabalha aqui perto e onde ficam. Exemplo, lá em cima (início da Magalhães da Almeida) tem duas irmãs que vendem calçados, mais aqui é a moça que vende confecções e a irmã dela, e hoje ela está cuidando da barraca da irmã, ali mais pra frente tem o pastor, bem ali o seu sapateiro, pois é todo mundo conhece seu lugar, mas tem um povo que vende o lugar deles né, mas mesmo assim corre a notícia e todos ficamos sabendo (MARTINS, 09/10/2006)

O *ponto de trabalho* é um local delimitado tanto por laços de convivência cotidiana, que posso definir como consuetudinária (lógica mecânica), como por controles institucionais organizados pelo Sindicato ou pela Associação. Estes controles institucionais são alguns cadastramentos que os *comerciantes de rua* fazem junto ao Sindicato ou à Associação de Classe. Deste modo, o dia a dia e os cadastramentos institucionais estão presentes no sistema organizacional do *comércio de rua* em São Luís.

Na Magalhães de Almeida, observei mais de perto a montagem das barracas, pois em uma das visitas a campo cheguei cedo e acabei ajudando, de forma muito inexperiente, Raimunda na organização de seu *standing*. Nesta ocasião, acabei mais atrapalhando, porém Raimunda, para não me deixar mais envergonhado, disse: “acontece isso mesmo, sempre que coloco essa fileira de produtos, se eu puxar um de baixo tudo vai caindo”. Neste mesmo dia, fiquei sentado na calçada, no canteiro de uma árvore (ao lado da barraca de Martins) observando vários camelôs organizando seus espaços de trabalho. Os que vendem dvds, cds e K7, organizam os lançamentos em tabuleiros verticais para ficarem mais à vista, além disso também os penduram em barbantes na parte frontal da barraca. Já os outros dvds são conformados no tabuleiro horizontal (o *tabuleiro-mesa*) como um arquivo fichário. Estes ainda organizam os aparelhos de tv e dvds-players para ficarem exibindo filmes e/ou tocando músicas. As barracas de dvds e aparelhos de vídeo-game, geralmente possuem dois tabuleiros, um vertical e um horizontal. O vertical serve para deixar em evidência as mercadorias e o horizontal (*tabuleiro-mesa*) para depositar em forma de arquivo as mercadorias.

Os vendedores de sandálias, redes e confecções armam cordões para pendurar as mercadorias, além disso, colocam outros produtos no *tabuleiro-mesa*. Estes também levam cabides para expor melhor a mercadoria, de modo que as confecções não fiquem amarrotadas. Como deixei evidenciado no mapa da departamentalização, há predominância de bancas de confecções na Godofredo Viana, Magalhães e Rua da Mangueira, locais que visitei e cataloguei as seções de mercadorias. Na Godofredo Viana passei dois dias na barraca de duas vendedoras de roupas e enxovais (Lisa e Antônia), que me falaram sobre a organização das barracas e a necessidade de deixar as roupas expostas e bem limpas. Há uma peculiaridade em algumas barracas de confecções, a abertura no centro da barraca, de modo a formar uma espécie de cabine quadricular, onde o cliente adentra para visualizar melhor as roupas, em alguns casos até provar. Observei este tipo de barraca também na Magalhães de Almeida, não só com confecções, mas com venda de redes de dormir (barraca ao lado de Martins).

As barracas dos vendedores de pequenos eletrônicos, brinquedos e miudezas possuem um *tabuleiro-mesa* (horizontal), em que as mercadorias são expostas. Algumas destas ficam fora da embalagem para que os clientes possam olhar, tocar e testar. Além do *tabuleiro*, muitos utilizam barbantes para pendurarem algumas mercadorias como: pentes, tracas, brinquedos, controles-remoto, espelhos, punhos de rede, sacolas etc. Os consertadores de relógios como Luís possuem uma banca também composta de apenas um tabuleiro-mesa, em que deixam os relógios e acessórios à vista dos clientes. Além de expor os relógios e acessórios, há placas que indicam o serviço prestado: conserta-se relógio, amolam-se tesouras e alicates, consertam-se celulares. O *tabuleiro-mesa* serve ainda como local onde se apresenta a performance (GOFFMAN, 1985) do consertar *ao vivo* para os clientes.

Há ainda, na Rua do Cine-Passeio, no início da Magalhães, na Rua da Mangueira e de Santa Rita, *comerciantes de rua* que possuem barracas preparadas para a prestação de serviços de reparos. Estas geralmente são mais amplas e equipadas com ferramentas específicas de cada ofício. Na Rua de Santa Rita, por exemplo, há consertadores de vídeo-games, que utilizam ferros de solda, secadores, multímetros para o reparo dos aparelhos. Já na Magalhães e no Cine-Passeio, os amoladores de tesouras e alicates, possuem barracas preparadas com um esmeril mecânico. Uma barraca de amolador que me chamou muita atenção foi a de Antônio, no Cine-Passeio. Esta é organizada com um esmeril mecânico e com banquinhos, onde o cliente pode ficar esperando a conclusão do serviço. Em toda a rede do *comércio de rua*, não encontrei nenhuma outra barraca com esta característica.

É importante destacar que o tamanho das barracas é variável, mas a maioria possui um tamanho médio de dois metros de altura, um metro e meio de comprimento e um metro e vinte de largura, sendo compostas de tabuleiros (horizontal e vertical) e uma parte inferior, onde é colocado o caixote de mercadorias. Os telhados destas barracas são de lona de plástico, que sob sol muito quente produz um cheiro de plástico queimado. Há outros tipos de *standings*, entre eles o tabuleiro de ferro, em que são penduradas as mercadorias. Este tipo não forma uma barraca, mas um mostruário móvel que pode ser facilmente carregado. Esta espécie de mostruário, geralmente é usada por vendedores de pequenos produtos, como relógios, acessórios de celular, miudezas, pequenos eletrônicos e K7. Na verdade, são estes os *comerciantes de rua* que têm maior mobilidade na teia urbana do Centro; segundo o presidente do sindicato, são os *ambulantes tradicionais*. Em entrevista, este me expôs que *ambulantes tradicionais* seriam aqueles que circulam nas ruas, não tendo assim um local

completamente fixo; e como descrevi acima, são estes que possuem os *standings* que não formam uma estrutura de barraca, mas somente um mostruário móvel.

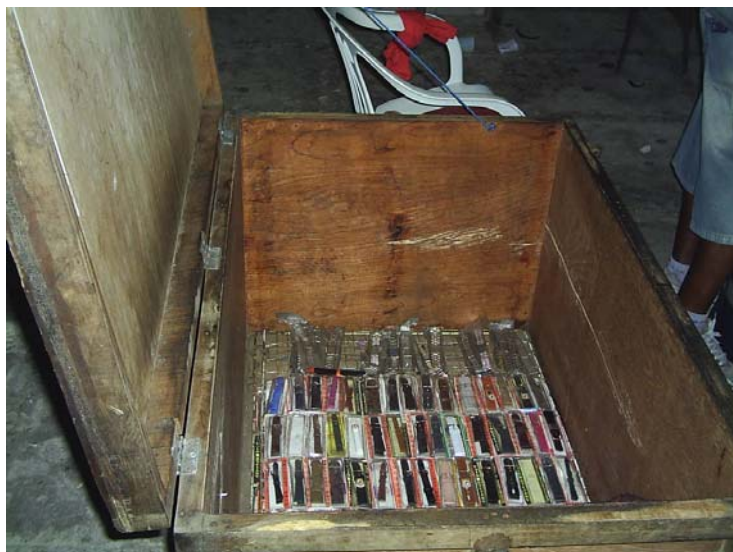
Há ainda barracas, principalmente na Deodoro e na Travessa do Cine passeio, que são formadas por um tabuleiro de metal ou de madeira conformado como uma mesa, os tetos destas barracas não são compostos de lonas de plástico, mas de um guarda-sol, geralmente fornecido por alguma empresa de telefonia celular – aqui podemos verificar que haveria alguma forma de capitalizar a venda do espaço publicitário. A partir das fotos, creio que o leitor consiga visualizar melhor os tipos de *standings* do *comércio de rua*.

Na observação de campo, um fato curioso que percebi, é que há uma certa padronização dos *standings*, apesar de haver algumas variações. Este fato instigou-me a perguntar aos informantes porque as barracas eram muito parecidas. Alguns falaram que se inspiravam nas barracas mais antigas, mas o presidente do sindicato informou que a semelhança é produto de um projeto de padronização feito pelo sindicato em parceria com o SEBRAE e a Prefeitura Municipal de São Luís em meados da década de 90.

No campo verifiquei também, que após armados os *standings*, há uma certa regularidade na organização das travessas da Rua Grande: na entrada das ruas, formando quase uma parede de produtos, ficam os *comerciantes* com tabuleiros menores e móveis, que vendem pequenos produtos. Adentrando nas travessas predomina outra conformação de barracas (as seções), não mais a de mostruários móveis. Foi a partir deste exercício de verificação da organização de padrões espaciais, que constatei a produção de seções de barracas, já referenciadas no capítulo da divisão do trabalho.

Além das barracas, achei muito curioso os caixotes de madeira dos *comerciantes de rua*, daí perguntei qual a sua função. Luís falou-me que os caixotes são encomendados com cadeados e trancas para dar maior segurança aos produtos e ferramentas. Além disso, revelou que o caixote é o cofre dos *comerciantes de rua*: “ali guardamos tudo”. Os caixotes são cubos de madeira de vários tamanhos, onde os *comerciantes de rua* guardam seu material de trabalho, possuem trancas, realmente assemelhando-se a um cofre. Talvez lembrem os antigos comerciantes ludovicenses do início do século XIX: os caixeiros.

Foto 2 - Caixotes



Os caixotes são colocados na parte de trás da barraca, ou na parte inferior, abaixo do tabuleiro, quando as barracas estão arrumadas na rua. Como há *comerciantes de rua* que possuem mais de um, estes acabam por servir como local assento e mesinha para anotações das contabilidades. Na barraca de Martins, fui aconselhado por ele a usar o caixote como apoio para fazer minhas anotações, ao mesmo tempo, que em outro caixote a filha dele ficava sentada.

Continuando o dia de trabalho dos *comerciantes de rua*, percebi que às dez horas da manhã a organização dos *standings* está praticamente concluída, também notei que arrumar as mercadorias é uma ação constante entre os *comerciantes de rua*. Assim, de hora em hora, eles olham as mercadorias, verificam os nós dos barbantes dos produtos pendurados, passam um pano para remover poeira, colocam plásticos para proteger as mercadorias do sol quente. Desta maneira, há práticas constantes de arrumações. Observei também que os clientes ao chegarem às barracas manipulam as mercadorias, o que acaba sendo uma das causas da necessária arrumação constante dos mostruários.

Chegada as dezesseis e trinta horas, inicia-se um novo movimento na teia do *comércio de rua*. Os *carregadores* começam a circular e *comerciantes de rua* iniciam o processo de desmonte das estruturas dos *standings*. Assim, começam guardando as mercadorias nos caixotes, passam um pano nos produtos e os empilham para facilitar a arrumação. Depois disso, trancam os caixotes e iniciam a desarmar a estrutura de ferro das bancas. As barras de ferro são empilhadas e amarradas em feixes, em seguida são colocadas

em cima dos caixotes. As lonas são dobradas e amarradas com barbantes, alguns as colocam nos caixotes, outros as enrolam no feixe de barras de metal da estrutura da barraca.

Tudo desmontado, a maioria dos *comerciantes de rua* espera seus *carregadores* para levarem o material de trabalho aos depósitos. Outros *camelôs* possuem seus próprios carrinhos para transportar suas ferramentas e material de trabalho, assim encaixotam e logo transportam para os respectivos depósitos. Nos depósitos os caixotes são empilhados de acordo com o espaço de cada um, ou seja, há vagas para se guardar os caixotes de cada *comerciante de rua*. Esta estratégia de organização espacial para guardar as mercadorias é, segundo os *camelôs*, adotada como forma de evitar trocas de caixotes. Apesar disso, ainda há casos em que se confundem os caixotes.

Deste modo, o tempo para a organização do espaço de trabalho diário compõe-se de duas etapas: 1) das seis as dez - o processo de montagem e organização dos *standings*; 2) das dezesseis e trinta às dezenove e trinta – o movimento de desmonte dos *standings* e guarda das mercadorias nos depósitos.

A construção e desconstrução dos *standings* representam o momento de maior desgaste físico dos *comerciantes de rua*, pois mesmo com a ajuda dos *carregadores*, aqueles têm que manipular caixotes pesados, subir em bancos, esticar e fixar lonas etc. Estes dois momentos diários são caracterizados pela atividade física de transporte, carregamento e montagem e desmontagem dos *standings*. Estes ainda revelam a precariedade das condições de trabalho e, acima de tudo, as dificuldades do *trabalhador de rua* na diária construção e desconstrução do espaço e trabalho. Comparo estas etapas com a montagem e o desmonte de um palco de um espetáculo de mercado, em que diariamente estruturas são levantadas no raiar do dia, para se iniciarem performances (GOFFMAN, 1985) de trabalho.

A montagem do espaço de trabalho é representada pelos *comerciantes de rua* como a parte dura e difícil do ofício, devido à exigência de esforço físico tanto no que tange ao acordar cedo, quanto no que se refere ao processo de montagem em si. Deste modo, em diversos depoimentos de meus informantes havia a ênfase de que: “o duro deste trabalho é montar” (RIVELINO.); “aqui é que nos desgastamos, depois melhora, porque a rua é estreita, e não podemos atrapalhar a passagem do povo, temos que nos organizar, para deixar tudo espaçoso, chegar cedo para arrumar e deixar tudo espaçoso” (BALTAZAR, 16/10/2006.). Uma vendedora de confecções da Rua da Mangueira completou: “olha, de manhã é que é pesado pra nós, ficamos cansados, inclusive se quiser ajudar é só chegar cedo, viu?” (CANDIDA, 20/10/2006.).

Essas falas que destaquei evidenciam que o processo de montagem, assim como o desmonte, dos *standings* emerge como momento de esforço e dificuldade. Conforme os *comerciantes de rua*, montar as barracas é, sinteticamente, um esforço conjugado de organização para não atrapalhar a passagem dos transeuntes (por isso chegam cedo) e esforço físico para construção dos *standings* (que definem como trabalho duro). Há, nestes momentos, a possibilidade de visualização de como, mesmo dentro da precariedade de condições, homens e mulheres comuns criam alternativas para amenizar tanto as dificuldades financeiras, como as dificuldades estruturais do local e a partir desta conjugação de esforços criam práticas próprias de inventar a labuta diária.

Assim, há uma estratégia conjunta, o que a meu ver indica uma relação de solidariedade regida por laços de confiança local, de compartilhamento de esforços organizacionais coletivos, ou seja, os *comerciantes de rua* se ajudam no processo de montagem e desmonte. A manipulação dos caixotes é organizada de modo que dois *standings* em construção não fiquem paralelos, pois caso ocorra isso, como os caixotes são empurrados para frente da barraca, a rua ficaria interditada. A organização conjunta, deste modo, define que se uma barraca está sendo montada e o caixote está a sua frente, o *comerciante de rua* que tem barraca paralela a esta, deve esperar a conclusão, para iniciar seu processo de montagem (principalmente a etapa de colocação da lona e da organização das mercadorias). Há ainda a instituição da vigilância coletiva nas etapas de montagem e desmonte, na qual a coletividade, as vizinhanças das seções atuam como vigias mútuos dos materiais dos *comerciantes de rua*, numa lógica que dona Andréa define: “camelô é vigia de todo camelô”.

Na construção dos *standings* pude visualizar os primeiros nuances da solidariedade no *comércio de rua*, baseada no compartilhamento e organização de esforços coletivos que visam amenizar as precariedades do trabalho na rua. Nesta situação, **o ajudar uns aos outros** corresponde a solidariedades locais, ou como chamei anteriormente lógicas micro-centradas (mecanicidade e laços de confiança). As dificuldades enfrentadas, fundamentalmente na montagem e desmonte, revelam porque os *comerciantes de rua* dão ênfase à necessidade de fixação de um espaço de trabalho estabilizado por uma estrutura urbana que permita a permanência de barracas em um local. Deste modo, alguns *comerciantes de rua* revelam que um grande melhoramento seria a padronização dos *standings* e a fixação destes em um ponto de trabalho estável. Desta forma, um vendedor de eletrônicos da rua da Mangueira revelou:

Olha não sou contra o CCI (Centro de Comércio Informal), acho importante porque é uma conquista do comércio informal, olha só, tem que padronizar, deixar tudo bonito; mas também tem que respeitar o camelô, tipo fixar as barracas, tipo em feiras [...] Olha! São Luís só tinha a ganhar, porque só aqui tem um comércio de camelô desses aqui, ia até atrair turistas..mas tem que levar em conta que tem que ter movimento de gente, num pode jogar nós num lugar que num tem gente. (BATISTA, 16/10/2006).

Completando as questões acima, o Rivelino da Deodoro disse:

A grande melhoria que a Prefeitura podia fazer era nos ajudar e padronizar, fixar tipo chumbar no chão nossas barracas, porque montar e desmontar todo dia é que é a grande dificuldade, gostaria que fosse um local melhor, tipo barraca fixa seria a grande melhora. (11/10/2006)

Nos depoimentos de meus informantes, e por meio do convívio cotidiano no *comércio de rua*, fui percebendo que um dos grandes fatores de *dificuldade* e *dureza*, conforme os *comerciantes de rua* entrevistados, corresponde ao esforço diário da montagem e desmonte. Esta questão está relacionada com a necessidade da produção de um sistema estrutural que garanta estabilidade e fixação do espaço de labuta. Esta ânsia pela conquista de um espaço de trabalho estabilizado (respeitado, legitimado e reconhecido pelo poder público) é apontada pelos atores sociais, como produto possível de lutas e esforços coletivos, assim como pela sensibilização do Poder Público, que deveria, segundo eles, ao invés de vê-los como obstáculo, entendê-los como trabalhadores que buscam soluções na precariedade (falta de emprego e condições de trabalho) do mundo do trabalho em São Luís do Maranhão. Com este esforço coletivo e parceria com o Poder Público, as condições de precariedade seriam amenizadas. Para embasar suas inferências os *comerciantes de rua* fazem destaque a outros *Centros de Comércio de Rua*, como Rua do Cheiro em Fortaleza:

Lá tem tudo, as barraquinhas tudo organizadas, tem estacionamento para as excursões, atrai um monte de *comerciantes de rua* do Nordeste. Fora os turistas, não é? É lá em Fortaleza na Rua do Cheiro; eita se em São Luís fosse assim! (ANDRÉA, 10/10/2006)

De forma geral, as duas etapas de ação enfatizadas aqui, mostram processos de construção da labuta em meio à precariedade de condições, além disso, revelam performances (GOFFMAN, 1985) de mulheres e homens comuns em seus esforços e modos cotidianos na manipulação de suas ferramentas e meios de trabalho. A montagem e o desmonte dos *standings* proporciona ainda, a visualização das trajetórias e dos horários dos fluxos de trabalhadores e pessoas no *comércio de rua*.

3.2. A visualização da montagem

São aproximadamente cinco e meia da manhã, as ruas do Centro de São Luís ainda estão praticamente vazias. Novamente estou em meio a mais um dia que inicia. O silêncio e o fluxo reduzido de pessoas começa a dar espaço às passadas rápidas dos *carregadores* e ao som metálico das rodas dos carrinhos de carga. Chegadas às seis horas da manhã, *comerciantes de rua* e *carregadores* dão início ao processo de montagem do *outdoor standing*, e o espaço vazio das vias começa a ser transmutado em espaço de existência social, palco da labuta diária dos *comerciantes de rua*. Nestas primeiras horas é que consegui observar e sistematizar descrições sobre o processo de montagem das barracas. Para o leitor visualizar de forma mais precisa a performance da montagem, sistematizei-a em cinco atos ou etapas. Vejamos as descrições.

Os *comerciantes de rua* chegam entre seis dez e sete horas da manhã, momento em que esperam a chegada dos *carregadores* com as ferramentas de trabalho, meios de trabalho e as mercadorias, que formarão como um todo o *standing* (caixotes, esqueleto da barraca desmontada, barbantes, lonas e mercadorias.). Anteriormente, fiz referência às representações locais de que as etapas da montagem e desmonte dos *standings* seriam momentos de dureza e desgaste, sendo o momento penoso do trabalho de rua, mas é importante destacar, que além disso, representam também momentos de recreação em que os *comerciantes de rua* de seções próximas confraternizam-se conversando, brincando entre si e ajudando-se mutuamente. Marcadamente às segundas e às quintas-feiras, depois da rodada do campeonato brasileiro, o início do dia é marcado pelas discussões sobre futebol, regadas a gargalhadas e provocações entre os *comerciantes de rua* torcedores de times adversários. Esta etapa inicial é também representada pelo intervalo de tempo em que se faz a refeição do café da manhã, que é oferecido por *cafeteiras ambulantes* ou barracas próximas a cada setor do *comércio de rua*.

