

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

FELIPE RANGEL

**A EMPRESARIZAÇÃO DO COMÉRCIO POPULAR EM SÃO PAULO:  
Trabalho, empreendedorismo e formalização excludente**

SÃO CARLOS - SP

2019

FELIPE RANGEL

**A empresarização do comércio popular em São Paulo:  
Trabalho, empreendedorismo e formalização excludente**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia  
da Universidade Federal de São Carlos para a obtenção do título  
de Doutor em Sociologia.

Orientador: Jacob Carlos Lima

São Carlos – SP

2019

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS**

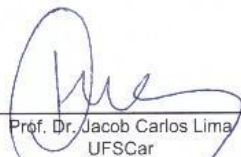
Centro de Educação e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia

---

**Folha de Aprovação**

---

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Tese de Doutorado do candidato Felipe Rangel Martins, realizada em 07/06/2019:



---

Prof. Dr. Jacob Carlos Lima  
UFSCar



---

Prof. Dr. Roberto Verás de Oliveira  
UFPB



---

Profa. Dra. Antonia de Lourdes Colbari  
UFES



---

Profa. Dra. Cibele Saliba Rizek  
UFSCar



---

Profa. Dra. Aline Suelen Pires  
UFSCar

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a todos aqueles que compartilharam comigo suas histórias de vida, seus sonhos e suas angústias, e que me permitiram participar de seu cotidiano enquanto realizava a pesquisa de campo. Sem eles, que tanto me deram e tão pouco pude dar em troca, esta tese não seria possível. Destaco aqui a importância de Cláudia, sempre disponível a me ajudar, dividindo suas experiências de trabalho e percepções sobre o Brás e o comércio, além de me inserir de forma privilegiada em suas redes de amigos e colegas, a base a partir da qual essa pesquisa pôde se desenvolver. Agradeço também a Gilberto, Paulo, Cristina, Elias, Costa, Gercione e Cris, pelos ensinamentos e trocas que me permitiram ver melhor a heterogeneidade de trajetórias e condições de vida que marcam o universo do comércio popular. Ao Abdul, Darwish, Edson e Maria, pela gentileza, simpatia e pelas longas conversas que me mostraram a importância, a complexidade e as contradições das diferentes experiências de migrantes no Brás. Registro um agradecimento especial a Davi, que mesmo tão jovem me ensinou muito sobre o mundo do trabalho no Brasil e sobre a vida, com rara combinação de inteligência, pragmatismo, ambição e simplicidade; agradeço pela amizade, por me abrir as portas da sua casa e por me receber sempre com tanta atenção e camaradagem, seja no tumulto do comércio da madrugada ou naquela cerveja de sexta-feira.

Desde os primeiros esboços de análise, tive oportunidade de discutir este trabalho com muitas pessoas, que contribuíram com suas críticas, comentários e sugestões, as quais, sem dúvida, não fui capaz de aproveitar em toda sua potencialidade, mas que foram fundamentais naquilo que pude apreender. Agradeço a todos que debateram este trabalho no VIII Congreso ALAST, em 2016 – em especial ao Dastén Julián e Octavio Maza; no seminário junto ao Social Justice, Cities and Citizenship research group of the School of Geography, da Universidade de Leeds, em 2017 – principalmente à Sara Gonzáles, León Felipe Contreras e Paul Waley; no SemDoc e no seminário do Axe Travail do LISE, em 2018 – especialmente à Mathilde Mondon-Navazo, Michel Lallement, Pierre Lénéel, Corine Gaudart, Ferruccio Ricciar, Christian Azaïs e Olivier Giraud; na Escola de Inverno “Produção e Reprodução das formas de sociabilidade: Dimensões territoriais e multi-escalares do Sul Global (Abordagens teóricas e desafios metodológicos)”, promovida pelo LMI-SAGEMM e pelo Departamento de Sociologia da Universidade