Assim, o processo de montagem não é apenas um momento de dureza e dificuldade, sendo também ocasião de ter uma boa conversa, trocar experiências, fazer debates sobre futebol e política.

A ETAPA I ou ATO I da montagem é caracterizado pela espera e recepção dos meios de trabalho. É importante referenciar que alguns *camelôs* realizam o próprio transporte de seus materiais de trabalho, assim não esperam os *carregadores* trazerem dos depósitos. Esta etapa, ainda açambarca o desatar o feixe de ferros que formam a estrutura da barraca, espalhá-los no chão e classificá-los.

É assim que o senhor Souza. chega às seis e meia da manhã e seu material de trabalho já se encontra no *ponto de trabalho*. Daí, em meio às conversas sobre política local e brincadeiras sobre a derrota do time de senhor Pedro, os feixes de metais são desatados e espalhados no chão. Depois disso são classificados para facilitar a montagem do esqueleto da barraca. A lona do telhado ainda fica de lado amarrada, para evitar que o vento forte a leve. Enquanto isso, alguns *carregadores* montam as barracas de *comerciantes de rua*. O caixote de mercadorias é aberto por Souza, Josefina e Martins para pegarem alguns barbantes para a fixação do esqueleto da barraca. As mercadorias ainda não são manipuladas. O vai e vem dos *carregadores* aumenta proporcionalmente à chegada de mais *comerciantes de rua* no *standing*. Uma verdadeira linha de montagem inicia-se no bojo do *comércio de rua* de São Luís.

Depois da classificação das conexões da estrutura da barraca, inicia-se o encaixe destas para a montagem do esqueleto do *standing* (ATO II). Desta maneira, cada parte vai sendo conectada à outra, até surgir o esqueleto tridimensional da barraca. Esta montagem é bem complicada para quem “não é acostumado”, pois as peças são muito semelhantes. Eu mesmo fui desafiado por dona Raimunda a ajudar na montagem, e acabei me complicando, mesmo já tendo observado várias vezes o processo. Raimunda assim me disse: “meu filho, isto aqui se aprende é fazendo, é costume”. Em média, de dez a vinte minutos o esqueleto está montado. Daí inicia-se o ATO III.

Foto 3 – Feixe de metais que formam o esqueleto tridimensional da barraca



Com a estrutura metálica erguida os *comerciantes de rua* dão início ao ATO III, começam a colocação de pequenas tábuas e/ou compensados na parte mediana da barraca, onde formar-se-á o *tabuleiro-mesa*, mostruário comum a todas as barracas. A fixação das pequenas tábuas é realizada a partir de uma técnica muito interessante de se descrever: dona Josefina coloca as ripas paralelamente enfileiradas de uma ponta a outra da região mediana da estrutura do *standing*, em seguida estas são fixadas por um barbante contínuo num literal trançado, como uma costura. Depois de fixadas as pequenas ripas, ou da simples colocação de uma folha de compensado, os *comerciantes de rua* forram o *tabuleiro-mesa* com folhas de papelão ou panos, para proteger as mercadorias que ali serão colocadas.

Chegamos ao ATO IV. Com a estrutura praticamente erguida, a Cândida arrasta o caixote de mercadorias para frente da armação do *standing*, sobe neste e começa a colocação da lona no telhado. Com uma vara de madeira (cabo de vassoura), a Cândida estica o plástico azul de uma ponta à outra, de modo que cubra toda a parte superior do esqueleto de metal. Com barbantes amarra as pontas da lona na estrutura de metal, com o mesmo barbante estica a lona puxando e amarrando na parte superior da barraca. Mais ou menos em cinco a dez minutos o teto do *standing* está concluído. Algumas bancas necessitam umas das outras para fixação das lonas e amarração dos barbantes, em alguns casos uma barraca amarra-se literalmente à outra. Depois da fixação da lona, alguns *comerciantes de rua* amarram barbantes no centro da barraca para regular o equilíbrio da estrutura, para tanto também usam um sistema de contra-pesos e calços de madeira e pedra.

Foto 4 – Estrutura tridimensional montada e caixas de mercadorias



Todas as etapas supradescritas podem ser realizadas integralmente pelos *carregadores* (isto é acordado entre as partes através do contrato verbal e pago na taxa de transporte) com a ausência completa do *comerciante de rua*. Por isso, há ocasiões em que o observador de campo perceberá que muitos *comerciantes de rua* chegam ao local de trabalho e a estrutura da barraca já está parcialmente montada. Entretanto, o último ato (V), que corresponde à retirada das mercadorias do caixote e sua organização no *standing*, é exclusivo dos *comerciantes de rua*. Assim, em depoimento Martins disse: “a mercadoria só nós mexemos, pois aí é que está nosso controle sobre elas, os carregadores podem arrumar errado, ou até mesmo levar alguma coisa, quem garante?”. Este último ato é composto pela organização das mercadorias no *standing* (*arrumação*).

Em aproximadamente vinte e cinco a trinta minutos a montagem da barraca está concluída, a partir daí os *comerciantes de rua* arrastam os caixotes para frente do *standing* e começam a retirar as mercadorias e algumas ferramentas de trabalho. A organização dos *standings* varia, em alguns aspectos, de acordo com o tipo de produto e/ou serviço oferecido. Destarte, dona Cândida que trabalha com confecções, inicia a retirada das peças de roupa, as estica, bate a poeira e as coloca sobre o *tabuleiro-mesa*. Depois disto, põe algumas peças em cabides pendurados no teto da barraca para servirem de chamativo para os clientes que passam na rua. Outras peças permanecem em sacos plásticos e são organizadas no *tabuleiro-*

mesa. Em uma média de dez a quinze minutos a comerciante Cândida conclui a *arrumação* de seu *standing*.

Martins, vendedor de rádio e pequenos eletrônicos da Magalhães de Almeida, chega à rua entre as seis e cinqüenta e sete horas da manhã, momento em que o *carregador* já montara o esqueleto da barraca. O Comerciante Martins só organiza o *tabuleiro-mesa* e fixa a lona da barraca. Em seguida, inicia a organização de seu *standing*. Geralmente, os *standings* de pequenos eletrônicos e miudezas possuem apenas *tabuleiro-mesa*, onde são colocadas as mercadorias. Há outros casos de barracas com *tabuleiros-verticais* (venda de mídias, confecções, vídeo games e acessórios de couro).

No caso de Martins, há apenas a organização no *tabuleiro-mesa*. As mercadorias deste comerciante também são penduradas em barbantes amarrados no teto da barraca. Uma questão importante de se destacar é que, no caso deste *comerciante de rua*, há um contrato verbal entre este e o *carregador* no que se refere à montagem da barraca.

As mercadorias que ficam expostas no *standing* podem ser manipuladas pelos clientes. Assim, concluída a barraca em todas as suas etapas, por volta das nove horas da manhã fregueses começam a se aproximar da barraca de Martins, ligam rádios, perguntam sobre as pilhas, analisam o preço e a estética do produto. Alguns entram em negociação, outros saem. Esta possibilidade de manipulação constante dos produtos estandartizados faz com que o processo de organização da exposição dos produtos seja constante. Martins disse que esta arrumação não é somente ato organizativo, mas também é um ato de fiscalização e contabilidade visual dos produtos. Já dona Josefina afirmou que há a necessidade de arrumação constante “*porque tem gente que vem para roubar*”.

Tem vagabundo que encosta, olha, olha [...] não fala nada, aproveita quando estamos sem prestar atenção, mexe, aí se não ficarmos de olho, levam alguma coisa. Tu num viu ainda agorinha, aqueles três na barraca da menina ali, cheios de sugestão, pegando as peças, dei logo um toque a ela (JOSEFINA, 10/10/2006)

As ações correspondentes à arrumação pós-montagem representam, além de organizar e embelezar o *standing* para a atração da clientela, um ato de fiscalização e contabilização via o senso prático (WEBER, 2002).

Um outro caso interessante de organização do *stand* refere-se ao das barracas de prestação de serviços, vejamos a descrição.

As barracas de prestação de serviços, geralmente, são mais abertas e espaçosas, além de equipadas com ferramentas necessárias para a realização do serviço. A montagem destas barracas possui os mesmos atos já destacados, porém há algumas especificidades, assim vejamos.

Charles, prestador de serviços de reparos de vídeo games, inicia a organização do *standing* distribuindo no *tabuleiro-mesa* algumas mercadorias específicas de vídeo games (controles, jogos, fontes etc.); além disso, ao lado da barraca, um dos caixotes é ajustado como mesa de conserto, onde aparelhos são desmontados e reparados. Esta barraca é equipada com ferros de solda, multímetros e uma TV para o teste dos aparelhos. Com o *standing* armado, este comerciante inicia seu trabalho: desparafusa o aparelho de um cliente, observa e analisa os circuitos buscando atentamente detectar a possível avaria e vai seguindo esquemas eletrônicos (que apontam diagnósticos possíveis) anotados em um caderno. A partir daí, inicia os testes com o multímetro e constata que alguns micro-chips estavam com defeito, retira-os com uma pinça e os troca. Com o videogame aberto, dá uma rajada de ar quente com um secador de cabelo para consolidar a solda dos chips, em seguida inicia a fase de testes. Charles me olha, liga a TV, e no primeiro teste o aparelho funciona, e me diz: “viu é só experiência e saber seguir os esquemas eletrônicos”. Ele coloca outro jogo no aparelho, o qual não funciona, troca-o novamente e o videogame volta a funcionar. Daí conclui que há problemas no leitor óptico, retira-o e troca. Em seguida faz novos testes e tudo volta a funcionar.

Nesta situação aproveitei e perguntei a Charles se ele consertaria qualquer placa eletrônica. Ele respondeu que não garantia. Mas no caso de videogames ele segue as rotinas adquiridas na sua experiência de trabalho anterior e garante tudo. Relatou ainda que aprendeu a manipular aparelhos eletrônicos em uma assistência técnica onde trabalhara há anos. Assim que saiu da assistência, montou seu próprio negócio.

A barraca de Charles, assim como outras de prestação de serviços, é organizada de modo que ocorra a necessária exibição da performance (GOFFMAN, 1985) do conserto, pois é esta, segundo Charles, que garante a confiança no seu serviço. Mas a performance em si não garante, o que dá credibilidade é a conjugação de performance (GOFFMAN, 1985) e sucesso no conserto. Mais à frente, construí um tópico específico para analisar e classificar os tipos de serviços oferecidos no *comércio de rua*, lá aprofundo questões relativas à performance (GOFFMAN, 1985).

Feita estas descrições sobre o processo de montagem e/ou arrumação e uso das ferramentas de trabalho no *comércio de rua*, posso agora focalizar o sistema de desmonte dos *standings*.

3.3. Visualização do desmonte

A partir das dezessete horas os *comerciantes de rua* iniciam o processo de desmonte dos *standings*. No fim da tarde, à proporção que anoitece, os atores sociais do *comércio de rua* começam sua diária retirada. Novamente, emergem dos *depósitos* os *carregadores* e seus carrinhos de carga, para agora transportarem o material de trabalho dos *camelôs* para os depósitos respectivos.

Os *comerciantes de rua* desmontam seus *standings* a partir do recolhimento das mercadorias e ferramentas, estas são retiradas do *tabuleiro-mesa* e limpas, antes de serem guardadas nos caixotes. No caso dos pequenos eletrônicos, as amostras são colocadas em suas embalagens e depositadas nos caixotes, assim como os relógios, brinquedos, bolsas e acessórios de couro. Já as confecções são dobradas e empilhadas de modo que evite que sejam amarrotadas. Alguns vendedores de confecções utilizam o próprio forro de pano do *tabuleiro-mesa* como trouxa, que será amarada e colocada no caixote.

A *comerciante de rua* Josefina olha para o relógio e diz: “opa, já está na hora”. Rapidamente, abre os caixotes, em seguida pega nas pontas do forro de pano do *tabuleiro-mesa* e com este faz uma trouxa (pilha de roupas), que é amarada com um barbante e colocada no caixote. Depois disso, Josefina fecha o caixote e inicia o desmonte da estrutura.

Assim como na montagem, há *comerciantes de rua* que apenas guardam as mercadorias e deixam o desmonte sob a responsabilidade dos *carregadores*. No caso da Elza, vendedora de bolsas e acessórios de couro, também retiram cuidadosamente as peças do *standing* (*tabuleiro-mesa* e dos cordões onde estavam penduradas) e as depositam nos caixotes. Em seguida fecham os caixotes com cadeados e desmontam a estrutura de ferro da barraca, começando pela retirada da lona e depois com o desencaixamento das peças de metal do esqueleto da barraca, que serão amarradas em feixe e colocadas em cima do caixote fechado, juntamente com a lona dobrada e amarrada com barbantes.

A desmontagem das barracas dura em média cerca de vinte a quarenta minutos, pois em muitas ocasiões o momento de retirada do *comércio de rua* acaba tendo um certo fluxo de transeuntes, em maioria pessoas que trabalham nas lojas do Centro, que muitas vezes param

nos *standings* em desmonte para comprar alguma coisa. Não é incomum presenciar um *comerciante de rua* vendendo algum produto já com a barraca totalmente desmontada. Desta maneira, enquanto ocorre a retirada das barracas o fluxo de negociações ainda não cessou por completo, fato que produz a variação de tempo de desmonte.

Finalizado o desmonte como um todo, “alguns camelôs esperam os carregadores levarem os materiais para os depósitos, assim como outros vão embora e deixam a cargo da vigilância da vizinhança e dos carregadores” (LUÍS. 17/04/2006).

Com isso, entre dezoito e vinte e trinta horas, as travessas, avenidas e praças do *comércio de rua*, ao invés de completamente desabitadas, ainda permanecem ocupadas por *camelôs* e *carregadores*. É importante destacar que, enquanto ocorre o desmonte dos *standings* de venda, emergem das entranhas do Centro de São Luís mais duas categorias de trabalhadores urbanos: os *catadores* de plásticos e papéis e as *vendedoras de churrasquinhos*.

Enquanto as dezessete e dezoito horas demarcam o fim do dia de trabalho para a maioria dos *comerciantes de rua*, este momento representa o início do trabalho das barracas de churrasquinho e dos *catadores* de papéis e plásticos. O foco principal das barracas de churrasquinhos é no fim da Travessa do Cine-Passeio, mais precisamente na calçada do Colégio Maristas. A partir das dezessete horas, enquanto os *camelôs* desmontam suas barracas e os trabalhadores do Centro finalizam sua jornada de trabalho, a *comerciante de rua* Chica chega na calçada do Maristas, juntamente com Fátima, empurrando seus carrinhos de churrasquinho, e iniciam a montagem de seu espaço de trabalho. As barracas de churrasquinhos, na verdade, são carrinhos equipados com um fogareiro, isopores e algumas gavetas onde são guardados os copos, colheres e pratos descartáveis.

É importante referenciar que as barracas de churrasquinhos são espaços de trabalho de mulheres, assim sendo uma prática de labuta feminina no *comércio de rua*. As churrasqueiras do Colégio Maristas são uma prática já tradicional para os padrões instáveis do *comércio de rua*, pois estão no ramo há cinco anos, e foram para tal localização após serem retiradas da Praça Deodoro no início de 2006. Os próprios clientes já conhecem as vendedoras de churrasquinho pelo nome e em algumas oportunidades fazem compras fiado, o que é indicador dessa relação de conhecimento mútuo.

Além dos carrinhos, as vendedoras trazem cadeiras e mesas que são colocadas encostadas no muro, para assim criar um espaço de refeição, ao mesmo tempo em que se preocupam em organizar bem estas estruturas para não atrapalhar a passagem de transeuntes.

Os clientes destas *vendedoras de churrasquinho* não são apenas estudantes, trabalhadores das lojas do centro e camelôs, mas abrangem também pessoas que passam de carro e param para comprar tal refeição.

A partir das dezoito horas os *catadores* de plástico e papel podem ser encontrados em todas as travessas, ruas e avenidas que possuem fluxo comercial. Estes chegam com carros-de-mão e carroças puxadas por animais, transportes em que vão depositando os materiais aproveitáveis para negociação. Há também, alguns *comerciantes de rua ambulantes* que se dirigem para a Rua Grande neste horário para aproveitar o fluxo de saída de pessoas das lojas. Estes *ambulantes* são aqueles que possuem um tabuleiro ou mostruário pequeno e móvel, que facilita o transporte.

Creio que as descrições tenham mostrado ao leitor que a montagem e o desmonte dos *standings* são momentos perpassados por uma rede social de realidades plurais, na qual há vários trabalhadores *precários* interligados tentando sobreviver através de formas alternativas de obtenção de recursos financeiros. Aqui apresentei meandros da ação social (WEBER, M., 1999) de homens e mulheres comuns que se repetem diariamente e assim produzem uma *teia* cotidiana de atores sociais que buscam dentro da precariedade e exclusão, o respeito, a dignidade e, acima de tudo, a necessidade de ser reconhecido como *lutador, guerreiro e artista de rua*²⁴.

Esta descrição densa objetivou revelar a formação de uma rede de interconexão de ações de *atores* que buscam inventar e reinventar diariamente sentidos práticos e noções de labuta (racionalidades locais). Deste modo, há uma rede de divisão do trabalho ampla e diversificada que se emaranha nos meandros cotidianos da tessitura urbana do Centro de São Luís, e que apesar da precariedade, servem de palco e base de sustento de vários jovens, pais e mães de família, senhores e senhoras, de modo geral, de pessoas comuns que buscam acima de tudo o respeito.

3.4. A descrição do sistema de transporte: carrinhos e carregadores

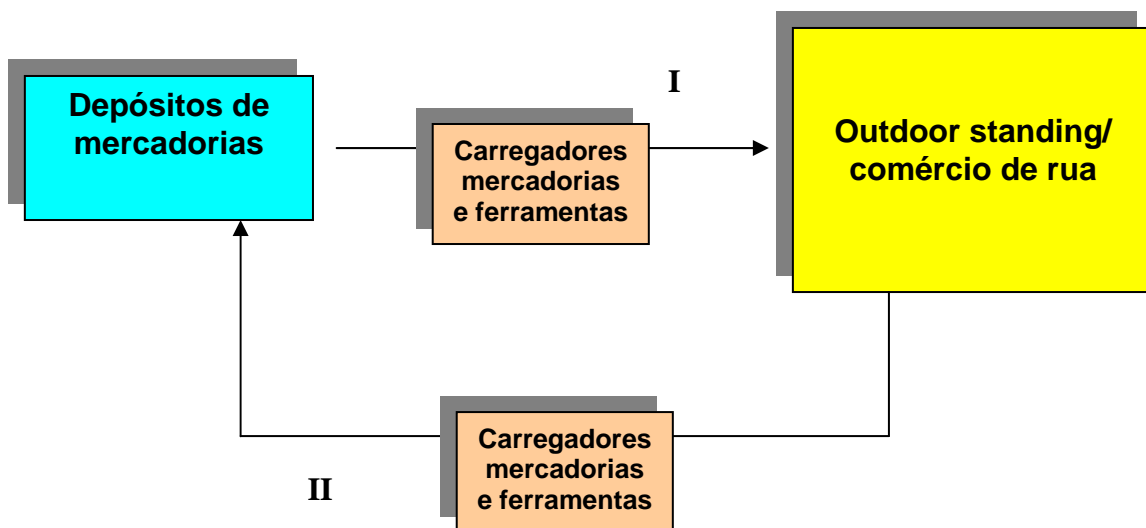
O trabalho dos *carregadores* é um serviço que pode ser definido como parte constitutiva do processo de construção do *sistema comercial de rua*. Desta maneira, os *carregadores* emaranham-se na rede de divisão do trabalho como fatores de integração entre o depósito e o *standing*. Assim como são fatores de agregação de valor às mercadorias

²⁴ Relatos dos comerciantes de rua Andréa, Batista e Baltazar.

(MARX,1998, vol I), são custos necessários à viabilização da construção diária do *comércio de rua* (MEIRELLES, 2006).

Já foi dito que o trabalho dos *carregadores* possui como ápice as etapas de montagem e desmonte dos *standings* do *comércio de rua*. Além disso, o transporte realizado pelos *carregadores* é indicador da direção do fluxo de pessoas e mercadorias na *rede do comércio de rua*, como mostra o diagrama a seguir:

Diagrama 1 - Fluxo depósito, carregadores e standing



I= Etapa de montagem

II= Etapa de desmonte

Feita esta apresentação das implicações gerais dos *carregadores* no sistema do *comércio de rua*, é importante responder a seguinte questão: como e através de que ferramentas de trabalho é realizado o transporte?