Federal de São Carlos (UFSCar), em 2018 – agradeço em especial às provocações de Isabel Georges, Cibele Rizek, Marco Ceballos e Carly Machado; no GT “Trabalho, trabalhadores e ação coletiva” da ANPOCS, em 2018 – especialmente a Sidney Jard, Marco Aurélio Santana, Roberto Vêras de Oliveira e Antônia Colbari; e, por fim, agradeço às discussões promovidas no grupo do Projeto Temático FAPESP “Contradições do Trabalho no Brasil Atual. Formalização, precariedade, terceirização e regulação”, principalmente à Márcia de Paula Leite, José Dari Krein, Carlos Salas, Angela Araújo e Magda Biavaschi.

Além disso, foram muito importantes as oportunidades de ouvir, conversar e discutir sobre informalidade, ilegalismos, trabalho e mercados com pesquisadores que têm buscado pensar esses temas de maneira combinada. Nesse sentido, aprendi muito com Daniel Hirata e Fernando Rabossi, assim como com Marie Morelle e Sebastián Jacquot, que me ofereceram a oportunidade de participar da oficina *Economies populaires, informalité et régulation dans les périphéries urbaines*. Agradeço especialmente ao Tarcísio Perdigão Araújo Filho, pelas trocas constantes ao longo desses últimos anos.

Durante o doutorado, também tive o privilégio de realizar estágios de pesquisa no exterior em duas instituições diferentes. E fui mais privilegiado ainda por em ambas encontrar pessoas que além de contribuírem academicamente me receberam com muito companheirismo. Por isso, agradeço à Caroline Knowles, que, com muita simpatia e atenção, me ajudou a contornar montanhas de burocracia para chegar ao Goldsmiths College, University of London. Foi no Goldsmiths que também encontrei Chloe Peacock e Kaoru Takahashi, cujo apoio no cotidiano foi mais importante do que elas imaginam. Minha vida em Londres certamente foi facilitada por boas companhias, e por isso sou grato ao David, Raj, Elisângela, Carlos, Alina, Giovani, Lucas, Júlia, Rafael, Grace, e tantos outros que tornaram esse período ainda mais agradável. Sobretudo, agradeço ao Angelo Martins Júnior, amigo cuja qualidade enquanto pesquisador só se compara à generosidade com que abre caminhos para os outros. Certamente, sem ele o estágio no Goldsmiths não teria sido possível. Sem palavras.

Fui muito bem recebido também durante o estágio de pesquisa no Laboratoire Interdisciplinaire de Sociologie Économique – LISE/CNAM. Pelo apoio institucional, recepção, pela atenção no dia a dia e pelas trocas, agradeço ao Olivier Giraud, Léa Lima, Audrey Lefèvre, Marie-Christine Bureau, Jacqueline de Bony, Anne Gillet, Luis Felipe

Murillo e Tania Toffanin. É imensa minha gratidão ao Christian Azaïs, uma das pessoas mais generosas que conheci no “mundo acadêmico”, pelo esforço ao me ajudar a conseguir a documentação para chegar à Paris, por todo o apoio no período em que ali estive, pela leitura e críticas precisas ao meu trabalho e pelo incentivo frequente.

Paris ainda me proporcionou novas e grandes amizades. A convivência com Brigitte facilitou a minha adaptação ao país e à língua, mas, mais do que isso, me ensinou muito sobre a cidade, sobre a França, sobre diferença, sobre amizade e sobre a importância de aproveitar a vida em cada uma de suas fases. Por isso sou grato a ela e à sua família, Solale, Ana, Samuel, les enfants Salomé, Swan, e François. O período em Paris também foi muito mais alegre pela companhia de Victor Rodrigues, que, na mesma condição de sociólogo e doutorando brasileiro na França, dividiu comigo as dificuldades e a vontade de aproveitar ao máximo a experiência acadêmica e cultural proporcionada. C'est nous!