Inicialmente, os *carregadores* estão vinculados a algum depósito de mercadorias (porém isto não impede de fazer serviços de transporte não vinculados ao depósito), em que guardam os carrinhos de carga, suas principais ferramentas de trabalho. No início da etapa de

montagem do *comércio de rua*, estes pegam seus carrinhos de carga e começam o transporte das ferramentas e mercadorias dos *comerciantes de rua*.

Aproximadamente entre cinco e quarenta e seis da manhã, o *carregador* Joselito chega ao depósito, localiza o carrinho mais adequado e dirige-se para os caixotes de seus clientes. Coloca um dos caixotes em cima do carrinho juntamente com a estrutura de ferro das barracas. Em seguida, retira-se do depósito empurrando o carrinho carregado até o ponto de trabalho do *comerciante de rua*-cliente. Esta situação repete-se aproximadamente de dez a quinze vezes, sobre isso o *carregador* Joselito diz: “faço uns dez transportes mais ou menos, pela manhã e pela noite, de manhã dez, à noite mais dez, os mesmos né?” (25/05/2006).

Os carrinhos de carga são diversificados, podendo ser classificados por quantidade de carga, por eixos, quantidades de rodas e material do qual é produzido. Adotei a classificação por quantidade de rodas e por tipo de carga. Destarte cataloguei quatro tipos predominantes.

1. *Carrinhos com quatro rodas com uma corda para ser puxado*: a técnica de uso compõe-se da aplicação de força puxando a corda frontal e do ato de empurrar o carrinho na parte traseira. Este tipo de transporte é utilizado em ladeiras que pela inclinação exigem maior aplicação de força motriz para o deslocamento. Percebi que alguns destes carrinhos possuem rodas de metal conjugado a borracha, e pneus com câmara. A maioria destes carros são de metal e não são de produção artesanal;
2. *Carrinhos de rolamento*: são produzidos artesanalmente de madeira e com rodas de metal que são rolamentos de automóveis conseguidos em ferros-velho. Possuem quatro rodas e são mais utilizados em ruas asfaltadas, porque em ruas de paralelepípedo o deslocamento é difícil. A aplicação de força física requer o uso de cordas (cabo de força) para serem puxados frontalmente; ou por meio empurrões na traseira;
3. *Carros-de-mão*: são meios comprados em lojas de material de construção. Esses possuem dois braços em que o carregador levanta a carga e aplica força motriz para o deslocamento. Estes são utilizados preponderantemente no transporte nas travessas e suportam menor quantidade de cargas, devido a limitação dimensional;
4. *Carrinhos com duas rodas*: são carrinhos verticais que possuem rodas de borracha ou pneus com câmara de ar. Estes são comuns em almoxarifados e depósitos de lojas, assim sendo de fabricação não artesanal e feitos de metal. São empurrados por apenas

uma pessoa e suportam pouca carga. Os *comerciantes de rua* que carregam suas mercadorias, utilizam predominantemente esta categoria de carrinho de carga.

Os carrinhos de carga são as ferramentas de trabalho dos *carregadores*, assim como meio de transporte, ou fator de conexão entre depósito e *outdoor standing*. O depósito representa na *rede comercial de rua* a paralisação do círculo do comércio por um determinado intervalo de tempo, que pode ser o necessário ou o oneroso. O necessário representa o intervalo de tempo de uma etapa de desmonte até uma etapa de montagem seguinte, assim sendo uma noite o tempo de depósito necessário. Já o tempo de depósito oneroso, corresponde ao intervalo de tempo que supera uma noite (*uma dormida*), situação que produz a perda de vendas.

A estagnação comercial representada pelo depósito (tempo de depósito necessário e oneroso) é quebrada pelo processo dinâmico de transporte realizado em sua grande maioria pelos *carregadores*. Destarte, o *outdoor standing* é palco dos atos dinâmicos das negociações e interações sociais; já os depósitos, são os locais de hibernação das expectativas de ação.

3.5. Horários: notas sobre dinâmicas e pesquisa de campo

Vejamos agora a sistematização da jornada de trabalho, práticas e performances no *comércio de rua* segundo os horários do dia de acordo com a dinâmica mensal.

O trabalho no *comércio de rua* inicia-se entre cinco e quarenta e seis horas da manhã, momento marcado pela circulação de *carregadores*, montagem das barracas, presença de barracas de café, bem como de *ambulantes* vendedores de café e salada de frutas.

Das dez às onze e meia ocorre o gradativo aumento das vendas, este é o primeiro horário de pique no dia do *comércio de rua*. Do meio-dia até por volta das catorze e quarenta há uma redução no fluxo das vendas; esta fase do dia é marcada pelo almoço dos *camelôs*. Destarte, circulam por entre os corredores de barracas os entregadores de quentinha. Chegada às quinze horas, inicia-se um novo horário de pique de vendas, perdurando até por volta das dezessete horas. Neste intervalo de tempo, ocorrem os lanches e conseqüentemente a circulação dos vendedores ambulantes que comercializam diversos tipos de alimentos (caldo, sorvete, salgados, salada de fruta etc.).

Por volta das dezessete e trinta, os *camelôs* iniciam o processo de desmonte dos *standings*, assim como as lojas da Rua Grande começam a se preparar para fecharem as portas. Novamente surgem os *carregadores*, porém, agora, levarão os *standings* e mercadorias dos *camelôs* para os depósitos. Ao mesmo tempo que os *standings* de venda são desmontados, as *churrasqueiras* começam a montar suas instalações na calçada do Maristas e em algumas esquinas das transversais da Rua Grande.

Às dezenove horas, ainda há *camelôs* desmontando barracas e *carregadores* trabalhando. Alguns vendedores com *standings móveis* dirigem-se para a Rua Grande para tentar aproveitar o movimento de trabalhadores saindo das lojas. Por volta das vinte horas encontrei ainda *catadores* de plástico e papéis circulando com suas carroças e carros de mão no Centro de São Luís.

Destacando agora a dinâmica econômico-social do *comércio de rua* mensalmente, os *camelôs* dividem esta em dois momentos: primeira quinzena do mês e segunda quinzena do mês.

A **primeira quinzena** corresponde ao pique mensal das vendas e negociações (compra e pagamento de fornecedores), período que coincide com o pagamento dos funcionários públicos de São Luís. Por outro lado, a segunda quinzena do mês é demarcada pela queda gradativa das vendas e negociações. Este, segundo meus informantes é o momento ideal para investir em *excursões de venda*.

Sistematizei esta descrição segundo horários de pique e redução, devido à necessidade de organização de minhas visitas de campo, pois percebi que tinha que respeitar as dinâmicas de trabalho segundo horários para não atrapalhar os *comerciantes de rua*. Este item foi incluído para servir de embasamento metodológico assim os momentos mais convenientes para observação de campo são os de pique, pois nestes as dinâmicas, práticas e performances cotidianas ocorrerem com mais frequência e intensidade. Já as entrevistas têm como momento mais propício os períodos de redução do fluxo das vendas.

É importante destacar, que esta sistematização metodológica de horários, só foi possível devido ao próprio trabalho de campo. A meu ver, somente por meio deste é que o pesquisador consegue organizar parâmetros para uma observação mais precisa e que leve em conta as dinâmicas dos atores sociais estudados.

3.6. As estratégias de abastecimento de mercadorias da economia do comércio de rua

Pequenos eletrônicos, miudezas, brinquedos, roupas, acessórios de couro, confecções, calçados, lanternas, redes e muito mais professor, você encontra tudo no camelô, o camelô tem tudo (MARTINS, 07/10/2006).

Como introduz Martins, há uma infinidade de produtos no bojo do *comércio de rua*, fato que fundamenta a representação de que *tudo se encontra no camelô*. Esta inferência baseia-se na ampla variedade de produtos e serviços oferecidos. Para entendermos como esse repertório de mercadorias se espalha e se renova no *comércio de rua* preciso apresentar o sistema de abastecimento de mercadorias.

Considerarei sistema de abastecimento pois este é caracterizado por regularidades, que se organizam em um sistema próprio de gestão de mercadorias. Esta gestão estende-se desde a compra de mercadorias em fornecedores, contabilidade prática, gestão dos custos e lucros e deslocamentos para a compra de mercadorias. Baseando-se nestas estratégias dos *camelôs*, consegui definir quatro formas de gestão de mercadorias no que tange ao abastecimento.

Após um mês de vendas Gomes contabiliza seus lucros por meio de anotações feitas em cadernetas, comparando os produtos que foram vendidos com o recurso adquirido, depois avalia se este foi suficiente para pagar as contas e se sobrou algo para repor as mercadorias, ou melhor, para reinvestir no negócio: “daí o que sobra reaplico na compra de mais peças”. Gomes (10/10/2006) como vendedor de confecções, possui duas possibilidades de abastecimento: *a excursão de abastecimento e/ou compra em sacoleiros*.

As excursões de abastecimento são viagens realizadas e organizadas por *sacoleiros*, que em alguns casos compram produtos sob encomenda dos *camelôs*. Alguns *comerciantes de rua* participam destas viagens como meio de renovar ou repor seu estoque de mercadorias, porém esta prática não é regular, visto que implica em ausência temporária no *outdoor standing*, que como já enfatizei, gera o tempo oneroso e conseqüente perda de vendas.

Em alguns casos, verificamos *comerciantes de rua* que realizam excursão de abastecimento, assim eliminam intermediários e/ou atravessadores, o que reduz custos na compra de mercadorias. Além disso, são nessas excursões que os *comerciantes de rua* entram em contato com outros Centros de Comércio Popular, adquirindo conhecimentos de seu ofício para além das fronteiras do Estado do Maranhão. É importante destacar que estas excursões

também podem se transmutar em momentos em que o trabalho árduo e precário na Rua possibilita momentos de lazer e intercâmbio com outras realidades urbanas.

A *comerciante de rua* Andréa disse-me: “Cosme, as excursões acabam nos dando a oportunidade de conhecer um outro local, não é? Tipo a Rua do Cheiro em Fortaleza e o comércio de confecção em Pernambuco!” (09/10/2006). Como já enfatizei, estas viagens são menos comuns entre os *camelôs*, pois produzem custos (com a viagem e com a ausência no *standing*), apesar de eliminarem os custos dos intermediários. Esta forma de abastecimento é marcadamente uma área de atuação dos *sacoleiros*.

Os *sacoleiros* também atuam da seguinte maneira: consolidados os amplos corredores a céu aberto de *standings* de venda, começam a emergir em meio aos clientes e transeuntes, senhoras e alguns jovens com grandes bolsas, outros com sacolas cheias de mercadorias para oferecer aos *comerciantes de rua*. Presenciei várias vezes estas situações e geralmente ocorria da seguinte forma: o *sacoleiro* dirige-se às seções de venda que coincidem com as mercadorias oferecidas; abrem as sacolas; mostram as novidades; e ainda entregam encomendas feitas pelos *comerciantes de rua*.

Os *sacoleiros* são, sob minha ótica, um elemento da rede que indica pontos de renovação, capacidade de adaptação e interconexão do *comércio de rua* de São Luís com outros centros de produção e comercialização de mercadorias do Brasil e, em alguns casos, com centros de outros países. As viagens de abastecimento são para os Estados do Ceará e Pernambuco²⁵, onde são comprados calçados, acessórios de couro, confecções e redes. Há viagens para o Paraguai, mas estas estão reduzidas pois fornecem pequenos eletrônicos e alguns importados, que podem ser adquiridos em lojas de atacado locais, em que os riscos de perda dos investimentos é praticamente nenhum. Sobre as viagens Júlio relata: “já teve época que viajar dava lucro, mas hoje não é negócio, pra comprar importado, compramos aqui mesmo em lojas de atacado, é tipo bombom, ninguém vai viajar para comprar porque tem aqui mesmo” (03/10/2006).

Dentro do sistema de abastecimento via *sacoleiros* há os que fornecem roupas e bordados que são produzidos pela economia doméstica de São Luís. Deste modo, o *comércio de rua* também é abastecido pela produção de costureiras locais. Geralmente, os vendedores

²⁵ Caruaru é um dos importantes locais de compra de mercadorias onde é possível a compra de produtos importados e principalmente confecções. De acordo com Lyra (2005), nesta feira as mercadorias mais vendidas são confecções, mas na feira há uma parte de confecções e uma de importados, chamada de feira do Paraguai, na qual se pode adquirir importados. Artigo Sulanca x Muamba: rede social que alimenta a migração de retorno (LYRA, 2005).

de confecções recebem os produtos dos produtores domésticos e os vendem retirando uma porcentagem e pagando a outra parte para o fornecedor.

O abastecimento via *sacoleiros-viajantes* corresponde à compra de terceiros, ou seja, há intermediários no sistema de compra de mercadorias. No caso dos *sacoleiros-costureiras*, ocorre a compra direta nos produtores, o que caracteriza a redução de intermediários e conseqüentes custos agregados à mercadoria (viagens, passagem, transporte etc.). O caso das costureiras chamou-me atenção, pois revela um processo de integração da produção doméstica local com o *comércio de rua*. Fato este que se estimulado, poderia proporcionar dinamicidade em ambos os setores econômicos.

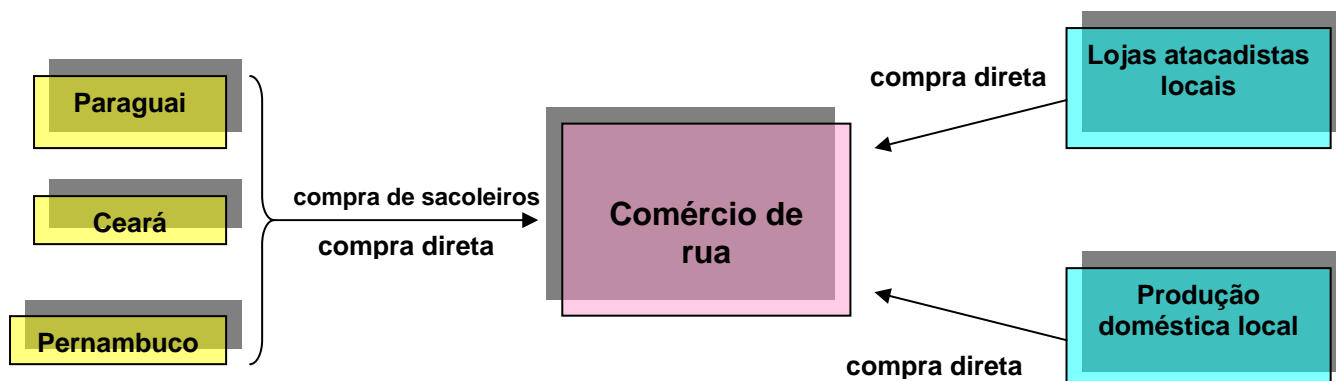
As viagens para compra de produtos importados, segundo os depoimentos dos informantes, apresentam-se reduzidas devido ao aumento da fiscalização na fronteira (Foz do Iguaçu) e de assaltos no decorrer da viagem, o que eleva bastante os custos da viagem e os riscos de perdas (parciais ou totais) do dinheiro investido. Assim, hoje, tal prática acaba sendo representada como uma forma de risco elevada (“não é que não tenha mais, mas o risco de perder o dinheiro é constante, Júlio”). Eis porque nos depoimentos as viagens para compra de importados surgem como: “é arriscar”, “é um risco”, “tem pouca garantia”. Deste modo, acaba sendo mais viável e seguro a compra de produtos importados em lojas atacadistas locais.

Outra forma de abastecimento: a compra em lojas de miudezas e importados locais. Este tipo de provimento de mercadorias demonstra que a *rede comercial de rua* também está integrada ao sistema comercial formal de lojas de atacado de São Luís.

O sistema de gestão de abastecimento permite a visualização de círculos variados de comércio, que revelam as interconexões entre o *comércio de rua* de São Luís com outros centros de produção e comercialização de mercadorias, lojas de atacados em São Luís e pequenos produtores domésticos de confecções. São por tais razões que considere o abastecimento como um exemplo paradigmático das formas e práticas organizacionais da economia do comércio de rua (senso prático) inseridas num contexto de precariedade de condições sócio-econômicas e de falta de apoio do poder público.

Para finalizar este item vejamos o diagrama de interconexões correspondentes ao sistema de abastecimento:

Diagrama 2 – Sistema de abastecimento do *comércio de rua*



3.7 Excursões de Venda

Vamos a festejos para vender, aí lá conhecemos muita gente e lá as vendas são boas. Já fui em Rosário, São Raimundo, Peri-mirim e Cururupu [...]. Até dia quinze, o movimento daqui é bom, por isso se o festejo cair nos quinze últimos dias do mês, vamos mesmo [...](MARTINS, 07/10/06).

O depoimento acima revela que além de *excursões de abastecimento*, há as de venda. Estas são realizadas em épocas de festejos em municípios do interior do Estado. De acordo com alguns informantes, a ida para este tipo de excursão vai de junho a dezembro, período de abertura de festejos no interior. Os critérios para execução da empreitada dependem do nível de comercialização que está ocorrendo no mês; assim, é mais viável viajar nos momentos de redução do ritmo das vendas: “do dia quinze para frente” (MARTINS).

Não são todos os *comerciantes de rua* que participam destas viagens, somente alguns, predominantemente os da Avenida Magalhães de Almeida e alguns das travessas finais da Rua Grande. Perguntei a respeito a alguns *camelôs* da Travessa do Cine-passeio, Mangueira e Deodoro, ele responderam que não iam a tais excursões porque o fluxo de venda deles é regular durante o mês, apesar de também ocorrer um decréscimo na segunda quinzena. Deste modo, as excursões de venda predominam entre os *comerciantes de rua* mais afastados do início da Rua Grande (esquina com rua do Passeio).

Estas viagens são organizadas por pessoas que possuem ou que fretam ônibus e que geralmente coincidem com os organizadores das *excursões de abastecimento*, mas no caso aqui apontado há a predominância de *comerciantes de rua* na viagem. Os organizadores das

excursões saem oferecendo para os *comerciantes de rua* o pacote de ida e o local do festejo. No dia da partida, os ônibus param em frente aos depósitos de mercadorias e vão recolhendo os *camelôs* que irão viajar. Nos municípios do interior, segundo Josefina, a recepção é muito boa, pois “em quase todos os interiores os prefeitos nos colocam na praça ou nas ruas onde ocorre o festejo, o povo gosta, o prefeito gosta e nós também né” (10/10/2006).

Conforme Josefina, nos festejos há um bom fluxo de vendas, “mas não se pode levar coisas muito caras, pois o povo do interior não tem muito dinheiro para comprar”. Ainda segundo este, apesar do pouco dinheiro do interiorano, o fluxo de vendas é alto, fato que permite boas vendas de produtos mais baratos, assim: “vende muita coisinha, e ganhamos um bom dinheiro”.

Além dos festejos serem uma oportunidade de venda para os *camelôs*, são momentos em que o *comércio de rua* se materializa como atração de movimento.

As feiras de festejos são feitas de camelôs daqui, nós vamos para lá, e o prefeito gosta porque gera movimento na cidade, é atração, é novidade. Por isso vou é mesmo, pois aí conhecemos o interior, vendemos, quando sobra um tempo passeamos, tomamos banho de rio. (JOSEFINA, 09/10/2006)

Os *comerciantes de rua* representam as *excursões de venda* como momentos de passeio e trabalho. Deste modo, apresentam-se como momentos em que o trabalho precário do *camelô* se encontra com a possibilidade de lazer. É interessante destacar a ênfase que os depoimentos dão ao respeito do prefeito e dos padres dos municípios em relação ao trabalho do *camelô*. Este destaque ao respeito é justificado pela receptividade e acolhimento do poder público municipal juntamente com o apoio dado pelos padres da paróquia. É desta forma que a feira dos festejos tem nos *comerciantes de rua* importante componente de atração de pessoas devido às novidades levadas (mercadorias) aos festejos tradicionais.

Segundo os *comerciantes de rua* Gomes e Andréa, quando chegam ao interior, os fregueses de um festejo anterior os procuram e perguntam: *quais são as novidades deste ano?*

Agora vejamos algumas estratégias de organização utilizadas pelos *comerciantes de rua* para avaliarem a possibilidade ou não de ida, ou a diminuição dos riscos para investida em uma determinada *excursão de venda*. Destarte, para se avaliar são utilizados os seguintes critérios:

- a) **A quantidade e a variedade de mercadorias disponíveis:** só é vantajoso viajar para uma excursão se o *comerciante de rua* possuir um estoque de mercadorias próprio em seu *standing*. Há casos em que o *camelô* compra fiado mercadorias para levar ao festejo, mas este tipo de transação aumenta, segundo as entrevistas, o nível de risco;
- b) **Custos da viagem:** são os valores das passagens e da alimentação no decorrer do deslocamento e da estadia no município;
- c) **Período de venda:** o período ideal para a empreitada em uma excursão corresponde à segunda quinzena do mês corrente, período de redução do fluxo de vendas no comércio do centro de São Luís;
- d) **Avaliação do histórico municipal:** bom histórico dos festejos e recepção. Dentro desta avaliação leva-se em conta o local destinado pelo poder municipal para os *comerciantes de rua*, a cobrança ou não de taxas exorbitantes e o nível dos assaltos no município.