Parte da construção do meu olhar sobre o mundo é tributária da formação acadêmica ao longo de dez anos na UFSCar, por isso deixo também meus agradecimentos a professores que foram importantes nessa trajetória, tanto no que se refere aos ensinamentos formais quanto nas conversas que nos transformam pouco a pouco, de tal maneira que nem conseguimos mais rastrear os momentos de inflexão. Destaco aqui as figuras de Maria Inês Mancuso, Cibele Rizek, Rodrigo Constante Martins, Válter Silvério, Jacqueline Sinhoretto, Fábio Sanches, André Ricardo de Souza, Maria da Glória Bonelli e Isabel Georges. Em especial, sou grato a Gabriel Feltran, pelo aprendizado, pela confiança, pelos incentivos, pelas oportunidades de circular por outras redes e pela camaradagem de sempre.

Ao meu orientador, Jacob Carlos Lima, a gratidão é imensa. Pela orientação sempre crítica, mas que, ao mesmo tempo, nunca deixou de incentivar meu apreço por certo “ecletismo teórico”, desde que “convencesse”. Pelas portas que me abriu ao longo desses quase nove anos. E, principalmente, pela amizade e confiança no meu trabalho. Sua influência na minha trajetória é imensurável.

Aproveito para também agradecer ao apoio institucional da UFSCar, do Departamento de Sociologia e do PPGS, destacando o trabalho das secretárias Luciane de Oliveira e Silmara Dioniso, que sempre se mostraram muito disponíveis em me ajudar no trânsito pelas indecifráveis burocracias.

Agradeço aos membros da banca de defesa por terem aceitado participar do processo. Todos contribuíram para este trabalho de alguma forma. Cibele Rizek é uma inspiração acadêmica e deu importantes contribuições na ocasião do exame de qualificação. Aline Pires acompanhou este trabalho desde o início e seu incentivo e a intensidade de nossas trocas certamente deixaram marcas no resultado final. Antônia Colbari e Roberto Vêras de Oliveira são referências para mim enquanto pesquisador e para este trabalho em especial; parte do processo de finalização do texto foi tentando responder às questões colocadas por ambos no último encontro da ANPOCS.

Enquanto finalizo esta tese, a cada semana tenho acompanhado novos cortes nos investimentos na educação e ataques políticos à universidade pública em geral e à área de Ciências Humanas em específico. De modo que se por um lado experimento o alívio, as expectativas e a insegurança que em geral marcam esse fim de ciclo; por outro, me preocupo com os inúmeros estudantes que já não poderão usufruir das mesmas oportunidades que eu. Esta tese, da forma em que foi construída, não poderia ter se realizado sem o apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP – Processo 2015/12742-7); esta última, além do financiamento da pesquisa de doutorado, concedeu-me também as Bolsas Estágio de Pesquisa no Exterior (BEPE).

Ainda sobre esse momento de crise social e política – que não se restringe ao tema da educação –, é certo que já têm surgido significativos focos de resistência, cuja efetividade só poderá ser avaliada no curso gradual dos conflitos. Assim, enquanto resistimos como cidadãos e profissionais das Ciências Humanas, é importante termos ao lado pessoas valiosas, em caráter e sabedoria.

Nesse sentido, sou grato por poder participar do Laboratório de Estudos sobre Trabalho e Mobilidades (LEST-M/UFSCar), que não funciona apenas como espaço de reflexão acadêmica, constituindo-se também em um ambiente de amizade que compartilho com Aline Pires, Amanda Martins, Giuliana Denari, Marcos Roberto Pina, Breilla Zanon, Marcos Prado, Fernando Ramalho, Daniela de Oliveira e Tiago Magaldi. Ao Tiago, agradeço ainda pela leitura e comentários valiosos para a finalização do texto.