Segundo Martins, Cururupu é um município complicado. Primeiramente pelo acesso, segundo pela grande quantidade de assaltos que ocorrem durante o festejo. Em outro município, o prefeito cobra taxas elevadas sobre a venda dos *camelôs*. Em uma outra ocasião, a comerciante de rua Josefina disse que em uma das excursões para um festejo no interior, tiveram uma grande decepção, pois foram colocados bem longe do movimento do festejo. Estas situações elencadas definem quais os festejos são bons empreendimentos para o *camelô*.

Os quatro critérios acima constituem um sistema de avaliação prática para definirem se há viabilidade para a ida em *excursões de venda*. Desta maneira, analisam os critérios para assim reduzirem os riscos de prejuízo e ampliarem a possibilidade de sucesso nas vendas nos festejos. De acordo com os informantes, as excursões são investimentos de risco, “estou arriscando”, pois há custos com a viagem e estadia, riscos de acidentes, assaltos e poucas vendas. Por isso, os *comerciantes de rua* estabeleceram a partir do senso prático formas de avaliação do risco das excursões.

3.8. Economia diária do comércio de rua

Chegada as quatro horas da tarde volto até a Travessa do Cine-Passeio para discutir com José as questões sobre os custos e o preço das mercadorias. O *comerciante de rua* José

começa a falar sobre formas de avaliação dos custos e a relação destes com os preços das mercadorias vendidas.

Compro por cinco reais, tenho que vender por dez reais, para ganhar cinco reais. Só que de cinco que ganho tem que ver comida, depósito, carregador e transporte. Tá entendendo? Aí para eu ganhar mesmo, tenho que ver quantas peças tenho que vender para cobrir isso, não é? É assim que funciona. (JOSÉ, 10/04/2006, sic.)

Respondi que poderia ajudar na contabilização monetária dos gastos fazendo a soma dos custos diários e projetá-los no mês (vinte e seis dias²⁶). José disse-me: “pois então anota aí: carregador dois reais por dia, depósitos três reais por dia, almoço dois a três reais por dia, lanche é mais ou menos um e cinquenta; transporte, duas passagens, dá três reais e vinte por dia” (10/04/06).

Nesta situação, percebi que além das informações contábeis sobre os custos diários do *comércio de rua*, há também uma consciência prática (cotidiana) de que se deve avaliar os recursos obtidos com a venda dos produtos por meio da retirada dos custos. O diálogo que apresentei foi realizado de forma espontânea por comerciante de rua José, e este me inspirou a investigar, junto aos *comerciantes de rua*, informações que pudessem embasar a elaboração de uma tabela geral de custos diários e mensais, sistematizada de acordo com a média geral dos custos.

Tabela 2 – Custos médios diários e mensais de manutenção do *standing*

	Valor Mínimo por dia	Valor Máximo por dia	Média por dia
Carregadores	2,00	3,00	2,50
Depósito	1,00	2,00	1,50
Almoço	2,00	3,50	2,75
Lanche	1,00	1,50	1,25
Transporte	2,20	3,40	2,80
Valor total	8,20	13,40	10,80
Custos/mês	213,20	348,40	280,80
Um mês equivale a 26 dias de trabalho no <i>comércio de rua</i> , realizado de segunda a sábado			

²⁶ Jornada de trabalho de segunda a sábado.

Os números apresentados obedecem à média aritmética entre os menores e os maiores valores dos custos. Estas informações foram conseguidas junto aos informantes por meio de entrevistas e foram cruzadas comparativamente com alguns dados estatísticos do perfil, principalmente, no que se refere às passagens de ônibus. Levei em conta que há ambulantes que residem em áreas em que a passagem do transporte coletivo é um real e dez (a menor) e outros que vivem em áreas cuja passagem chega a um real e setenta. Assim, elaborei uma tabela aproximada de custos diários médios, que multiplicados por vinte e seis (número de dias de trabalho de segunda a sábado em um mês) revela o valor dos custos médios mensais: duzentos e oitenta reais e oitenta centavos.

Baseando-se na tabela, podemos ainda calcular o valor mínimo de custo diário que é oito reais e vinte centavos, correspondente a um custo mensal de duzentos e treze reais e vinte centavos. Por outro lado, o maior valor diário é de treze reais e quarenta centavos por dia, que corresponde mensalmente ao custo de trezentos e quarenta e oito reais e quarenta centavos. Estes custos são necessários para a manutenção diária dos *standings*. Porém, não são os únicos valores onerosos pagos pelos *comerciantes de rua*, há ainda: taxa sindical, taxa de associação e os custos de compra de mercadorias.

3.9. Produção dos preços de venda e possibilidade de barganha

Um cliente aproxima-se da barraca de Gomes, olha as confecções, manipula algumas camisas e pergunta:

- Quanto é esta? Comerciante de rua Gomes, rapidamente, responde: - Essa aí está para vinte contos. O cliente olha e diz: - Hm! Está cara! Gomes responde: - Vendo por dezoito, ok? Você quer só uma? Se levar duas, te vendo por dezessete, e aí? O cliente averigua mentalmente, olha para os lados e para as mercadorias desejadas, pega as peças e diz: - Assim é outra história, gosto é desse desconto.

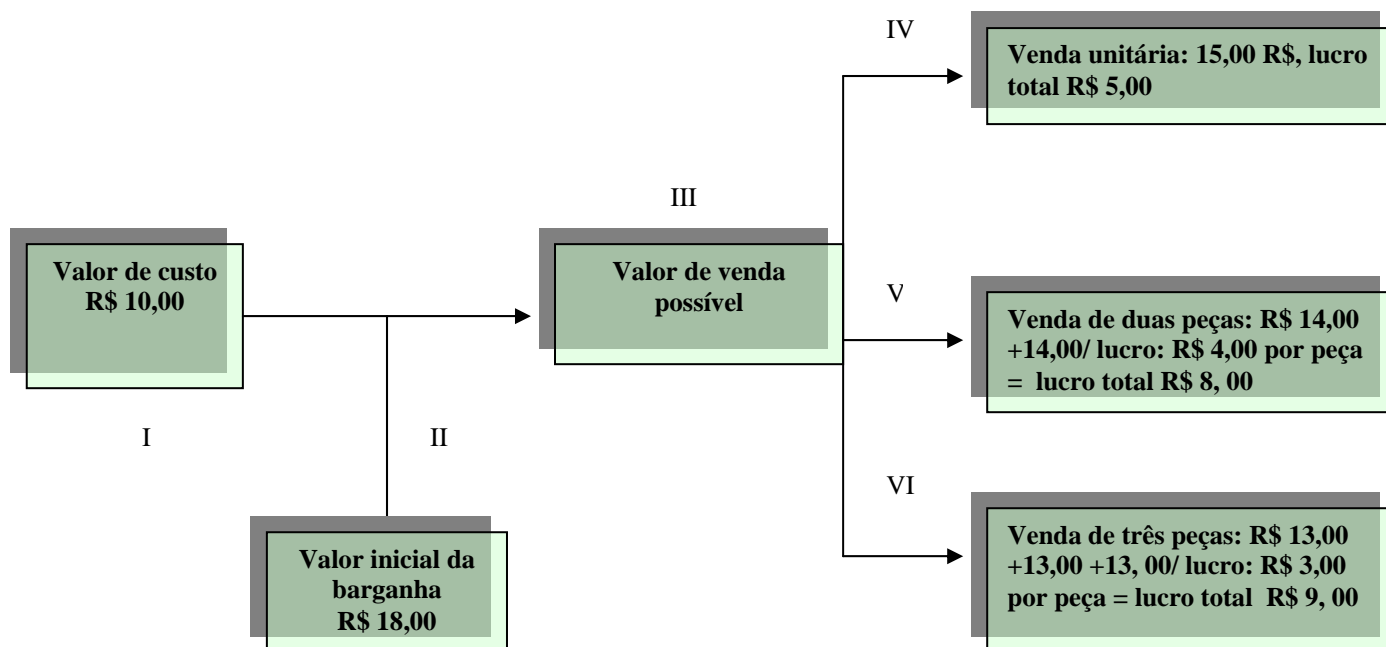
A situação ilustrada revela uma performance (GOFFMAN, 1985) de negociação que ocorre a todo instante no *comércio de rua* (a descrição acima citada foi uma das quais presenciei e descrevi). Esta performance fundamenta-se na ação de negociar e/ou barganhar dentro de uma margem possível de preços que garantam algum ganho para o *comerciante de rua*. Mais à frente, veremos que a barganha funciona como mecanismo para adquirir valor de troca, garantir clientes e estabelecer vínculos de confiança.

Para compreender melhor a situação, constantemente perguntava aos meus informantes como é que funcionava esse tipo de prática econômica de troca. Respondiam-me que era uma das formas específicas de negociação do *camelô*; comparavam suas técnicas de negociação com as dos lojistas, demonstrando que o cliente deseja descontos e nas lojas não os conseguiam. Esta maneira de negociar e/ou barganhar o preço do produto seria representada como uma das características definidoras do *comércio de rua*. Vejamos explicação de CR.C:

Tu viu a negociação com a moça ali, né? É assim, esta peça aqui eu compro por dez reais do fornecedor, então tenho que vender no mínimo por quinze reais, para no fim do mês sobrar para pagar as contas. Mas assim, jogo um preço de dezoito; lógico que num vou cobrar isso tudo, faço sempre um desconto de três reais; aí, se a pessoa reclamar, faço o seguinte, ofereço duas peças, aí posso vender por catorze, porque vendo mesmo só uma por quinze. Olha só, se eu vendesse só uma peça ganharia mais na unidade não é? Cinco reais de lucro, mas tipo se eu vender duas por catorze reais, estou lucrando oito reais, e assim vou fazendo os descontos, até porque nós fazemos tudo para o cliente comprar, para garantir a freguesia. (GOMES, 09/10/2006)

Para ficar mais claro o sistema de negociação evidenciado por Gomes, fiz o seguinte diagrama:

Diagrama 3 – Produção do preço de venda e barganha



O valor de R\$ 18,00 (II) é o lance inicial da venda, que geralmente é reduzido até se chegar ao preço de lucro unitário, o qual poderá ainda ser descontado caso se venda mais de

uma unidade até um nível limite de preço. Percebam que o diagrama mostra toda a lógica que envolve a relação de barganha no *comércio de rua*. Destarte, o comerciante de rua Gomes efetua descontos reduzindo o valor unitário da mercadoria e aumentando o montante final do lucro (V). O que mais me chamou atenção, ao presenciar várias vezes estas situações, foi a rapidez com que os *comerciantes de rua* operam com este sistema de cálculo-negociação.

Inicialmente, pensava que a lógica de negociação era simplesmente a diminuição unitária de valor de venda do valor de custo de compra, porém observando várias situações como a acima ilustrada, o preço final da mercadoria é atingido não só pelos custos tradicionais, mas também por formas intersubjetivas de negociação entre *comerciante de rua* e cliente. É deste modo que o preço da mercadoria varia e pode ser negociado. No diagrama acima, a situação mais simples seria a ilustrada na situação IV. Na etapa V, a venda coletiva de produtos possibilita a formação de uma lógica que leva em conta o montante final, associado a sucessivos descontos até se chegar no valor limite de R\$ 11,00.

Estas operações de cálculo-negociação são realizadas no dia a dia de modo tão automático, que a observação de campo por si só não permite assimilar tal complexidade embutida numa “simples troca”. Daí, o pesquisador necessita fazer perguntas e dialogar com os atores sociais no *comércio de rua*. Para chegar à visualização desta complexidade embutida na troca, os informantes ministraram verdadeiras aulas de racionalidades práticas e barganha. A partir daí, percebi que as operações descritas e praticadas cotidianamente pelos *camelôs* poderiam ser interpretadas como uma modalidade de ação racional que mescla os dois tipos citados por Weber (1999, p.15-16) (racional conforme fins e ação racional conforme valores), pois os *comerciantes de rua* dirigem suas ações ora perseguindo a melhor relação custo benefício ora procurando estabelecer relações de confiança e compromisso. Deste modo, os comportamentos, performances e formas de negociação em relação aos clientes ancoram-se em racionalidades definidas por cálculos práticos de um sistema operacional de avaliação do ganho inserido em um sistema de confiabilidade, respeito mútuo e interdependência.

Esse ganho, o fim racionalmente perseguido no sistema de negociação, não se reduz ao ganho monetarizável em valor de troca, há situações que revelam a presença de outros modos de lucro nas negociações relativas a ação conforme valores. Em certos casos, a troca é realizada no intuito de garantir vínculos de clientela; desta maneira, os ganhos não são monetarizáveis, não estando restritos ao círculo do valor de troca, mas sim ao valor social de vínculo. É baseado no vínculo que algumas negociações fogem à “normalidade” da idéia geral do capitalismo de que os homens estão na luta pelo lucro, vejamos: “às vezes, nós vendemos

no custo para garantir cliente” (*comerciante de rua* Paulo). Neste tipo de troca, o fundamento é a produção de laços de confiabilidade, na verdade é uma troca calcada no valor de vínculo.

Esses casos evidenciam a ação social referente a valores, pois as práticas cotidianas que envolvem a troca, além do caráter monetarizável, também se ancoram nos valores de confiabilidade e fidelidade entre clientes e *comerciantes de rua*. Desta forma, o fim perseguido está para além do valor de troca do *homo economicus*, adquirindo então valores sociais que se ancoram na produção de relações sociais. O fim monetário – perseguido racionalmente – hibridiza-se com os valores sociais de vínculo sendo a esses anexados elementos não-econômicos: valores socialmente estabelecidos.

Este estado híbrido da relação de troca é que, a meu ver, torna peculiar a negociação no *comércio de rua*, assim o aproximando dos sistemas de troca caracterizados pelas motivações de reciprocidade (POLANYI, 2000), ao mesmo tempo em que não exclui a existência de um sistema de trocas econômicas monetárias. Daí, compreender o ganho no *comércio de rua* é inicialmente entender que este não está ancorado somente no equivalente monetarizável (na quantidade de moeda circulante nas relações de troca), há fatores que são sociais.

De certa maneira, todas as trocas realizadas entre *comerciante de rua* e clientes são perpassadas pelo valor de vínculo, ou seja, sempre se tenta criar espaços de negociação que possibilitem trocas econômicas e a construção de relações de confiança. Destarte:

Mesmo que o cliente não compre, se ele já parou na banca e conversou, já é alguma coisa. Tenho um colega que não tem paciência, briga logo com cliente, aí não dá certo. Aqui, temos que buscar formas de bom relacionamento. (PAULO, 09/10/2006)

Já dona Tânia, disse a mim o seguinte:

Às vezes tem gente que vem aqui até para receber uma palavra de carinho. Ela vem comprar e espera que tratemos bem, tem vez que nem compra, mas quando passa de outra vez já dá uma encostada.(10/10/2006)

Mesmo as trocas predominantemente arraigadas ao valor de troca, também estão inseridas no sistema de formação de relações de confiança, pois de um lado o cliente busca comprar algum produto, do outro, o *comerciante de rua*, além de objetivar o valor de troca,

tenta estabelecer formas de confiabilidade e agradabilidade para criar vínculos de clientela. É daí que a afirmação da *comerciante de rua* Raimunda de que “faço tudo possível para dar mais descontos, para agradar o cliente e para ele voltar”, pode ser entendida com mais clareza. Já Paulo diz:

Compro cordão por cinquenta centavos, vendo por um real, porque senão o cliente escabreia. Até celularzinho (brinquedo) se comprar três, vendo um pelo valor de custo. Isso é para conquistar, porque se eu não vendo aqui, bem ali embaixo o cara vende, aí já perdi um cliente que poderia voltar porque foi agradado (04/10/2006).

Nos depoimentos acima, fica bem evidente que negociar com o *comerciante de rua* é além de uma troca de caráter monetário, é um intercâmbio de vínculos de confiabilidade. É por tal razão que o preço muito caro, como relata *comerciante de rua* Paulo é fator de “escabreamento” do cliente, que assim nunca mais procurará aquele *camelô*, “pois ele é careiro”. Já a negociação bem sucedida, com bons descontos e preços, é ponto de estabelecimento de uma futura nova compra. Além disso, Andrea disse-me que:

Temos que falar a verdade sobre nossos produtos. Aqui, ninguém inventa coisa, diz que presta e na hora não presta, diz que é um produto tal e na hora é porcaria, sabe por quê? Porque o cliente acredita no vendedor, e se não dermos garantia e não falarmos a verdade vamos ferir a confiança do cliente. E perder essa aí é a pior coisa que tem para nós (09/10/2006).

O relato da *comerciante de rua* Andréa demonstra uma representação existente entre os *comerciantes de rua* que acaba manifestando-se como uma espécie de *modus operandi*: agradar o cliente e criar uma boa impressão. É por isto que em várias ocasiões percebi que a troca de um produto avariado é um dos pontos-chaves para o estabelecimento de confiabilidade, assim: “se tiver com defeito, pode trazer que troco na hora meu amigo, pode ficar tranquilo”. Esta frase é escutada todo dia, a toda negociação que se estabelece no *comércio de rua*, assim a garantia das mercadorias é embutida de um valor moral que produz relações de vínculo. Este conteúdo moral é, como relatou Andréa, “respeitar a confiança que o cliente deposita em nós”.

O *camelô* Paulo disse que em alguns casos vende no valor de custo para agradar clientes, mas além desta possibilidade há também a venda no custo por necessidade de pagar os credores, no caso os fornecedores: “olha, quando a venda está fraca, tipo mês ruim, aí tenho que pelo menos recuperar o dinheiro perdido para pagar as contas, senão já fico sujo no fornecedor”. Percebam que mesmo na troca com os fornecedores, conforme relato de Paulo,

há uma circulação de vínculos de confiabilidade: “senão fico sujo no fornecedor”. É importante ter em mente que o *comércio de rua* pode ser interpretado como uma prática sócio-econômica inserida no bojo da precariedade, mas que possui formas de amenização da falta de estrutura e apoio do poder público e, uma destas, é a circulação de valores de vínculo que sustentam um sistema de confiança mútua (motivação econômica da reciprocidade).

Acredito que ficou claro que no processo de trocas a produção de preços é perpassada por um sistema racional de avaliação constituído da circulação de valores de troca e valores de vínculo. Estes são os fins racionalmente objetivados, os meios são os modos operacionais de como chegar a tais fins. É deste modo que se entende como o preço das mercadorias varia de acordo com o contexto da negociação e dos objetivos a serem alcançados: em certos casos há o predomínio do valor de troca, em outros o do valor de vínculo, mas ambos sempre estão embutidos nas trocas. Com isso, há situações em que: os preços caem, pois há a necessidade de pagar fornecedores, há também o objetivo de fidelizar clientes; o produto recebe taxas de desconto coletivo para aumentar o lucro monetário final, assim como para agradar o cliente. Mas, acima de tudo, há o que posso chamar de troca pluralizada, arregimentada em um sistema de ação racional que objetiva fins calculados e avaliados cotidianamente.

3.10 Algumas descrições cotidianas: serviços, vendas e performances

-Olá, coloca uma bateria no relógio? Luís responde: - Você quer a original ou a alternativa? -Hum, coloca a mais barata.

Assim o camelô Luís pega o relógio, coloca em cima do tabuleiro e ali mesmo, à vista do cliente, o aparelho é manipulado. Com chaves de fenda abre a tampa do fundo do relógio, com uma pinça retira a bateria e coloca outra nova. Apesar disso, o relógio não volta a funcionar. Logo tira a máquina do mesmo e observa atentamente, daí percebe que havia peças oxidadas.

- Minha querida, entrou água neste relógio? Pois o problema não é só bateria, mas o circuito queimado. Olhe bem aqui.

Luís vira-se e também me mostra a oxidação no relógio. A cliente então pergunta: - Tem jeito?

Luís responde: - Tem sim, mas te digo, tem valor sentimental neste relógio? Porque se não tiver é mais barato você comprar outro. A cliente diz que não tem valor sentimental, pega o relógio agradece e vai embora.

Observando tal cena, aproveitei e perguntei a Luís: - Mas depois de todo este trabalho você não ganha nada?

O camelô Luís me responde: - Claro que ganho, se você prestar atenção essa moça aí já é minha cliente. Ela sempre traz para mim os relógios dela para trocar bateria, pulseira, dar uma limpeza e até tirar água.

Esta situação ocorreu na primeira semana em que fiquei na barraca de Luís, por isso não possuía muitas informações acerca de como ocorriam os serviços oferecidos e a relação *comerciante de rua* cliente.

Em outra ocasião cheguei à barraca de Luís e este estava consertando um relógio à corda antiqüíssimo. Ele retirou do caixote as ferramentas e as colocou sobre o tabuleiro; com uma chave de fenda desenroscou o fundo do relógio, retirou a máquina e iniciou o conserto desta. Foi retirando pequenas engrenagens que aos poucos foram sendo desencaxadas e mergulhadas em um líquido chamado pelo *camelô* de *solução*. Luís explicou-me que a *solução* se tratava de um líquido anticorrosivo e lubrificante, que servia para limpar as peças internas dos relógios. As engrenagens depois de mergulhadas na solução ficavam brilhando, parecendo novas; após limpas, estas eram recolocadas na máquina do relógio. A partir daí, o camelô Luís inicia a dar corda no aparelho ainda aberto. Perguntei: - Hum, esse relógio dá corda é assim?

Luís responde: - É sim, pois é interessante não é? Esta corda que estou dando vai durar uns cinco anos até ter que dar outra. Rapaz, esses é que são os relógios bons, quem tem um desses não vende nem troca.

Vendo a destreza e o amplo conhecimento de Luís sobre relógios, perguntei: - Como tu aprendeste a mexer em relógios?

- Ah! Vou te contar a história. No interior, sempre fui curioso. Lá eu desmontava radinhos à pilha, aí ficava testando as peças, assim para aprender como funcionava. Lá eu consertava rádios, aí vim para São Luís, aí trabalhei numa relojoaria, foi nesta que aprendi. Foi um senhor que me ensinou, principalmente nestes relógios à corda que são os complicados.

Este diálogo foi bem parecido com o que tive com Charles (já descrito anteriormente), consertador de vídeo games, que também aprendeu a reparar estes aparelhos através de experimentação, depois foi aperfeiçoando-se acompanhando esquemas eletrônicos encontrados na Internet. Este também adquiriu conhecimentos sobre eletrônicos quando trabalhou em uma assistência técnica.

Os casos acima exemplificam dois serviços oferecidos no *comércio de rua* do Centro de São Luís, que, de modo geral, são realizados à vista dos clientes. Esta exposição das habilidades, o “concerto ao vivo”, serve como modo de exibição de competência, destarte diria Goffman (1985):

Em presença de outros, o indivíduo geralmente inclui em sua atividade sinais que acentuam e configuram de modo impressionante fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos e obscuros. Pois se a atividade do indivíduo torna-se significativa para os outros, precisa mobilizá-la de modo tal que expresse, durante a interação, o que ele precisa transmitir (1985, p. 36).

Nos serviços de concerto no *comércio de rua*, o que deve ser expresso na performance é: agilidades e competências em tempo real. Ainda inspirado em Goffman (1985), a exibição das práticas (fachada) dos prestadores de serviço podem ser interpretadas como “representações coletivas²⁷”, práticas cotidianamente estabelecidas e arregimentadas pelo senso prático.

A fachada torna-se uma representação coletiva e um fato, por direito próprio. Quando um ator assume um papel social estabelecido, geralmente, verifica que determinada fachada já foi estabelecida para este papel (GOFFMAN, 1985, p.54).

Mas é importante destacar que a maneira (forma de agir) e a aparência (forma de se exibir ao se exercer um papel social) imbricam-se, havendo assim necessidade de sintonia entre a forma de exibição do serviço e o modo de ação (o ato em si de consertar), para que sejam concretizadas a eficiência e competência.

No *comércio de rua*, além da venda de produtos eletrônicos, confecções, calçados etc, há mais duas formas de prestação de serviços: serviços de reparos e de alimentação. Consegui classificar nove tipos de prestação de serviço no *comércio de rua*: **serviços de reparos** –

²⁷ Goffman (1985) entende *representação coletiva* como conduta prática estabelecida por um grupo social para exercer um papel social definido. A noção de representação coletiva neste caso não coincide com os conceitos maussiano e durkheimiano, que versam sobre o caráter simbólico coletivo.

conserto de vídeo games, amolamento de lâminas, consertos de celulares e conserto de relógios; **serviços de alimentação** – caldos, saladas de fruta, churrasquinhos, café e lanche²⁸.

Os serviços de alimentação são representados pelas churrasqueiras que trabalham, marcadamente, na calçada do Colégio Maristas, onde oferecem aos clientes um cardápio de churrasquinhos de carne de gado, lingüiça, frango e miúdos, juntamente com uma porção de farofa, arroz e salada. Os outros serviços de alimentação são caracterizados pela mobilidade constante na rede urbana do Centro. Estes são os vendedores de caldo, salada de frutas, cafezinho e lanches. Os vendedores de cafezinho possuem uma forma de prestação de serviço interessante: a venda de garrafas de café por encomenda às lojas da Rua Grande (empreitadas).

É importante destacar que os caldos, cafezinhos, salada de fruta e lanches (bike lanches) são mais consumidos pelos próprios *comerciantes de rua*. Fato confirmado no relato de um vendedor de caldos: nossos principais clientes são os *camelôs*. Vejamos como os serviços de alimentação ambulantes funcionam no dia a dia.

Geralmente, por volta das dez e das dezesseis horas, os vendedores de salada de frutas começam a transitar, definindo sua chegada com uma característica frase gritada: “olha a salada natural”. Assim sobem a Magalhães de Almeida, passam pelas travessas da Rua Grande, vendem para transeuntes, mas o público principal são os próprios *comerciantes de rua* e comerciários. Da mesma maneira a ambulante Flávia caminha pelo tracejado do *comércio de rua* oferecendo cafezinhos para os *camelôs*, também entrega as garrafas de café encomendadas pelas lojas da Rua Grande: “É isso Cosme, eles encomendam, aí vou só entregar as garrafas. Depois fico andando pela rua vendendo para meus amigos *camelôs*” (23/05/2006).

Os serviços no *comércio de rua* exigem a exibição de performances para que revelem a integridade e justeza do serviço prestado. Assim, as performances, também aparecem nos serviços de alimentação, em que se tem que demonstrar o mínimo de higiene. Deste modo, as churrasqueiras usam toucas, luvas, pratos, copos e talheres descartáveis; os vendedores de lanche tentam expor higiene por meio do uso de guardanapos e copos descartáveis. De modo amplo, a exibição de higiene é um ato que compõe toda a performance dos serviços de alimentação, assim como a destreza e a competência dos reparadores de aparelhos.

²⁸ Conhecidos como *bike-lanches*, são vendedores de lanches em bicicletas que transitam pelo Centro de São Luís.

O que chama bem atenção é que além da rede de venda de mercadorias, há também organizações de serviços locais que são complementares à *rede comercial de rua* em seu funcionamento diário. Daí, verifiquei que a rede sócio-econômica é heterogênea e dinâmica, inicialmente pela variedade de formas de comercialização e serviços, em seguida pela capacidade de mobilidade, integração e dinamicidade. Os serviços e venda de mercadorias não estão dispersos no Centro de São Luís, mas pelas observações de campo descritas até aqui, verifiquei que há integrações internas (entre os *comerciantes de rua*), assim como a conexão externa do *comércio de rua* com a massa de transeuntes (segurança e clientela) e com lojas (oferecendo serviços, comprando mercadorias no atacado, dando segurança às vias).

4 COMÉRCIO DE RUA COMO ECONOMIA DE BAZAR: valor de vínculo, clientelização e barganha

Neste capítulo, faço uma discussão comparativa entre nuances da economia de bazar estudada por Geertz (1978) no que se refere a práticas classificadas como barganha e clientelização. Além disso, faço referência a práticas locais dos *comerciantes de rua* em relação ao sistema de trocas que ocorre no processo de negociação tentando dissecar aspectos dos valores embutidos nas mercadorias, e destaco o papel do valor de vínculo (permuta interna, circulação do troco e clientela). Destarte, minhas reflexões aqui foram direcionadas na compreensão e entendimento do *comércio de rua* como prática econômica peculiar e específica.

A economia de bazar é uma atividade baseada na troca de mercadorias em que as relações de compra e venda são perpassadas pelo estabelecimento de laços de confiança e pela circulação, tanto pelo cliente como pelo vendedor, de informações sobre produtos e negociação. Assim, os vendedores informam-se acerca de seus produtos para poderem apresentá-los com maior destreza e sabedoria, no intuito de chamar atenção e conquistar a clientela. Conhecer a propriedade, a proveniência, a estrutura, as utilidades da mercadoria são de extrema importância na relação de troca no bazar (sistema de compartilhamento e informações).

Além disso, no bazar a performance que se constitui de cordialidade, agradabilidade e carisma, também é fator elementar para a atração e manutenção de uma clientela. Juntamente com este fator, a ornamentação e organização dos *standings*, também funcionam como mecanismo de atração de clientes. De acordo com Geertz (1978), este processo de atração e de construção de laços de troca fundamenta a clientelização.

Um outro aspecto importante na chamada economia de bazar é a barganha, ou seja, o preço negociável dos produtos, o que vimos no capítulo anterior. Estes não possuem valor fixo, mas sim estão inseridos numa margem de valor possível. Para que haja barganha é necessário ter conhecimento e informações sobre o que está se negociando.

É nesse processo de troca que se estabelece entre o vendedor e o comprador a barganha. Nesta o vendedor utiliza-se de suas habilidades e conhecimentos sobre os produtos para convencer os clientes da qualidade, importância e raridade do oferecido. Por outro lado, o cliente tenta barganhar vantagens e descontos utilizando informações adquiridas sobre os produtos e sobre o vendedor, como: “mais à frente encontro 10% mais barato”; “vim em sua

banca, pois um cliente seu me indicou”. Estas informações são adquiridas nas próprias teias de relações de troca no bazar e são fatores importantes na negociação.

A relação de troca mercantil no bazar não está sujeita apenas aos fatores valor de troca e valor de uso, discutidos por Marx (1998) em a Mercadoria. Neste tipo de comercialização emerge o chamado valor de vínculo, que a meu ver, em Geertz (1978) aparece como o fator de integração via clientelização. O valor de vínculo fundamenta relações de troca ancoradas na possibilidade de fidelização de uma massa de clientes, assim em muitos casos é preferível vender um produto a valores inferiores ao valor corrente²⁹, no intuito de conquistar clientes fiéis, e deste modo ampliar a possibilidade de barganhas regulares.

De uma boa barganha emana o elemento relacional que produz os laços de clientela que garantirão novas trocas com os clientes fiéis. Deste processo, arregimenta-se uma certa estabilidade da relação comercial, pois há clientes fiéis, o que significa que, quando necessitarem de produtos do bazar, voltarão ao vendedor cujas barganhas foram bem proveitosas. A partir deste sistema de trocas, quanto maior a capacidade de criar clientela, maior a possibilidade da obtenção de ganhos regulares.

Conforme Geertz (1978), este sistema de trocas corresponde ao bazar no Marrocos, caracterizado por uma feira com uma parte fixa que se localiza no centro da cidade de Sefrou, e uma parte ambulante e/ou periódica que circula em várias regiões da mesma cidade. Esta prática é uma importante instituição local que, segundo Geertz, emprega dois terços da população local: “that the bazar is an important local institution is beyond doubt: two-thirds of town’s labor is employed there (1978, p.29)”.

Além de gerar ocupações econômicas à população, essa instituição comercial é local de estabelecimento de relações sociais, nela são traçadas teias de interdependência e convivência social. Percebam que, como diria De Certeau (1997), o comércio aqui se manifesta como local do vivido, onde o cotidiano se reproduz e se reinventa. E como local de cultura o bazar é ainda um espaço de atração de turistas, constituindo-se um atrativo para os estrangeiros acostumados com o comércio impessoal³⁰ dos *shoppings centers*.

Feita esta caracterização da economia de bazar, creio que o leitor tenha percebido aproximações desta com o *comércio de rua* apresentado cujas características apresento neste

²⁹ Valor médio de um determinado produto na teia do comércio de rua.

³⁰ Racionalidade econômica no sentido weberiano: separação público-privado, impessoalidade, contratos arregimentados em códigos e indivíduos sem interesses de produção de vínculos extra-econômicos.

capítulo (permuta interna, compartilhamento de troco, informações e sistema de indicação).
de rua.

Inicialmente, o processo de clientelização também pode ser encontrado no *comércio de rua* em São Luís. As estratégias de atração da clientela também aproximam-se da economia de bazar no que tange à organização dos *standings*. Deste modo os *comerciantes de rua* formatam as seguintes estratégias de atração: configuração espacial das redes de barracas em fileiras, seções e setores; ocupação de espaços de passagem e abertura de espaço para circulação de clientes; estrutura aberta das barracas (*outdoor standing*) para melhor visualização dos produtos.

Além da formatação espacial, pude observar em campo que a relação de troca é perpassada pela necessidade de estabelecimento de relações de confiança entre o cliente e o vendedor, fator que produz uma certa segurança no contrato. Desta maneira, a troca perpassa-se em uma esfera de subjetividades onde a performance (GOFFMAN, 1985) do vendedor implica no estabelecimento ou não de uma clientela. Os vínculos de clientela, baseados na confiança e no consenso intersubjetivo da troca, garantem ao cliente a possibilidade de amplas barganhas, e ao *comerciante de rua* a ampliação da rede de clientes.

Acima destaquei a barganha, a clientelização e a formatação espacial dos *standings*, como características elementares do *comércio de rua*. Agora discutirei mais minuciosamente como estes fatores acima se imbricam na trama social do comércio.

Em relatos dos *comerciantes de rua* percebi que o local estável, ou seja, “o ponto” fixo das barracas assume importante papel de segurança no processo de troca, tanto para o vendedor como para o cliente. Para os primeiros, estar estabelecido em um ponto significa que os clientes sempre o encontrarão e o procurarão no mesmo lugar. Aos segundos, garante que tenham a possibilidade de encontrar o vendedor de confiança em ocasiões posteriores, para troca de produtos avariados, ou estabelecer novas barganhas ou simplesmente para conversar sobre as novidades da rua e do comércio.

Deste modo, no caso ludovicense, o espaço, ou melhor, o ponto estável do *comerciante de rua* é basilar ao estabelecimento de uma clientela. Em entrevistas com um *comerciante de rua* da Avenida Magalhães ficou claro que mudar o local do *ponto* não era tão simples pois: “aqui já tenho meus clientes, em outro lugar eles não vão me encontrar, e em outro lugar tudo começará do zero, porque eles não vão me encontrar” (JORGE, 24/04/2006). A partir deste depoimento, fica evidente que há uma noção de ponto de venda (encontro) e

que esta se vincula à formação de laços de confiabilidade, que possibilitam uma certa estabilidade nas relações de troca intersubjetivas no *comércio de rua*. Nas estadias no campo (nas barracas) constatei que há uma clientela parcialmente fixa, o que possibilita vendas por encomenda e o *fiado* (os *comerciantes de rua* conhecem alguns clientes pelo nome). E para isto é fundamental o ponto fixo do *camelô*.

Geertz (1978), revela que a *clientelization* seria uma forma para solucionar deficiências em um sistema de trocas precário no que se refere à estabilidade formal. Desta maneira, as relações de fidelização (*clientelization*), arregimentariam formas consuetudinárias de contrato, ou como diria Florence Weber (2002), relações econômicas baseadas no senso prático das cenas cotidianas como estratégia de seguridade mútua entre clientes e vendedores³¹.

Em reunião realizada em abril de 2006 entre *comerciantes de rua* (predominantemente da Magalhães de Almeida), representantes do poder público municipal e Banco do Brasil, para discussão de um projeto de remanejamento dos *comerciantes de rua* da Magalhães (projeto C.C.I.), percebi nas falas destes o receio em relação ao possível deslocamento da *rede comercial*. Alguns posicionamentos demonstravam nitidamente a preocupação com a possível mudança, que a meu ver significava uma desestruturação da rede comercial, e assim, como um fator comum diziam: “e os meus clientes?”

O questionamento dos *comerciantes de rua* revelava nas entrelinhas dos discursos que mudar de lugar significava perder os laços de clientela estabelecidos anteriormente, e como consequência desestruturação do sistema de relações de troca. Na ocasião, não consegui compreender que neste tipo de economia, o estabelecimento de estratégias que garantam uma certa estabilidade reside na possibilidade de criar relações intersubjetivas de confiabilidade (*clientelização*), e para que estas se mantenham é fundamental a existência de algum fator de regularidade, neste caso: *o ponto fixo* do local de encontro e fluxo de pessoas.

Feita esta discussão posso apresentar uma noção aproximada do que os *comerciantes de rua* entendem como ponto fixo ou estável. Esta noção é permeada pelas variantes espaço, localização e necessidade de fluxo. O espaço é a delimitação sócio-espacial da área ocupada pelo comerciante, que está inter-relacionada com outros *comerciantes de rua*;

³¹ O interesse dessas pesquisas etnográficas reside no estranhamento que elas nos proporcionam: longe das garantias jurídicas oferecidas pelos contratos e pelo direito comercial, que se fazem acompanhar de provas escritas e de assinaturas, elas nos levam ao universo em que a palavra dada e o pertencimento ao grupo são suficientes. (WEBER, p.163)

assim, lembrando da departamentalização, adentramos nas seções específicas da *rede comercial*. A localização corresponde ao local preciso da instalação da barraca, o que implica na exclusividade do uso do espaço delimitado, ou seja, somente o *comerciante de rua* da localização correspondente poderá fazer uso de tal espaço, caso este não compareça ao *comércio de rua* em algum dia sua **área permanecerá vazia e sem uso**. A necessidade de fluxo significa que o espaço ocupado pela barraca necessita de circulação de transeuntes, pois, o *comércio de rua* pode ser definido como economia de passagem: “o camelô tem que está no meio do povo” (ANDRÉA, 09/10/2006).

As características acima são fatores elementares na produção de uma estabilidade sócio-espacial, que possibilita a construção de vínculos de clientela e vínculos de solidariedade entre os *comerciantes de rua*. A estabilidade espacial, forjada nas cenas cotidianas, é uma das âncoras para a produção de relações de interdependência que na ausência de contratos escritos produzem garantias de que a relação não será quebrada. Esta possibilidade de criar vínculos de clientela está ainda ancorada na própria concepção de localização e de fluxo, pois são estas duas variáveis que se relacionam com a ocupação do espaço civil onde circulam transeuntes que serão os possíveis clientes.

As redes de clientela também ajudam a compreender como são possíveis ganhos regulares nas seções do *comércio de rua* constituídas de várias barracas com, praticamente, os mesmo produtos à venda. Neste caso de economia, a relação de troca requer o estabelecimento de vínculos de confiabilidade entre clientes e vendedores para que esta se transmute em contrato duradouro e em regras que normalizem as relações intersubjetivas. Assim, tanto cliente como vendedor adquirem vantagens com a clientelização: a) se o comprador fizer parte da clientela do vendedor x, com certeza obterá maior poder de barganha na compra de produtos; b) por outro lado, o *comerciante de rua* terá garantido vínculos de clientela, pois ampliará as relações de confiabilidade na barganha bem sucedida, que por sua vez, garantirá um mercado para vendas futuras.

Percebam como a clientelization e a barganha se interpenetram formando o sistema de vínculos de confiabilidade no processo de troca. E é de uma barganha bem sucedida, ou seja, relação de troca em que ambos os lados obtiveram vantagens, com comprador obtendo descontos ou cortesias e vendedor ampliando a rede de clientes fiéis, que se estabelece e se amplia a malha de interdependência e confiança. Eis aí a dialética da troca, melhor dizendo, o caráter recíproco enfatizado por Mauss (2001), e rediscutido por Polanyi (2000).

Nesse processo origina-se uma teia de relações de clientela e a garantia de negociações regulares. Além disso, infere-se a pressuposição de que quanto maior a malha de clientela, maiores serão as possibilidades dos ganhos regulares. Ainda é importante destacar que este sistema de clientela cria regras que normalizam as relações no *comércio de rua*, deste modo vejamos o caso a seguir.

Um cliente de um *comerciante de rua* no setor Santa Rita, seção de pequenos eletrônicos, na maioria das vezes procurará os vendedores conhecidos, ou melhor, aqueles dos quais é cliente. No processo de troca, quando o cliente dirige-se ao comerciante, os demais vendedores não interferem na negociação no sentido de tomar a clientela do parceiro. O mais interessante é que em uma seção, quando um *comerciante de rua* está negociando com um cliente, caso não haja o produto procurado em sua própria barraca, os vendedores de outras barracas o ajudarão fornecendo, caso tenham, o produto desejado pelo cliente (permuta interna). Insisto neste fenômeno, pois aqui posso identificar a existência de um sistema de interdependência onde circulam valores de vínculo social de confiança e respeito às regras que normalizam as relações mercantis.

Deste exemplo fica claro como é possível a manutenção de uma espécie de concorrência salutar que reduz a margem de conflitos e confusões entre vendedores de mesmos produtos nas mesmas seções, pois se partíssemos do pressuposto da livre concorrência capitalista, o “normal” seria a concorrência sem limites por clientes. Como *homo economicus*, o que interessaria não seriam os vínculos sociais agregadores, mas sim as cifras do lucro monetário. Deste modo, posso destacar que as relações produzidas pela clientelização produzem um código de conduta que tem como princípio o respeito às clientelas de cada *comerciante de rua*.