Agradeço aos amigos do NaMargem, Isabela Pinho, Janaina Maldonado, Gregório Zambon, André de Pieri, Deborah Fromm, Lucas Fernandes e Evandro Cruz, por tudo o que ganhei nos eventos, atividades e nos rolês. Assim como agradeço a todos os amigos

com quem partilho, em São Carlos, as alegrias da vida e as incertezas desses tempos estranhos, Rodrigo Espinoza, Gladys Salgado, Felipe Padilha, João Paulo da Silva, Bruno Mendes, Hermano Mariani, Rafael Carletti, Rodolfo Tenório Lima, dentre muitos outros. Estendo os agradecimentos até o Chile, para chegar ao Pablo Cottet e à Catalina Ramirez, por todo o apoio e carinho.

Sem dúvida, eu não teria chegado até aqui sem o suporte material e emocional da minha família. Agradeço à minha mãe, Ana, por tudo o que sempre fez por mim e pelo exemplo próximo e incomparável de força perante às dificuldades da vida. Não à toa, tem minha confiança cega e admiração infinita. À Lúcia e à Luciana, pelo apoio e incentivo constante e inabalável, mesmo quando eu tinha certeza de que as coisas não dariam certo. Ao meu irmão, Lucas, simplesmente por ser quem ele é e me dar a confiança de ter sempre alguém com quem contar. Agradeço também à toda minha família do Capão, pelo amor e compreensão de sempre, mesmo com as minhas ausências. Eu sempre volto como se nunca tivesse saído. Ao longo da realização dessa pesquisa, sou grato principalmente à Tininha, ao Loga, Kety, Júlia e à tia Graça, que me abrigaram, me divertiram e suportaram minhas divagações sem fim após as idas a campo. E, claro, expresso minha gratidão profunda à minha vó Conceição, o melhor ser humano que conheço, por todo o amor e pela visão superestimada de mim.

Ainda sobre família, já há alguns anos pude ampliar minha rede de afetos, incluindo também a família da Luana. E aqui agradeço à Darci, Prentice, Gabriel, Thais e Pedro, por tão bem me receberem, pelos incentivos, pelo carinho, pelos momentos de diversão e pela companhia sempre agradável.

Por fim, agradeço à Luana Motta, minha companheira e maior interlocutora. Por todo o amparo e paciência, principalmente nos últimos meses de escrita desta tese, em que eu não conseguia colocar nem os argumentos nem os sapatos no lugar. Obrigado por dosar, na medida certa, condescendência com minha ansiedade e críticas contundentes ao texto. E, principalmente, obrigado por me inspirar todos os dias com sua dedicação, inteligência e esse misto de firmeza e ternura. Se o contexto, mais que em outros momentos, pede pessoas valiosas ao nosso lado, eu não poderia encontrar companhia melhor.



## RESUMO

Esta tese descreve e analisa transformações recentes no comércio popular em São Paulo, especialmente no que tange às mudanças no trabalho para os sujeitos ali engajados. Dado que o termo “comércio popular” evoca uma miríade de situações de trabalho e processos de circulação, indico aqui o segmento específico desse universo junto ao qual desenvolvi a pesquisa: são trabalhadores inseridos no comércio em espaços fechados, principalmente na chamada “Feirinha da Madrugada” e nas novas galerias e shoppings populares da região do Brás. A partir de observação etnográfica do cotidiano de trabalho de um grupo de comerciantes, realização de entrevistas e do acompanhamento de notícias sobre o comércio popular nos últimos anos, procurei analisar os sentidos e efeitos das novas estratégias de regulação desses mercados. Discuto essas transformações mobilizando a ideia de “empresarização” do comércio popular, enquadrando nessa noção as estratégias de reordenamento dessas atividades comerciais sob a lógica empresarial, que têm transformado os espaços, as formas de regulação e mesmo a conduta, as percepções e as expectativas dos sujeitos. A empresarização desses mercados, inclusive, tem tornando mais plausível o engajamento de outros perfis de trabalhadores, muitos deles deixando empregos formais, num contexto de precarização objetiva e simbólica da relação salarial. Argumento que essas estratégias de reordenamento do comércio popular têm sido promovidas através de uma dupla narrativa, respondendo tanto a interesses de exploração econômica quanto ao discurso de combate a determinados ilegalismos e formalização dessas atividades via lógica empreendedora. No entanto, tendo em vista os efeitos excludentes dessa formalização, tem-se produzido uma espécie de “gentrificação do trabalho” no comércio popular.