Tanto na economia de bazar como no *comércio de rua*, a satisfação do cliente está perpassada pela possibilidade de barganha, ou seja, graus de desconto e vantagens adquiridas na negociação. Um fato curioso, ao se observar o *comércio de rua*, é a predominante ausência de etiquetas de preços nas mercadorias, algo que me remete ao que Florence Weber (2002) chama de não individualização dos preços dos produtos em algumas economias populares. Esta ausência de etiquetas de preços, a meu ver, são indicativos do preço flexível ou negociável característico de um comércio de barganha.

A barganha é a capacidade de conseguir descontos e/ou vantagens no ato de troca. Esta corresponde à possibilidade do oferecimento de vantagens aos clientes pelo *comerciante de rua*, dentro de uma escala flexível de preços que garantam algum ganho (ver no capítulo

anterior). Muitas vezes, este ganho não é monetizável, ou seja, não é um lucro baseado no valor de troca, mas sim em aspectos relativos à teia sócio-cultural. Ancorado neste fato é que Geertz (1978) afirma:

[...] the bazaar is more than another demonstration of the truth that, under whatever skies, men prefer to buy cheap and sell dear, it is a distinctive system of social relationships centering around the production and consumption of goods and services – that is, a particular kind of economy [...] (1978, p. 29)

Baseando-se na citação acima, em que Geertz (1978) afirma que a economia de bazar é muito mais que um exemplo de comércio onde se deseja comprar barato e vender caro, constituindo-se um sistema amplo e particular de relações sociais, afirmo que o *comércio de rua* também compartilha destas lógicas. Esta afirmação não quer dizer que os *comerciantes de rua* não desejam lucros, mas sim que há outros tipos de ganhos nas relações que estes estabelecem com clientes.

O *comércio de rua* baseia-se numa prática econômica de troca de valores que não são apenas valores monetários, incluindo valores que correspondem a aspectos sociais de integração de redes de relações. Estes ganhos não monetizados (WEBER, 2002) estão embutidos nas mercadorias, assim como o valor de troca e o valor de uso. Conforme França Filho (2004), em estudo sobre a dádiva em sociedades modernas, este valor não monetário seria o valor de vínculo.

Percebam que o valor de troca pode ser observável por meio do cálculo matemático-contábil simples, ou seja, a mercadoria e seu equivalente em moeda corrente (preço). Já o valor de uso refere-se, simplificadaamente, ao caráter utilitário ou da necessidade a ser satisfeita por aquele que adquire a mercadoria; na verdade seria a razão para se comprar algo. O uso determinaria a necessidade de compra de algo, assim compraríamos usos, mas estes objetos de desejo são, como diz Marx (1998), receptáculo de valor, que assim adquire um valor de troca.

Nesse fato social pode-se verificar a negociação mercantil calculável e ancorada nos ganhos materializáveis em moeda corrente, facilmente identificados no preço, ou na quantidade de moeda adquirida ou gasta na negociação. Este tipo de relação econômica é enfatizada por Florence Weber (2002) como sendo as práticas da racionalidade epistêmica, ou seja, baseadas no cálculo utilitarista dos economistas (mercado capitalista clássico). Mas, nas

economias ancoradas na clientelização, a ampliação da malha de vínculos de negociações também é fator de ganho ou perda. Desta forma, o vínculo imbrica-se no sistema de trocas tornando-se valor intrínseco à mercadoria.

É por meio do valor de vínculo que consegui explicar casos, descritos anteriormente, em que *comerciantes de rua* vendem produtos até pelo preço de custo da mercadoria. Este fato contraria a reflexão mercantil baseada na fórmula $D' < D''$ ³², ou seja, que o dinheiro final na circulação comercial deve ser maior que o dinheiro inicial dos custos. Então como explicar esta “distorção” mercadológica?

Isso ocorre exatamente porque neste caso específico de troca no *comércio de rua*, estamos diante da lucratividade referente à amplificação da rede de vínculos, que produzirá um conjunto de clientes e vendedores interconectados em laços de fidelização. Assim, nasce o que Geertz (1974) chamou de clientes, que serão fatores fundamentais na regularidade de compras futuras. Eis que o valor de vínculo apresenta-se como fator embutido na mercadoria, que se transmutará em ponte de relação de uma clientela regular: lucro de vínculo.

Vejamos agora o circuito das trocas entre os próprios *comerciantes de rua*. Este, a meu ver, aproxima-se do que Mauss (2001) chamou de reciprocidade, na qual se troca algo para estabelecer-se uma obrigação de retorno futuro. Neste caso de troca, cria-se o vínculo de interdependência e coesão entre comerciantes de seções próximas. Trocar e/ou fornecer um produto a outro vendedor de rua no processo de negociação, representa mais que uma futura divisão monetária de lucros, mas o estabelecimento de um círculo de dar e retribuir (compartilhar) que se amplia e se emaranha na malha das seções e setores criando vínculos e circuitos de troca.

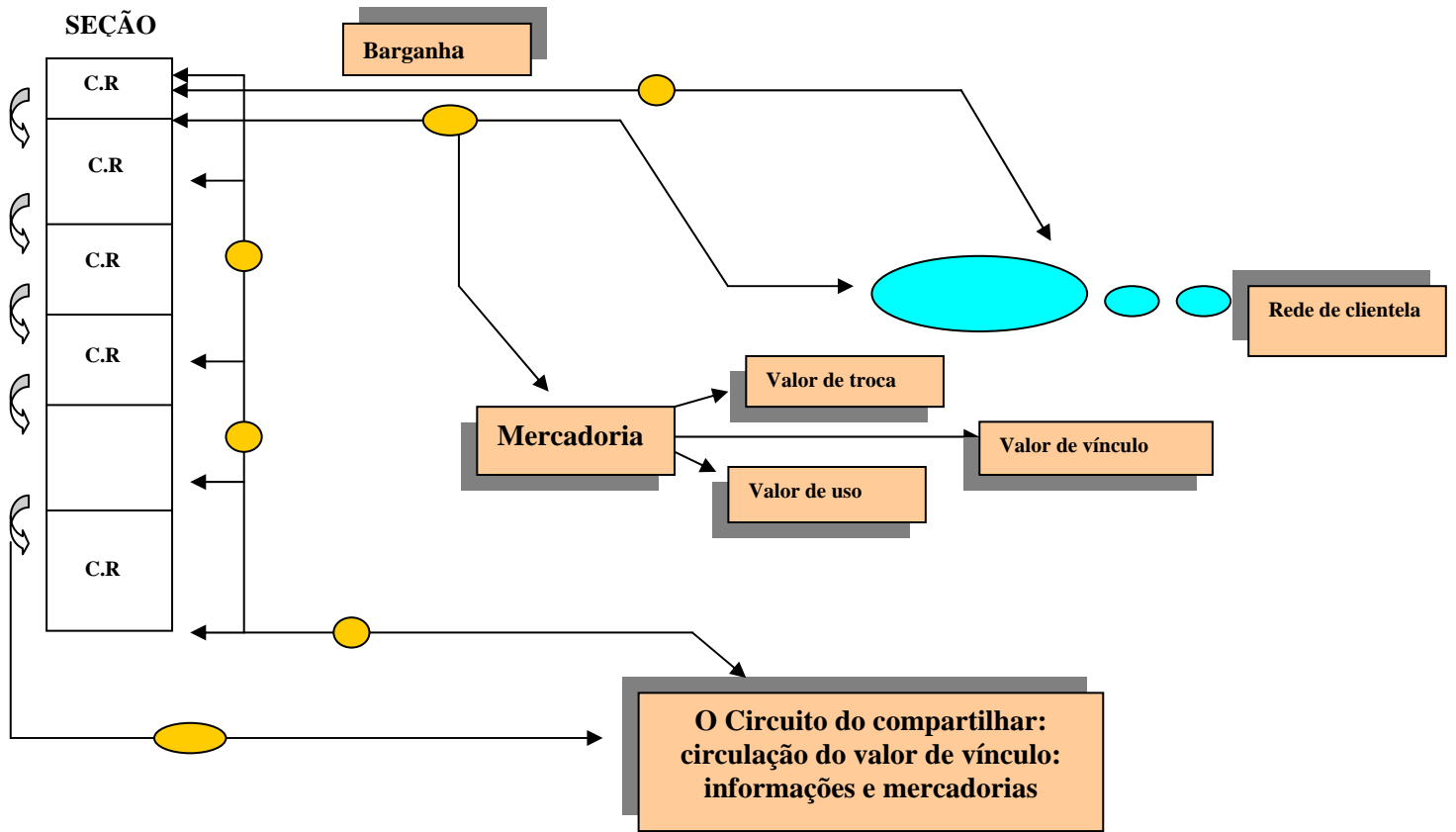
Nesse tipo de troca entre semelhantes (permuta interna) a mercadoria circula de modo que o valor de vínculo seria o ponto fundamental da troca. Desta forma, trocar entre semelhantes garantiria um sistema de compartilhamento de mercadorias, que garantiria a similitude da seção ao mesmo tempo que definiria níveis de agregação e coesão entre os *comerciantes de rua*. Na observação cotidiana, pude perceber que este círculo de dar e receber é fundamental para a construção de uma identidade fundada na semelhança (solidariedade mecânica), que por sua vez imbrica-se na própria organização sócio-espacial do *comércio de rua* (veremos isto na descrição dos sistema de compartilhamento).

³² d': dinheiro inicial, o valor dos custos; D'': dinheiro final, corresponderia ao valor do d', dos custos, adicionados a um valor extra que seria o lucro.

No caso da troca entre *comerciantes de rua* e clientes, posso dizer, que o valor de vínculo também se emaranha no processo de troca, de modo, que o vendedor oferece hoje um produto a preço de custo ao cliente no intuito de criar um círculo de troca em que este último se sinta parte de uma clientela que recebe hoje para amanhã retribuir com compras regulares. Mauss discutiu no Ensaio sobre o Dádiva (2001) o sistema clássico de trocas baseadas no dar e no retribuir, porém no caso por ele estudado os valores dos bens trocados estavam contextualizados em valores ritualísticos. Apesar disso, feitas as ponderações, o sistema de relações de obrigação entre o dar e o retribuir aproxima-se das relações de troca no *comércio de rua* no que tange à circulação de objetos e à produção de vínculos sociais de interdependência.

Os fenômenos da clientelização e da barganha estão para além do cálculo monetarista, pois neste modo específico de mercado as mercadorias amplificam seu valor, sendo a estas anexadas o valor de vínculo que como no mercado de bens futuros funciona como mecanismo de ampliação de possibilidades de negociações futuras. Este fenômeno é possível devido ao estabelecimento de vínculos de interdependência calcados nos círculos do dar e do retribuir. Vejamos o esquema abaixo que demonstra o circuito da troca baseada no valor de vínculo no *comércio de rua*.

Diagrama 4 - O circuito da troca e valor de vínculo



● TROCAS

CR: COMÉRCIO DE RUA

Do lado esquerdo há uma seção do *comércio de rua*, à direita o círculo representa a clientela, as setas indicam as trajetórias dos processos de troca. Desta maneira, a clientela barganha com um *comerciante de rua* da seção, no caso este não possui o produto procurado e/ou informações precisas sobre o mesmo. Com o objetivo de sanar os problemas no circuito da troca, o vendedor de rua circulará trocando informações e/ou recebendo mercadorias que não possui e que, neste caso, o cliente procura. Observem que as setas emaranham-se na seção circulando de barraca em barraca, eis aí o círculo da troca entre semelhantes (permuta interna), que visa solucionar insuficiências no processo de troca.

Com as insuficiências sanadas via compartilhamento de produtos e/ou informações estabelece-se entre os comerciantes um círculo de interdependência baseado no dar e no retribuir. Desta maneira, um vendedor que hoje fornece mercadorias para um outro para sanar as insuficiências na troca com um cliente, inicia um outro circuito de troca, que é entre vendedores e vendedores (permuta interna). Iniciado este circuito, os semelhantes tornam-se interdependentes e obrigados ao compartilhamento baseado no dar e no retribuir.

O esquema possibilita a visualização virtual de como os circuitos de troca emaranham-se, ou seja, como uma troca entre cliente e *comerciante de rua* está perpassada por um círculo de troca entre os próprios vendedores. Desta forma, se arregimentam circuitos de troca que hibridizam fatores sociais, econômicos e espaciais. Observem que os valores imbricados nas mercadorias (valor de troca, valor de uso e valor de vínculo) não desaparecem, mas são variáveis elementares no sistema de troca. No entanto, o que é destaque neste circuito de troca é a importância do valor de vínculo, que intermedia relações de interdependência entre clientes e vendedores (clientelization) e entre vendedores e vendedores (solidariedade mecânica).

A troca que verifiquei no *comércio de rua* é, sobretudo, um sistema pluralizado de variáveis socioeconômicas, no qual relações sociais, circulação de valores e formas organizacionais de trabalho misturam-se como uma totalidade. Falo em totalidade pois as relações mercantis no *comércio de rua* não podem ser separadas dos elementos sociais acima apontados. Mas para perceber tal totalidade, tive que me dispor a penetrar nas cenas cotidianas do *comércio de rua* e observar e descrever minuciosamente; e ainda, despir-me de pré-noções, para assim evitar uma abordagem centrada no que Florence Weber (2002) critica como etnocentrismo e anacronismo dos economistas.

Os economistas evidenciam etnocentrismo ou anacronismo quando utilizam seu modelo de maximização da utilidade sob limites sem dispor dos meios para observar “a utilidade” procurada pelo ator e “os limites” percebidos pelo ator, e sem questionar sobre a inadequação entre indivíduo teórico de seu modelo e os indivíduos sociais tomados em seu pertencimento mutável a entidades coletivas. O melhor antídoto para esse etnocentrismo da racionalidade econômica (quer dizer, da racionalidade epistêmica dos economistas) consiste em reconstituir os raciocínios nativos, ou racionalidades práticas, nos comportamentos observados” (WEBER, 2002, p.152).

A minha abordagem em relação ao valor de vínculo ancorou-se no que Florence Weber (2002) destacou acima como “indivíduo social” e “racionalidades práticas”, ou melhor, busquei refletir sobre indivíduos interconectados em relações sociais. Destarte, não me ative a pressupostos conjecturais baseados em um indivíduo epistêmico (*homo economicus*) separado das teias sociais.

Em relação ao anacronismo ou etnocentrismo referenciado por Florence Weber (2002), infiro que tais formas de mensuração possuem restrições, pois desconsideram ou mesmo não levam em conta a economia como teia de relações sociais. Desta maneira, não são percebidas complexidades existentes em economias populares como o *comércio de rua* e a economia de bazar. A principal complexidade que expus aqui foi que no *comércio de rua* as transações econômicas estão perpassadas não só pelo valor de troca (visualizado na moeda circulante) e pelo valor de uso, existe também o valor de vínculo como variável na relação de troca.

Sendo o valor de vínculo uma variável do valor anexada à mercadoria, importante nas práticas econômicas no *comércio de rua*, o cálculo econômico tradicional baseado na moeda circulante torna-se parcial, pois omite uma característica elementar da troca. O cálculo contábil (racionalidade epistêmica) é apenas uma perspectiva de análise centrada na variável do valor de troca; desta maneira, ao se deparar com economias de fidelização (clientelização) onde a produção de malhas de interdependência e confiabilidade são fatores importantes, não consegue abranger os aspectos não monetarizáveis da troca.

Para visualizar as minúcias do funcionamento deste sistema de circulação de vínculos, vejamos o sistema de informação e compartilhamento.

4.1. Sistema de informação

Quando tem ladrão na área já conhecemos, até porque na hora que ele rouba, todo mundo sai gritando, ladrão, ladrão [...]. aí tentam pegá-lo. Depois de um ocorrido desses, se meu vizinho sabe quem é ladrão ele logo dá um toque, aí assim vai espalhando a notícia, aí todos nós ficamos sabendo quem é o ladrão, daí se ele passar ficamos de olho. (ANDRÉA, 09/10/2006)

Por várias vezes pude observar prática de dar um toque. Em uma certa ocasião, sentado na barraca de Martins e Josefina, dois rapazes aproximaram-se da banca de Gina (novata no ponto), logo à frente de onde estávamos. A *comerciante de rua* Josefina olha discretamente, já conhecia os indivíduos como ladrões, e é a partir daí que inicia a dar um toque a Gina. Nesta situação, lembrei-me das piscadelas discutidas por Geertz (1989) como sinais de cultura, pois Josefina piscava, gesticulava com discrição e puxava o olho com o dedo indicador arregalando-o, como se estivesse dizendo: “fica de olho aberto”.

Como foi uma situação repentina, pois estávamos conversando nos *standings*, só sabia que estava diante da operacionalização e/ou funcionamento de um sinal de cultura que indicava alguma prática local. Continuando, Gina respondeu aos comandos de Josefina com um sorriso discreto e, realmente ficou de “olho aberto”: dirigiu-se para a frente da barraca para prestar atenção na ação dos dois indivíduos. Por fim, estes se sentiram ameaçados, pois tanto Josefina como Martins, também já estavam se aproximando, assim saíram devagar e sem perguntar nada.

Após este acontecimento, perguntei a Martins e a Josefina o que acabara de acontecer. A *comerciante de rua* Josefina responde:

Hum! Ladrão, dois cabras safados querendo queixar a menina aí, só que eu já tava de olho neles faz é horas, passaram umas três vezes aí olhando. Tem é um monte desses espertinhos por aí. E assim, se identificarmos eles, já damos logo um toque para o outro (camelô ou transeunte), não podemos é gritar, mas aí fazemos tudo na manha. (09/10/2006).

Continuando o diálogo, perguntei: - Mas como vocês identificaram eles? Josefina responde: - “Têm uns que já conhecemos, são os macacos velhos. Têm outros que pelo jeito que chegam na barraca, conhecemos logo. Eles chegam todos desconfiados, aproveitam que o camelô está conversando, aí rouba mesmo. Teve um dia que um cabra safado tava roubando uma cliente na minha barraca, enquanto eu a atendia. Ele já estava com a mão na bolsa da mulher, rapaz, peguei uma barra de ferro aqui e discretamente, por baixo da barraca, a

encostei no bucho dele que já estava com uma ferida, aí ele chiou, viu que se vacilasse ia se lascar. Me olhou e saiu”.

Quanto ao exemplo do alarme e gritaria, não presenciei nenhuma situação, mas esta acima descrita, de *dar um toque* discreto por meio de gestos e piscadelas, presencie várias vezes. Já o episódio de defesa da barraca e do cliente relatado pela *comerciante de rua* Josefina, foi um caso extremo, pois segundo os próprios *comerciantes de rua*, é muito difícil um ladrão roubar cliente no meio das barracas, pois têm com medo da reação dos *camelôs*. Destaquei estas descrições e relatos para mostrar como estas práticas revelam a existência de estratégias de segurança vinculadas a um sistema de compartilhamento de informações que ajuda a prevenir situações de risco, assim como códigos locais (sinais de cultura) que servem de alerta: “o dar o toque”.

Uma outra prática de segurança observada no *comércio de rua* é a seguinte:

No dia a dia conhecemos os ladrões, eles ficam rondando aqui na Praça, a polícia não faz nada. Eles (ladrões) ficam só observando, quando percebo que eles estão atrás de alguma moça, eles roubam mais é mulher. Num tem esses celulares Samsung? Meu amigo, eles ficam doidos para roubar. Mais aí quando percebo tento chamar a pessoa para minha barraca. É lógico que eu sozinho num posso dar um grito: olha ele está lhe roubando. Tu sabe não é? Trabalhamos aqui, depois um cara desses nos marca e volta para nos furar. Pois é, mesmo assim, já impedi roubos chamando o cliente para minha barraca: - Olha a promoção de óculos, dê uma *encostadinha*. Na verdade, estou nem querendo vender, é só para o cliente encostar e se livrar, porque encostando aqui não roubam não. Mas muita gente passa batido, quando chegam lá embaixo são roubados (RIVELINO, 11/09/2006).

Percebam que as estratégias locais de segurança estendem-se aos clientes (transeuntes), ou seja, os *comerciantes de rua* estão de “olho” tanto em suas barracas quanto vigiam a rua contra a ação de trombadinhas. As estratégias de segurança são perpassadas por sinais de cultura entendidos pelos *camelôs* e, às vezes, captados pelos transeuntes, como no caso acima, o chamar para a promoção na barraca, não tinha como intenção a venda, mas sim o livrar o transeunte do roubo. Por isso, esta prática comunicativa e inter-subjetiva pode ser interpretada como um sinal de cultura local. Assim, os *comerciantes de rua* sistematizam práticas cotidianas para evitar a insegurança, pois:

Se não tem segurança ninguém vem aqui, polícia tem pouca; tem gente que tem medo de ladrão aqui no Centro mesmo com nós aqui, porque nós geramos movimento de gente, agora imagina as ruas vazias? Quem sairia no prejuízo era o camelô e o cliente, e quem ia gostar eram os ladrões. (RIVELINO, 11/09/2006)

Ainda discutindo sobre furtos, a *comerciante de rua* Tânia diz:

Muita gente aí, diz que camelô dá guarita para ladrão, isso não é verdade, sabe por quê? Porque tem muito crente aqui, nós espalhamos o bem, quando chega um oferecendo coisa suspeita, dizemos logo: coisa roubada não é trabalho para ajudar na obra de Deus. Assim, os ladrões não têm nem mais cara de oferecer essas coisas (09/10/2006).

O camelô Martins completa:

Rapaz, se tem gente que tem raiva de ladrão é camelô, porque faz é atrapalhar nós, se tem ladrão por aqui quem é que vai querer passar? Outra coisa, aqui perto nem esse negócio de **jogo de carta** nós deixamos ficar por aqui, deixo nada, isso é coisa de enrolão, o chato é que a polícia tira, aí depois aparecem de novo (04/10/2006)

O discurso de Tânia está presente, principalmente, nos vendedores de bolsas e confecções, pois muitos são adeptos de religiões protestantes e pregam, no trabalho diário, a honestidade, economia, respeito como fundamentos de contribuição para a obra de Deus. Observei um maior número de evangélicos nas seções de venda de roupas na Magalhães de Almeida e na Rua Godofredo Viana. Percebi de forma mais enfática a orientação religiosa protestante nas visitas aos sábados, dia no qual muitos *comerciantes de rua* se ausentam. Em dias de semana procurei investigar com os faltosos, as razões de não trabalharem sábado e constatei que faltavam porque o sábado era o dia santo deles.

Já o relato de Martins é comprovado por situações que presenciei em que os *comerciantes de rua* ignoram os tais “jogadores de cartas”, inclusive, tentam avisar aos transeuntes para não caírem no “papo” destes cidadãos. Em relação aos ladrões, os *camelôs* criam formas de evitá-los, estratégias próprias para dar alguma segurança aos locais de passagem de transeuntes, onde estão os corredores de barracas. Pois como disse Martins e Andréa, se não há segurança quem vai perder seremos nós, pois ninguém vai passar e conseqüentemente não venderemos.

As estratégias de segurança revelam como os *camelôs* tentam formar alternativas de preservação do espaço civil, precarizado³³ pela falta de manutenção urbana e segurança pública. Deste modo, tentam viabilizar práticas como preservação de árvores nos canteiros, vigilância do espaço e conserto de buracos em praças. Os *camelôs* da Deodoro, como exemplo, fizeram reparos em buracos e plantaram árvores em 2002 com o intuito de preservar o espaço; na Magalhães de Almeida, os *camelôs* defendem as árvores dos canteiros, além de plantarem também. Estas ações apresentam-se como um exemplo de cidadania e respeito aos

³³ Falta de banheiros públicos, policiamento, arborização, calçamento e lixeiras.

espaços civis do Centro de São Luís, de modo que são formuladas práticas cotidianas para superar as dificuldades e precariedades do espaço de trabalho urbano.

Fica claro que o *comércio de rua* funciona como uma rede social que dá vida e transmuta espaços de passagem precarizados em locais com relativa segurança. Os exemplos supra-citados foram os que me inspiraram a interpretar a rede social do *comércio de rua* como produtora e preservadora de espaços civis públicos que possivelmente, pela precariedade de segurança e de estruturas urbanas elementares, seriam espaços marcados pela insegurança.

4.2 Compartilhamento

Compartilhar no *comércio de rua* significa trocar, fazer circular conteúdos, informações, ferramentas, preços, segurança, indicação de clientela e mercadorias. Toda esta rede fundamenta-se em relações de confiança que são estabelecidas entre os atores sociais³⁴ envolvidos nesta. É assim que quando chegam os *sacoleiros*, os *camelôs* que fazem parte da mesma seção, chamam uns aos outros para que todos acessem os produtos trazidos.

Olha Tânia, aqui tem as alcinhas de silicone que você estava procurando, vem logo que a sacoleira está agoniada. Espera aí que Gomes também estava querendo, deixa eu avisá-lo (ANDRÉA, 07/10/2006).

Aos poucos, vários *camelôs* reúnem-se ao redor da *sacoleira*, ou então, esta fica sabendo por meio dos avisos de um a outro, quais *camelôs* estão interessados em seus produtos; desta forma, dirige-se ao interessado. É assim que funciona a rede de informações, um *comerciante de rua* avisa ao outro, e este a outro e assim sucessivamente. Estas situações, interpretei como momento de compartilhamento de fornecedores e preços, ou seja, ao mesmo tempo que compram de um mesmo fornecedor, criam preços comuns. Estabelecem, deste modo, um preço médio, mais ou menos tabelado.

Vendemos aqui quase pelo mesmo preço, todo mundo sabe o preço mais ou menos, um fala para o outro. Aí é sacanagem colocar o preço lá embaixo, porque senão todo mundo perde. Aqui vendemos um vídeo game desses por R\$ 150,00, aí vem um cara desses aí, não sei como, se mete em nossas vendas e ainda quer vender com o preço lá embaixo, aí foge da regra. (MANOLO, 25/05/2006)

³⁴ Comerciantes de rua, clientes, fornecedores, carregadores, transeuntes.

O camelô Manolo fez o relato acima depois de ter entrado em litígio com um cidadão que anda nas ruas oferecendo produtos de vídeo game completamente fora dos preços de mercado do *comércio de rua*. De certo modo, este indivíduo não é bem recebido pelos *camelôs*, pois além de não se sintonizar com as regras locais do compartilhamento de preços, ainda se intromete nas negociações dos *comerciantes de rua*.

No compartilhamento de fornecedores ocorrem casos em que os *comerciantes de rua* falam uns para os outros sobre promoções, novos produtos e novos *fornecedores*, assim informam uns aos outros das vantagens e desvantagens no fornecedor X ou Y.

A circulação interna de *troco* também funciona como um sistema de compartilhamento e integração social entre os *camelôs* de mesma seção. Vejamos, quando um *comerciante de rua* não possui troco, circula na seção e tenta conseguir com seus companheiros o dinheiro necessário para a realização da negociação (esta situação já expus no capítulo anterior). Não é raro o *camelô* não possuir dinheiro suficiente para passar o troco ao cliente, deste modo apela para a instituição do *troco emprestado*. Daí se estabelece uma relação de compartilhamento e compromisso com o outro de que, assim que conseguir, repassará o dinheiro para quem o emprestou: estabelece-se o círculo de troca interno entre *comerciantes de rua e comerciantes de rua*.

Anteriormente, discuti a circulação de valor de vínculo na operacionalização dos vários circuitos de troca. O compartilhamento do troco emprestado levou-me a perceber a existência de algo que estava para além do valor de troca (relação de lucro monetário imediato). A partir das observações de campo e entrevistas, identifiquei a existência da integração social por meio de vínculos de interdependência que este sistema de troca produz (valor de vínculo).

Esta situação de compartilhamento é composta pelo valor de vínculo, ou seja, as cifras trocadas em papel moeda (troco emprestado) funcionam como mecanismo de integração e de construção de solidariedade entre os *camelôs*. Observemos o diálogo que tive com alguns *comerciantes de rua* sobre esta instituição local: o troco emprestado.

Olha Cosme, o troco é uma forma da gente não perder freguês, assim os meus amigos próximos me ajudam e me emprestam, para que eu não perca a venda e o cliente. Isso acontece porque não tem contenda aqui. Entendeu? Camelô não briga para fazer contenda, por isso empresta o troco um para o outro, daí gera a amizade. (TANIA, 07/10/2006)

Nesta ocasião aproveitei e perguntei: - Mas se eu fosse camelô e trabalhasse aqui perto, fosse vizinho, e vocês precisassem de troco, me pedissem e eu recusasse?

- “Ah! Aí nós íamos entender, porque você não tinha, né? Ou se tinha era só cinco reais para você mesmo, aí entendemos”. (TANIA)

Re-elaboro a pergunta e digo: - Sim, mas se eu tivesse, e pelo que vejo aqui vocês sabem quem tem e quem não tem, pois observam quem está vendendo e quem não está. E se mesmo assim eu não emprestasse?

- “Aí gera contenda. Porque na hora que você me pedisse troco emprestado, ou qualquer coisa, eu já ficaria com um pé atrás, aí não dou. E mais, aí meu vizinho já viu esse ocorrido e já não dá também, aí como te disse vira contenda”. (TANIA)

Este diálogo relata como no *calor da hora* a circulação do *troco emprestado* não é um sistema de empréstimo baseado no ganho de juros. Com isso, perguntei a Andréa, Tânia e Gomes, que também participavam do diálogo: - “É dinheiro que circula nestes empréstimos, mas o que vocês ganham com isso?” Os três respondem: - “Primeiro o cliente e depois reforçamos a amizade entre nós”.

Eis aí uma rede de troca que arregimenta um sistema de relações sociais de confiabilidade e compromisso mútuo. Deste modo, em meio ao *troco* (meio de troca), o valor de vínculo circula sendo reconhecido pelos informantes como amizade. Por outro lado, a obstrução intencional (não emprestar de “miserável”) deste círculo de troca produz a *contenda*, que se manifesta como a negação da integração social entre os *comerciantes de rua* envolvidos (estabelecimento de solidariedade local).

O *camelô* Rivelino também relatou este mesmo processo, referenciando que um empresta o troco para o outro, depois se acertam, mas quem não o fornece, nega-se do círculo de compartilhamento:

É assim, tu mesmo está vendo aqui (Deodoro). Ainda agora, ele aqui do lado me emprestou, porque eu não tinha como trocar cinquenta reais que a moça me deu. Neste caso, tenho que pedir emprestado, depois retorno a ele o que eu devo, ninguém cobra juros. Eu ganho o cliente e mantenho o compromisso com meu vizinho. Pego hoje, amanhã é a vez dele me pedir, e assim vai um ajudando o outro. (11/09/2006)

Para ficar mais visível descreverei uma situação protagonizada por Rivelino, por mim presenciada.

Uma cliente aproxima-se da barraca de Rivelino, olha para as mercadorias (óculos, acessórios de celular e de relógios), interessa-se por uns óculos. O *comerciante de rua* Rivelino apresenta as qualidades do produto e mostra também alguns outros modelos. A cliente prova os óculos, olha-se num espelho fornecido por Rivelino e diz: - Vou querer este, quanto é? Rivelino responde: - Para você só dez reais. A cliente fica satisfeita e entrega ao *camelô* uma nota de cinquenta reais. Este coloca as mãos nos bolsos, olha no porta-cédulas, verifica que não possui troco suficiente e diz: - Espere um momentinho. Assim, deixa a banca e dirige-se aos vizinhos em busca do troco. Passa em duas barracas e nada, até que na terceira (barraca do *camelô* Matias) consegue o trocado. Volta até seu *standing*, entrega o troco e a cliente vai embora.

Além do compartilhamento gerado pela circulação do troco emprestado, há outra prática de integração via troca com mesmas características de circulação de vínculos sociais: a permuta interna de mercadorias.

Um cliente aproxima-se da barraca de Andréa, interessado em comprar uma camisa, olha e prova, porém percebe que a mesma ficou pequena. O cliente fica chateado e diz: - Poxa, queria tanto esta camisa! A *comerciante de rua* Andréa diz: - Espere um minutinho. E corre pela seção, chegando a um vizinho que vende confecções também (GOMES) e possui a peça com o tamanho maior. O *camelô* Gomes fornece o produto a Andréa e assim este finaliza a negociação com o cliente.

O fato descrito destaca o aparecimento de um circuito de troca e compartilhamento, que segundo representações locais dos *camelôs* seria um importante mecanismo de manutenção da *clientela* e de estabelecimento de compromissos e vínculos de confiança mútua entre os *comerciantes de rua* próximos. Desta forma, “trocar ou emprestar uma mercadoria para o outro também serve para nós ajudarmos uns aos outros. Hoje empresto para ele, amanhã ele me empresta. É assim que funciona.”(RIVELINO, 11/09/2006).

Os mecanismos de compartilhamento arregimentam possibilidades de construção de vínculos estreitos de confiança e compromisso mútuo entre os *camelôs*. O valor de vínculo (amizade, compromisso, confiança) imbrica-se nas relações de troca, e estas se tornam um mecanismo de *coesão* relações **internas** ao grupo e de fidelização nas relações **externas** estabelecidas com os clientes: “sempre tentamos conseguir o que o cliente quer” (MARTINS, 10/10/2006).

4.3. Segurança e confiabilidade interna

Várias vezes, observei barracas sem nenhum *comerciante de rua*, mas no momento em que algum cliente aproximava-se o vizinho aparecia e o atendia. Esta situação ocorre quando o *camelô* tem que se ausentar para resolver algum problema (ir ao banheiro, ao banco, quando está doente etc.). Assim, o *camelô* ausente deixa seu *standing* sob os cuidados de parceiros de trabalho do dia a dia, que venderão e vigiarão este. Conforme o *camelô* Rivelino, vigiar a barraca do vizinho é estabelecer laços de confiança e ainda ajudar o companheiro que está em dificuldade. Este completa dizendo: “quando eu precisar que ele vigie a minha barraca, eles também vigiarão”.

“Tomar conta” da barraca de companheiros de seção é representado pelos *camelôs* como forma de dar hoje para receber amanhã (reciprocidade), isto também está presente nas formas de compartilhamento de troco e permuta interna. Interpretei estas práticas cotidianas como pontos de integração e/ou coesão social interna da rede que indicam a formação de vínculos de confiança e solidariedade local. Por meio deste emaranhado de relações sociais calcadas na fidelidade e cooperação mútua é que o *comércio de rua* pode ser pensado como rede social de interconexão.

A confiança perpassa todas as práticas acima referidas, sendo representada e materializada no cotidiano do *comércio de rua* como: o vigiar a barraca do vizinho; avisar para os companheiros sobre ladrões; informar mutuamente sobre produtos, preços e fornecedores; emprestar o troco e; realizar permutas internas. Estas práticas ancoram a rede de confiabilidade produzindo circuitos de trânsito de valores de vínculos entre os *comerciantes de rua*, e *a posteriori* aos clientes.

A circulação dos valores de vínculo no entremear das relações socioeconômicas no *comércio de rua* aproxima-se do que Mauss (2001) definiu como circulação da dádiva: a gentileza de dar e a obrigação de retribuir. Partindo desse pressuposto, as práticas acima citadas de troca no *comércio de rua*, obedecem ao mesmo princípio (reciprocidade, Polanyi, 2000). Por isso, o *comerciante de rua* faz questão de dizer: “hoje eu ajudo para amanhã ser ajudado”. Andréa completa: “hoje empresto o troco para ele, para quando eu precisar ele também me emprestar”.

Este fenômeno foi investigado e classificado também por Polanyi (2000), que o definiu como motivação econômica de reciprocidade, fato já apontado anteriormente. Como estamos diante de uma prática de reciprocidade que circula entre os *comerciantes de rua*, o

ato de obstrução da rede de interconexão do dar e do retribuir corresponde à ruptura ou a saída do círculo de troca de vínculos. Em um caso relatado por Martins e Josefina, ficou bem exemplificado como se fere a confiança entre os *camelôs*, e quais as conseqüências. Vejamos.

Cosme, vou te contar como tem uns camelôs aqui que ninguém quer papo, pois eles roubam o próprio camelô vizinho. Tem um cidadão (caso 1) lá mais embaixo que foi se revelando. Os vizinhos deixavam ele vigiando a barraca e quando voltavam, olhavam que estava faltando mercadorias. Teve outro (caso 2) que roubou ele mesmo, tipo inventou que tinha sido roubado, aí nós fizemos uma cota para dar mercadoria para ele vender, e num morrer de fome não é? Rapaz, depois descobrimos que ele tinha era inventado essa história, aí meu amigo perdeu a confiança. (MARTINS, 07/10/2006)

Trabalhei ao lado desse cabra (Caso 1) que rouba mercadoria dos outros. Eu não queria nem papo depois que fui percebendo que minhas coisas iam sumindo, toda vez que eu pedia para ele vigiar. Não custou muito ele pegou fama ruim. Aqui pode perguntar para tudo que é camelô, ninguém gosta dele. Só para tu ver, outro dia caiu a barraca da vizinha dele, o cabra foi ajudar a levantar as coisas, rapaz, essa mulher empurrou ele e disse: - sai daqui, que tua ajuda não quero. (JOSEFINA, 07/10/2006)

Os relatos acima descrevem dois casos interessantes de estigmatização, pois as atitudes dos dois indivíduos produziram obstrução da circulação de vínculos de confiança e compromisso mútuo. Na fala do camelô Martins, há destaque às razões pelas quais os dois indivíduos tornaram-se malvistas: não vigilância da barraca do vizinho, a mentira e o roubo. Já conforme Josefina, que inclusive trabalhou perto do cidadão do Caso 1, até tentou estabelecer os vínculos, deixando algumas vezes a barraca sob sua vigilância. No entanto, ao perceber que sumiam mercadorias (roubo), afastou-se do indivíduo não estabelecendo mais relações. Relatos como estes, servem como exemplo do que não é ser *camelô*, melhor dizendo: não integrado à rede de confiabilidade e interdependência.

Na descrição (Caso 2) de Martins, ainda há destaque a uma prática de auto-segurança, que verifiquei em vários depoimentos de *camelôs*: a cota para ajudar um *camelô* que foi assaltado ou perdeu suas mercadorias. Na Travessa do Cine-passeio, os *camelôs* Antônio e José já haviam me relatado que quando um *comerciante de rua* está com dificuldades financeiras para adquirir mercadorias, ou foi roubado, os *comerciantes de rua* se unem e fazem uma cota de ajuda que pode ser em espécie, fornecendo mercadorias, ou em dinheiro. Deste modo, arregimenta-se mais uma prática de cooperação entre os *comerciantes de rua* de seções e/ou setores próximos. Mas no relato de Martins, houve uma transgressão em relação à

confiança local, o cidadão (Caso 2) citado mentiu sobre haver perdido suas mercadorias. Deste modo, ofendeu a instituição da cooperação e confiabilidade mútua entre os seus pares.

Ainda sobre o Caso 1, achei interessante que o cidadão envolvido neste fato circula por entre as barracas tentando “puxar papo” com os *camelôs*, entretanto tem pouco êxito. Como diz a comerciante de rua Josefina: “ninguém dá confiança para este indivíduo”.

A indicação mútua de clientes também faz parte do sistema de compartilhamento. Mas como funciona tal indicação?

Um cliente dirige-se à barraca de um *comerciante de rua* vendedor de pequenos eletrônicos, procura por uma calculadora que tenha relógio-despertador. O *camelô* verifica que não possui, ao invés de os vizinhos intrometerem-se na negociação e chamar o cliente para sua banca, o que pode acontecer é: 1) haver permuta interna; 2) o vendedor que iniciou a negociação indicar um outro *camelô* que possua o produto. Desta situação, fica evidenciado a permuta interna e a indicação como duas práticas em que circulam vínculos de confiabilidade e integração social.

A *indicação* de clientes feita pelos *camelôs* faz parte do sistema de compartilhamento, já que um *comerciante de rua* indica outro (de confiança) que possui a mercadoria procurada pelo cliente, assim:

Um cliente pára na barraca de Paulo e pergunta: - Rapaz tem aí celularzinho cor de rosa? É para minha filhinha. O *camelô* Paulo responde: - Puxa, até tinha, mas acabou ainda agora. Sabe o que você pode fazer? Vá descendo aí, seguindo essa mesma fila, lá no canto tem um rapaz gente boa que também vende, veja lá se ele não tem. O cliente sai e agradece. Esta situação pode ser diariamente observada no bojo do *comércio de rua*, pois também funciona como parte da integração social interna do grupo, deste modo Paulo diz: “hoje eu indico, para amanhã ser indicado”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após ter realizado a descrição do funcionamento e do cotidiano do *comércio de rua*, creio ter revelado ao leitor as complexidades organizacionais e as relações sociais cotidianas que me fizeram refletir este fenômeno sociológico como um sistema social, ou como uma rede socioeconômica de interconexão (ELIAS, 1993).

Informado pelas orientações teóricas (experiência distante), pelo trabalho de campo e entrevistas, fui percebendo que o fato social observado constituía-se como uma *rede comercial de rua* que envolvia várias ocupações no mercado de trabalho (*comerciantes de rua, carregadores, sacoleiros, fornecedores e clientes*). Pois bem, este conjunto de ocupações no *comércio de rua* representam a demanda de labuta, ou seja, a necessidade de inserção no mundo do trabalho, mesmo na precariedade de condições.