**Palavras-chave:** Comércio popular; Empresarização; Trabalho; Empreendedorismo; Formalização excludente

## ABSTRACT

This thesis describes and analyses the recent transformations in the informal commerce in São Paulo, especially with regard to the changes in the work for the agents involved. Given that the term “informal commerce” evokes a myriad of work situations and various processes of circulation, I indicate here the specific segment of this universe with which I developed research: they are traders in enclosed spaces, especially in the so-called "Feirinha da Madrugada" and in the new arcades and low-cost shopping centers in Brás region. Based on the ethnographic observation of the daily work of a group of traders, interviews and the monitoring of news about popular commerce in the last years, I tried to analyse the meanings and effects of the new regulation strategies of this market. I discuss these transformations mobilizing the idea of "enterprisation" of the informal commerce, framing in this notion the strategies of rearrangement of these commercial activities under the business logic, which have transformed the spaces, the forms of regulation and even the conduct, the perceptions and expectations of the subjects. The enterprisation of these markets has also made the engagement of other workers' profiles more plausible. Many of them left formal jobs, in a context of objective and symbolic precariousness of the wage relation. I argue that these informal trade reordering strategies have been promoted through a double narrative, responding to both the interests of economic exploitation and the discourse against certain illegalities and formalizing these activities via entrepreneurial logic. However, having seen the exclusionary effects of this formalization, there has been a kind of labour gentrification in these markets.

**Keywords:** Informal commerce; Enterprisation; Work; Entrepreneurship; Excluding formalization

## RÉSUMÉ

Cette thèse décrit et analyse les transformations récentes du commerce populaire à São Paulo, en particulier en ce qui concerne les changements dans le travail des agents impliqués. Étant donné que le terme "commerce populaire" évoque une myriade de situations de travail et de processus de circulation, j'indique ici le segment spécifique de cet univers avec lequel j'ai développé la recherche: sont des travailleurs engagés dans le commerce d'espaces clos, notamment dans la soi-disant "Feirinha da Madrugada" et dans les nouvelles galeries et centres commerciaux de la région du Brás, em centre ville. Sur la base de l'observation ethnographique du travail quotidien d'un groupe de commerçants, d'interviews et du suivi des nouvelles sur le commerce populaire ces dernières années, j'ai essayé d'analyser les significations et les effets des nouvelles stratégies de régulation de ce marché. Je discute ces transformations en mobilisant la notion d'“enterprisisation” du commerce populaire, en encadrant dans cette notion les stratégies de réaménagement de ces activités commerciales sous la logique d'entreprise, qui transforme les espaces, les formes de régulation et même les comportements, les perceptions et les attentes des sujets. L'enterprisisation de ce marché a également rendu plus plausible l'engagement d'autres profils de travailleurs. Nombre d'entre eux quittent des emplois formels, dans un contexte de précarité objective et symbolique de la relation salariale. Je soutiens que ces stratégies de réorganisation du commerce populaire ont été promues à travers un double discours, répondant à la fois aux intérêts de l'exploitation économique et au discours contre certaines illégalités et à la formalisation de ces activités par le biais d'une logique entrepreneuriale. Cependant, compte tenu des effets d'exclusion de cette formalisation, il y a eu une sorte de "gentrification du travail" dans le commerce populaire.