Isso quer dizer: os atores sociais do *comércio de rua* tentam se incluir autonomamente para manter seu sustento na cidade. Daí o considero que o conceito de informalidade de sobrevivência (PORTES, 2000) abrange algumas noções do *comércio de rua*, como o fator de sobrevivência, assim como a observação de que estas ocupações não provêm da desarticulação de outras ocupações formais, mas sim que são formas próprias de trabalho.

Durante o trabalho de campo e análises, consegui constatar que o *comércio de rua* está para além da informalidade de sobrevivência, sendo assim também uma rede econômica de interconexão, que além de sobrevivência, contextualiza-se às novas tendências do capitalismo informacional (CASTELLS, 1999): dinamicidade, flexibilidade, plasticidade e cooperativismo (interdependência).

Assim, há uma grande heterogeneidade e dinamicidade no *comércio de rua*, que se relacionam com sua característica de interconexão com outros postos de venda no país. Desta maneira, os viajantes - muitos deles parceiros do comerciante de rua - viajam para outras regiões do Brasil, entram em contato com novos produtos e/ou novas formas de comercialização e tentam implantá-las na teia comercial. Os *comerciantes de rua* viajam para os interiores, em épocas de festejos, levando novidades do mercado de consumo, assim como também viajam para outros estados para compra de mercadorias (Pernambuco e Ceará).

Como disse acima, a própria característica de dinamicidade na produção do espaço e na circulação por vários espaços urbanos no país produz um setor socioeconômico que está inter-relacionado com vários outros espaços de comercialização. Com isso, o *comércio de rua* contextualiza-se em um capitalismo informacional (CASTELLS, 1999): um

fenômeno cada vez mais relacionado com a consolidação de amplas redes de relações sociais, econômicas, culturais e organizacionais.

Essa constatação fez-me adotar a perspectiva de compreender científica e institucionalmente o *comércio de rua* como manifestação de transformações estruturais da sociedade contemporânea. Assim, pude percebê-lo como fenômeno social complexo e que apresenta dimensões muitas vezes não consideradas pelos gestores do espaço urbano.

É importante considerar que existe *comércio de rua* porque há lacunas no processo criação de novos postos de trabalho na sociedade contemporânea, ou seja, informalidade de sobrevivência (PORTES, 2004)³⁵, geralmente encontrada nas cidades do terceiro mundo. Deste modo, Silva (2000) define que estamos diante de um novo contexto de mercado de trabalho, baseado no paradigma da empregabilidade e na des-responsabilização do Estado e das empresas com a criação de empregos. Já Castells (1999), demonstra como a articulação das empresas e gestão organizacional em rede é que vem se constituindo nas novas tendências de acumulação de capital. Partindo das contribuições dos teóricos acima, pergunto: como poderia analisar o *comércio de rua* negligenciando suas relações com as novas tendências globais do capital e do mercado de trabalho?

Por isso, busquei refletir, amplificadamente, o *comércio de rua (informalidade de subsistência* segundo CASTELLS, (1997) inserido neste novo momento do capitalismo, enquanto setor (apesar de ser anterior à *sociedade em rede*) onde as novas tendências de organização do trabalho parecem se manifestar, apesar da falta de apoio governamental. Assim sendo, o *comércio de rua*, a meu ver, apresenta-se como arena de articulações econômicas e sociais intensificada com a *sociedade em rede*. Deste modo, não corresponde à desarticulação de setores formalizados, mas a meu ver, o surgimento de um novo setor, ou como diria Geertz (1978) em Bazar Economy, um tipo de fenômeno socioeconômico particular.

É importante destacar, que entendi o *comércio de rua* do centro de São Luís como rede, pois interconecta a cidade, de forma dinâmica e inovadora, apesar da falta de aproximação do poder público e/ou incentivos de instituições financeiras, com outros centros urbanos do Brasil, por meio da circulação de mercadorias, informações e pessoas. Assim, inovam o mercado interno introduzindo, constante e velozmente, mercadorias (lançamentos) e

³⁵ Conforme Portes (2004) existem três tipos de informalidade que são geradas por processos diferenciados, destarte: 1) subsistência - são as encontradas nas cidades do terceiro mundo, geralmente comércios de rua ou produções artesanais; 2) exploração dependente – organizadas para melhorar flexibilização da gestão e redução dos custos laborais nas empresas; 3) crescimento – feitas por redes de solidariedades entre pequenas empresas e tem como objetivo o aumento do capital e redução de custos.

serviços exclusivos, no sentido da “destruição inovadora” discutida por Castells (1999). Eis uma característica de destaque no capitalismo informacional ou em rede: a capacidade de inovação, adaptação e interconexão. Deixei evidenciado tal processo ao descrever e analisar os sistemas de abastecimento e compartilhamento.

É composto (código cultural da empresa em rede) de muitas culturas, valores e projetos que passam pelas mentes e informam as estratégias dos vários participantes das redes, mudando no mesmo ritmo que os membros da rede e seguindo a transformação organizacional e cultural das unidades da rede. É de fato uma cultura, mas uma cultura do efêmero, uma cultura de cada decisão estratégica, uma colcha de retalhos e experiências e interesses, em vez de uma carta de direitos e obrigações. É uma cultura virtual multifacetada, como nas experiências visuais criadas por computadores no espaço cibernético ao reorganizar a realidade. (CASTELLS, 1999, p.258).

Momentos específicos, como carnaval, copa do mundo, natal, festas juninas, são acompanhados pelos *comerciantes de rua*, que transmutam parte de suas mercadorias em artigos específicos de tais datas comemorativas. No período carnavalesco proliferam-se máscaras, fantasias, buzinas, apitos; nas festas juninas, indumentárias de quadrilha, chapéus de palha; em épocas de copa do mundo emergem as camisas da seleção brasileira, bolas, chapéus, cornetas etc.

No movimento acima, percebi que a transmutação das mercadorias de acordo com épocas específicas necessita de um caráter dinâmico e principalmente capitais informacionais (CASTELLS, 1995) como: conhecimento de fornecedores e novos produtos e capacidade de adaptação às novas tendências de mercado. Destarte, *o comércio de rua* possibilita um processo de diversificação do mercado de consumo local por meio de sua dinamicidade e pluralidade. O *comércio de rua* então emerge, no meu ponto de vista, como uma rede de ocupações plásticas, que possui ampla dinamicidade, inventando e reinventando espaço, mercado e trabalho. (HART, 2006).

Meu objeto de estudo apresentou-se como um setor que cada vez mais se torna heterogêneo e fluido ao mesmo tempo que cooperativo e interconectado em termos econômicos e sociais. Fato que lhe coloca ao lado da fluidez das novas formas de acumulação capitalista em rede: era dos serviços, consumismo, instabilidade, plasticidade adaptativa, capacidade de renovação. Neste ponto, vejamos o peso das redes na análise de fenômenos socioeconômicos contemporâneos:

Ernst aponta dois fatores como fontes principais nesse processo de transformação organizacional: a globalização de mercados e insumos e a drástica transformação tecnológica que torna os equipamentos constantemente obsoletos e força a contínua atualização das empresas em termos sobre processos e produtos. Nesse contexto, a cooperação não é apenas uma maneira de dividir custos e recursos, mas constitui uma apólice de seguro contra alguma decisão errada sobre tecnologia: as conseqüências de tal decisão também seriam sofridas pelos concorrentes, visto que as redes são ubíquas e interligadas (CASTELLS, 1999, p.252)

Considero importante destacar, que apesar de ter estudado um caso local, o *comércio de rua* do centro de São Luís, não estive diante de um fato social isolado, muito pelo contrário, deparei-me com uma organização socioeconômica globalizada. Com isso, faço minhas as palavras de Rabossi (2004) ao falar do comércio de rua em Ciudad del Leste:

Os números (**pessoas, mercadorias e cidades**) envolvidos são enormes e os pontos conectados por esse movimento é uma malha que se estende por quase todo o Brasil. Os camelôs e as feiras do Paraguai das cidades brasileiras são as imagens mais associadas com esse comércio (RABOSSI, 2004, p.10) (grifo meu).

As tendências cooperativas, apresentadas no sistema de solidariedades e circulação de vínculos sociais na rede, foram, por mim, entendidas como pressupostos para implementação de políticas públicas que visem ao reconhecimento e à institucionalização desta prática socioeconômica. Deste modo, penso que o *comércio de rua*, talvez, seja o manancial de novas formas de relações econômicas, assim como as feiras burguesas no período de crise do sistema feudal. Assim, procurei entender o *comércio de rua* como um setor próprio, com dinâmicas e funcionamentos específicos, que está inserido no capitalismo informacional.

Além de conectar o mercado de São Luís com outros centros, o *comércio de rua* integra-se à rede comercial formal, tendo estes como fornecedores. Há também relações de integração com produções domésticas locais (o caso das costureiras locais). Ambas as constatações apontam para a interdependência entre setores, além disso, para o possível estímulo e emergência de uma pequena produção doméstica comercializável.

Uma outra questão de relevância que inferi deste trabalho foi que o *comércio de rua* corresponde a um tipo de organização que extrapola a dimensão meramente econômica, ou seja, além de ser arena de trocas econômicas, este transmuta-se em local de convivência e circulação de relações de interdependência social interna e externa (círculos de troca interna, valor de vínculo, solidariedades e clientelização). A partir do que chamei de permuta interna, sistema de compartilhamento de troco, indicações, fornecedores e informações, o *comércio de rua* emerge como uma rede de relações sociais.

Essas práticas definem o *comércio de rua* como um setor particular, com dinâmicas e funcionamentos próprios e que, mesmo na economia de mercado moderna, possui nuances que fundamentam a hibridização de relações primárias (laços de confiabilidade, valor de vínculo e relações de clientela) e secundárias (valores de troca, lucro e circulação de dinheiro) como fator de funcionamento.

Com isso, o *comércio de rua* humaniza a racionalidade impessoal da economia de mercado pura (o vazio do não-lugar, a impessoalidade e a fragmentação do espaço urbano), amenizando a concorrência feroz entre os integrantes deste comércio e a transmutando em fator de agregação social, Durkheim (1999) diria: coesão social. O espaço urbano, destarte, ocupado pela rede do *comércio de rua*, transmuta-se em lugar de convivência social e de trabalho, em que relações de troca ampliam seu significado para além da troca e do valor de uso, assim emergindo destas, a circulação dos valores de vínculo.

São por tais complexidades que o *comércio de rua* de São Luís deve ser entendido como uma organização socioeconômica baseada em uma demanda legítima – necessidade de inserção no mercado de trabalho através de um empreendimento-, inserida na heterogeneidade e velocidade do capitalismo informacional, por envolver uma malha e/ou rede de relações sociais, culturais e econômicas amplas. É por isso que não considero possível refletir acerca do *comércio de rua* como algo simples que pode ser transmutado como em um passe de mágica em formas de trabalho convencionais, ou seja, calcadas no capitalismo estável. Deste modo, a vigilância epistemológica foi e é basilar.

Desta maneira, uma ação interventora que vise capitalizar o *comércio de rua* de São Luís sem um planejamento estratégico que leve em conta as características de fluidez, plasticidade, necessidade de circulação de pessoas e mercadorias, capitalismo informacional, rendimentos e problemas locais e relações sociais, pode produzir um efeito dominó, pois estamos intervindo em uma malha de relações que interconecta vários espaços sociais e várias vidas de atores sociais. Desta maneira, ao invés de produzir soluções para o bem-estar da população, poder-se-ia estar criando impactos sociais muito mais profundos (desemprego, deslocamento de populações do trabalho urbano para marginalidade urbana, queda de rendimentos econômicos).

No meu ponto de vista, construir processos de mudança via parcerias e políticas públicas via Estado, deve levar em conta todo o sistema da rede (funcionamento, dinâmicas e características internas), para assim fundar políticas dialógicas que partam da compreensão das peculiaridades e demandas específicas da rede local. Mas, isto não deve ser pensado isoladamente, pois o *comércio de rua* é uma grande rede socioeconômica de interconexão,

que transcende aos fatores puramente locais. Além disso, esta é o substrato e/ou o cimento social que dá sentido à vida de inúmeras famílias, que se ancoram numa rede econômica e de relações sociais que se define como construção social cotidiana de pessoas que buscam, acima de tudo, trabalhar e se sentirem humanos genéricos inseridos dignamente na sociedade.

É precisamente na acção sobre o mundo objectivo que o homem se manifesta como verdadeiro ser genérico. Tal produção é a sua vida genérica ativa. Através dela, a natureza surge como sua obra e sua realidade. Por conseguinte, o objeto do trabalho é a objetivação da vida genérica do homem: ao não se reproduzir apenas intelectualmente, como na consciência, mas activamente, ele duplica-se de modo real e intui o seu próprio reflexo num mundo por ele criado (MARX, 1993, p. 165).

REFERENCIAS

ANDERSON, P. **O fim da história**: de Hegel a Fukuyama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1992.

AUGÉ, M. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. 4 ed. Campinas: Papirus, 1994.

BACHELARD, G. **A formação do espírito científico**: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BAGNASCO, A. et al. **El capital social**: instrucciones de uso. Buenos Aires: FCE, 2003.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BECK, Ulrich. **Un nuevo mundo feliz**: la precariedad del trabajo en la era de la globalización. Barcelona: Editorial Paidós, 2000.

BHABHA, H. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **El nuevo espíritu del capitalismo**. Madrid: Akal, 2002. Introdução. Disponível em: <<http://sindominio.net/unomada/boltanski/boltanski.pdf>>. Acesso em: 14 Fev. .2006.

BOUDIEU, P. Uma ciência que perturba. In: **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 4 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CARPIO, J.; KLEIN, E.; NOVACOVSKY, I. (comp.). **Informalidad y exclusión social**. Buenos Aires: FCE; Siempro, 2000.

CASTELLS, M. **La ciudad informacional**: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional. Madrid: Alianza, 1995.

CASTELLS, M.; PORTES, A. El mundo sumergido: los orígenes, la dinámica e los efectos de la economía informal. In: **La economía informal**: estudios nos países avazados y em desarrollo. Buenos Aires: Ed. Política y Sociedad. p. 21-47., 1997.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 8 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DA MATTA, R. (1978). O Ofício de Etnólogo, ou Como ter anthropological blues. In: NUNES, Edson Oliveira (org.), **A Aventura Sociológica, Objetividade, Paixão, Improviso e Método na Pesquisa Social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, pp. 23-35.

DINIZ, Juarez Soares. **O setor informal como estratégia de sobrevivência no mundo do trabalho**: o caso dos trabalhadores ambulantes em São Luís (MA). 2005.184 f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2005.

DE CERTEAU, M.; GIARD, L.; MAYOL, P. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1997.

DURKHEIN, E. **Da divisão do trabalho social**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ELIAS, N. **O processo civilizador**: formação do estado e civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993. 2v.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

ESCOBAR, Arturo. **La Invencion del Tecer Mundo**: cosntruccion y desconstruccion del desarrollo. Barcelona: Norma, 1996.

ESCOBAR, Arturo. El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: globalización o podesarrollo. In: VIOLA, Andreu (comp). **Antropología del desarrollo**: teorías e estudios etnograficos en America latina. Barcelona: PAIDÓS, 2000.

ESTEVA, Gustavo. Desarrollo. In: VIOLA, Andreu (comp). **Antropología del desarrollo**: teorías e estudios etnograficos en America latina. Barcelona: PAIDÓS, 2000.

GEERTZ, C. **O saber local**. Petrópolis: Vozes, 1997.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GEERTZ, C. **The Bazaar Economy**: information and search in peasant marketing. The american economic review, v. 68 n. 2, p. 28-32, 1978.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 12 ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOMES, L. G. Comércio étnico em Belle Ville: memória, hospitalidade e convivência. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro: UFRJ, n. 29, p. 1 – 17, 2002.

GULLAR, F. **Poema sujo**. 6 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.

HART Keith. Informal income opportunities and urban employment in Ghana. **Journal of Modern African Studies**, Cambridge: p. 61-89, 1973. Disponível em: <<http://www.jstor.org/>>. Acesso em: 30 ago. 2006

HART, K. **Bureaucratic Form and the Informal Economy**. Oxford Scholarship Online Monographs, Oxford, p. 21-36, 2006. Disponível em: <<http://www.thememorybank.co.uk/publications/uhpchapter>>. Acesso em: 04 mar. 2006

HART Keith. **Informal economy**. 2006-06-01. Disponível em: <http://www.thememorybank.co.uk/publications/informal_economy>. Acesso em: 14 abr. 2006.

HOLANDA, S. B. de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LANDER, Edgardo (org). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais. Buenos Aires: CLACSO, 2005.

LYRA, Rejane Souza de Britto. Sulanca X muamba: rede social que alimenta a migração de retorno. **São Paulo em perspectiva**, n. 4, p. 144-154, out-dez. 2005.

MARTINS, P. H.; NUNES, B. F. (orgs.). **A nova ordem social**: perspectivas da solidariedade contemporânea. Brasília: Paralelo 15, 2004.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Lisboa: Edições 70, 1993.

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. 16 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998, vol I.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 2001.

MEIRELLES, Dimárias Silva e. O conceito de serviço. **Revista de economia política**. São Paulo, n. 1, p. 119-136, jan-mar. 2006.

NORONHA, E. G. “Informal”, ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo: ANPOCS, v. 18, n. 53, p.111-179, 2003.

PAIVA, V.; POTENGY, G.; CHINELLI, F. Qualificação e inserção alternativa no mundo do trabalho: a sociologia do trabalho para além da indústria. **Novos Estudos**, São Paulo: CEBRAP, n. 48, p. 121 – 142, 1997.

PAMPLONA, J. B. Atividade informal do comércio de rua e a região central de São Paulo. In: Empresa Municipal de Urbanização – EMUR. **Caminhos para o centro: estratégias de desenvolvimento para a região central de São Paulo**. São Paulo: Prefeitura Municipal de São Paulo, CEBRAP, Centro de Estudos da Metrópole, 2004. p. 308 – 337.

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus; Elsevier, 2000.

PORTES, A. La economía informal y sus paradojas. In: CARPIO, J.; KLEIN, E.; NOVACOVSKY, I. (comp.). **Informalidad y exclusión social**. Buenos Aires: FCE; Siempre, 2000.

PORTES, Alejandro. La sociologia en el hemisferio. Hacia una nueva agenda conceptual. **Nueva Sociedad**, Caracas: n. 178, p. 126-144, 2002.

PORTES, A.; HALLER, W. La economia informal. **CEPAL – Série Políticas Sociales**, Santiago de Chile: Naciones Unidas, n. 100, p. 7 – 50, -2000-2004.

RABOSSA, F. Dimensões da espacialização das trocas: a propósito de mesiteiros e sacoleiros em Ciudad del Este. **Ideação – Revista do Centro de Educação e Letras**, Foz do Iguaçu: Campus de Foz do Iguaçu, p. 151 – 176, 2004.

REDFIELD, R. **Civilização e cultura de folk**. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1949.

SANTOS, B. S. (org.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SÃO LUÍS. Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Terras, Habitação e Urbanismo. **Legislação urbanística básica de São Luís**. São Luís: Imprensa Universitária, 1997.

SHIVA, Vandana. **Abraza la vida: mujer, ecologia y supervivencia**. Madri: horas y horas, 1995.

SHIVA, V. **Monoculturas da mente**: perspectivas da biodiversidade da biotecnologia. São Paulo: 2003.

SILVA, L. A. M. Mercado de trabalho, ontem e hoje: informalidade e empregabilidade como categorias de entendimento. In: SANTANA, M. A.; RAMALHO, J. R. (orgs). Além da fábrica: trabalhadores, sindicatos e a nova questão social. São Paulo: Boitempo, 2003.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (org). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Editores Zahar, 1987.

SINDZINGRE, A. **The relevance of the concepts of formality and informality: a theoretical and informality: theoretical appraisal. In: EGDI (Expert group on development issues), united nations university, Finland, 2004.**

SMITH, A. **A riqueza das nações**. Rio de Janeiro: Hemus, 1984.

SOUZA, A. R. de; CUNHA, G. C.; DAKUZAKU, R. Y. **Uma outra economia é possível: Paul Singer e a economia solidária**. São Paulo: Contexto, 2003.

WEBER, M. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. 4 ed. Brasília: UnB; São Paulo: Imprensa Oficial, 1999. 1v.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2001.

WEBER, F. Práticas econômicas e formas ordinárias de cálculo. **Mana: Estudos de Antropologia Social**, Rio de Janeiro: UFRJ, v. 8, n. 2, p. 151 – 182, 2002.

WIRTH, L. O urbanismo como modo de vida. In: VELHO, O. G. (org). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Editores Zahar, 1987.

ANEXOS – Não inclusos

Finaliza na página 162

Fotos

Mapas

Ficha e Roteiro de entrevistas