**Mots-clés:** commerce populaire; Enterprisisation; Travail; l'esprit d'entreprise; formalisation d'exclusion

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Localização do Brás e região da pesquisa.....	29
Figura 2 – Reportagem sobre o comércio popular no centro de São Paulo na década de 1980.....	43
Figura 3 – Ilustração do trajeto.....	44
Figura 4 – O comércio da madrugada.....	48
Figura 5 – Principais centros de comércio popular na cidade de São Paulo.....	49
Figura 6 - Anúncios de emprego e serviços em lojas do Brás.....	58
Figura 7 – Banca de óculos do Omar.....	69
Figura 8 – Interior da Feirinha da Madrugada.....	79
Figura 9 - Conflitos na Feirinha da Madrugada.....	121
Figura 10 - Contrato de concessão do uso do espaço da Feirinha da Madrugada.....	128
Figura 11 – Documento da Feirinha assinado por Ailton de Oliveira.....	130
Figura 12 – Mudanças na estrutura da Feirinha.....	133
Figura 13 – Carta dos comerciantes da Feirinha à Prefeitura.....	136
Figura 14 - Os shoppings populares.....	150
Figura 15 - Principais shoppings do Brás.....	153
Figura 16 – Os baús.....	156
Figura 17 - Tripés montados irregularmente na Feirinha.....	165
Figura 18 – Projeto Circuito das Compras.....	170
Figura 19 – Projeto do novo shopping no local da Feirinha.....	173
Figura 20 – Deslocamento da Feirinha.....	176

## QUADROS E GRÁFICOS

Quadro 1 – Quadro de entrevistas.....	30
Gráfico 1 - Perfil dos consumidores do comércio popular no centro de São Paulo.....	51

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIACOES**

ALOBRAS – Associação dos Lojistas do Brás

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

EBP – Estruturadora Brasileira de Projetos

EIRELI - Empresa Individual de Responsabilidade Limitada

MEI – Microempreendedor Individual

ME – Microempresa

SINDCISP - Sindicato dos Camelôs Independentes de São Paulo

TPU – Termo de Permissão de Uso

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	17
1.1. Definição do problema e diálogo teórico .....	18
1.2. Sobre a pesquisa: enquadramento metodológico e trabalho de campo .....	27
1.3. Organização do texto.....	35
 <b>PARTE I- O território de pesquisa e características do trabalho no comércio popular</b> ....	38
 <b>2. O BRÁS: HISTÓRICO E SUAS TRANSFORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS</b> .....	39
2.1. O comércio da madrugada.....	44
2.2. Características do comércio popular .....	48
2.3. Sobre as mercadorias.....	53
2.4. O Brás na Globalização por baixo.....	60
 <b>3. O TRABALHO NO COMÉRCIO POPULAR: TRAJETÓRIAS E EXPERIÊNCIAS</b> .	66
3.1. Camelôs.....	67
3.2. Comerciantes.....	70
3.3. Fabricantes .....	75
3.4. Dinâmicas do trabalho no comércio popular.....	78
3.5. A entrada na atividade.....	83
3.6. Condições para a permanência na atividade e construção da estabilidade.....	94
 <b>4. O TRABALHO ENTRE POSSIBILIDADES E PRECARIIDADES</b> .....	103
4.1. Breves considerações sobre autonomia.....	104
4.2. Possibilidades de planejamento futuro .....	108
4.3. Vantagens comparativas dos aspectos financeiros .....	112
4.4. Precariedade e rotinização da instabilidade.....	116
 <b>PARTE II – A empresarização do comércio popular</b> .....	123
 <b>5. A FEIRINHA DA MADRUGADA</b> .....	124

<b>6. A EMPRESARIZAÇÃO DO COMÉRCIO POPULAR .....</b>	<b>138</b>
6.1. Precedentes.....	138
6.2. Sobre a empresarialização do comércio: uma perspectiva comparada .....	144
6.3. Os shoppings populares.....	148
6.4. O MEI e a formalização do comércio popular .....	157
6.5. Novas formas de engajamento no comércio popular .....	163
<b>7. EMPRESARIZAÇÃO E FORMALIZAÇÃO EXCLUDENTE .....</b>	<b>169</b>
7.1. O Projeto “Circuito das Compras” .....	170
7.2. Sob nova direção: a Feirinha gerida pelo consórcio.....	173
7.3. A CPI da Feira da Madrugada como resistência à empresarialização.....	176
7.4. Um outro modelo de comércio popular.....	179
7.5. Sobre a “gentrificação do trabalho” no comércio popular .....	182
7.6. Gentrificação do trabalho e espoliação .....	187
7.7. Formalização excludente.....	192
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>198</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>206</b>



# 1. INTRODUÇÃO

Esta tese é resultado de uma pesquisa na qual, a partir da descrição e análise das transformações recentes no comércio popular em São Paulo, busco discutir as mudanças no trabalho para os sujeitos ali engajados. De modo mais específico, observo que a disseminação de projetos de reordenamento desses mercados via primazia da iniciativa privada, combinados com novas tentativas de regulação, impactam sobre as percepções e expectativas dos trabalhadores, dando à atividade um verniz mais positivo em contraste com outras possibilidades identificadas no horizonte objetivo dos sujeitos. Simultaneamente, na medida em que esse reordenamento se desenvolve respondendo principalmente à lógica competitiva do mercado, configura-se um tipo de “formalização excludente”, que termina por produzir o que chamo de “gentrificação do trabalho” no comércio popular.

Dado que o termo “comércio popular” evoca uma miríade de situações de trabalho e processos de circulação, indico aqui o segmento específico desse universo junto ao qual desenvolvi a pesquisa: são trabalhadores inseridos no comércio em espaços fechados, principalmente na chamada “Feirinha da Madrugada” e nas novas galerias e shoppings populares do Brás. Tendo em vista o protagonismo recentemente adquirido por essas modalidades comerciais em espaços confinados e sua difusão enquanto solução para o “problema” do comércio popular, a escolha desse recorte se deveu por considerar que os trabalhadores nas galerias e shoppings populares aparecem como um elemento novo nesse universo, instigando análises acerca das reconfigurações nas percepções sobre a atividade, expectativas dos trabalhadores e o lugar dessas atividades em relação ao mundo do trabalho de maneira mais ampla. Ademais, as estratégias contemporâneas de gestão desses mercados constituem um posto de observação oportuno para analisar as mudanças nas práticas estatais voltadas para a integração de populações consideradas marginalizadas. Nesse aspecto, verifica-se uma tendência contrária ao ideal de expansão dos direitos e proteção social e o protagonismo das estratégias de inserção econômica e social via dinâmicas de mercado e soluções individuais significadas como empreendedorismo.

Enquanto pesquisador, meu primeiro contato com o universo do comércio popular se deu através da realização do estudo que deu origem à dissertação de mestrado intitulada “O trabalho informal no comércio popular: ressignificando práticas na nova cultura do trabalho” (RANGEL, 2015). Essa pesquisa se iniciou discutindo o trabalho de jovens que ganhavam a vida importando ilegalmente mercadorias para a revenda. Seguindo as redes de circulação dessas mercadorias, que eram principalmente roupas, cheguei até o bairro do Brás, conhecido polo comercial de vestuário em São Paulo. Ali pude recuperar trajetórias de trabalhadores que em muito se diferenciavam da imagem que tinha sobre as vidas das pessoas envolvidas nessas atividades. Pude verificar empiricamente que a precarização das condições de emprego – objetiva e simbólica (no que se refere ao lugar ocupado nas expectativas sociais) –, resultante da flexibilização das relações formais de trabalho, associada à disseminação da lógica do empreendedorismo, intensificou a busca por alternativas de ocupação e renda através das fronteiras fluidas entre o formal e o informal; e, nesse movimento, as demarcações entre o legal e o ilegal também se tornam menos evidentes e significativas para a decisão de engajamento nessas atividades. Se, naquele momento, já se constatava a ocorrência de um processo de transformação no comércio popular de São Paulo, o interesse em compreender um pouco mais sobre os sentidos e os efeitos das mudanças em curso nesses mercados se constituiu no leitmotiv, por assim dizer, desta pesquisa

### **1.1. Definição do problema e diálogo teórico**

A ideia de “comércio popular” esteve sempre atrelada à imagem da precariedade do trabalho e má qualidade dos produtos. Essa é uma representação comum sobre esses mercados, reproduzida histórica e sistematicamente nas conversas cotidianas, discursos oficiais e midiáticos, onde são reforçados também os aspectos da insegurança e desordem dos espaços e marginalidade dos envolvidos. Marginalidade em sua acepção ambivalente: referindo-se tanto à distância em relação à dignidade do trabalhador formal (trabalhadores informais como vítimas “marginalizadas”), quanto à imagem de pessoas que perseguem benefícios pessoais ao desempenhar atividades à margem da lei (o “marginal” criminoso). Ao longo do trabalho de pesquisa que deu origem a esta tese, pude “des-homogeneizar” (CROSSA, 2016) essa representação. De certa maneira, é justamente o percurso que me levou a perceber a complexidade dessas formas de trabalho que busco apresentar aqui.

“Complexificar” ou “des-homogeneizar” não significa negar que muitos dos elementos que fundamentam a representação hegemônica estejam de fato presentes. De fato, nos espaços de comércio popular se encontram formas de trabalho superexplorado na produção de confecções e diversas outras atividades ilegais, que vão desde o comércio de produtos contrabandeados e “piratas” aos casos de assaltos e furtos em meio ao fluxo intenso de pessoas. No entanto, outras coisas estão presentes nesses espaços que acabam sendo ofuscadas perante o aspecto da marginalidade; assim como muito do que é ali negativamente destacado também pode ser facilmente encontrado naquilo reconhecido como modelos ideais de economia, comércio e trabalho. Exemplo disso são as cadeias de exploração de trabalho que alimentam muitas redes de lojas e produzem para grandes marcas mundialmente valorizadas (GEORGES; RIZEK, 2016). Destaco então a importância analítica e política de reconhecer outros aspectos dessas atividades e suas relações tensas de inconformidade e adequação aos modelos hegemônicos de mercado, observando as possibilidades, conflitos e desigualdades que isso tem produzido.

Algum esclarecimento, no entanto, precisa ser dado quanto ao uso da categoria “comércio popular”, que tende a vir diretamente associada à noção de “economia popular”. De fato, o adjetivo “popular” é mais uma ferramenta instrumental – tendo em vista as insuficiências de categorias como informalidade, pobreza e marginalidade para abordar o universo estudado –, do que propriamente uma categoria analítica. A ampla utilização do termo para se referir a grupos sociais, atividades produtivas e estratégias de inserção econômica em geral denota uma inconformidade com essas outras categorias mencionadas. Assim, o termo “popular” tende a ser empregado para apontar processos e contextos em que as distinções entre formal-informal, legal-ilegal, pobreza-circulação de riqueza, não cabem ou não são suficientes – como se verifica em formulações como “globalização popular” (RIBEIRO, 2010) ou mesmo “economia popular” (KRAYCHETE, 2013). É por conta desse caráter genérico, que mais aponta inconsistências do que explica situações, que seu uso carece sempre de descrições – afinal, do que se trata?

Constituído por formas plurais de inserção econômica, os negócios do comércio popular em geral, como muitos outros empreendimentos da dita economia dos setores populares, operam sob a lógica do mercado e da racionalidade econômica, por mais imediato que sejam estes cálculos (KRAYCHETE, 2013), sem descartar as variações nos valores e

práticas dos sujeitos que respondem a outras referências morais, como demonstram os trabalhos de Araújo Filho (2018) e Perelman (2011). Com isso, quero dizer que essas estratégias comerciais não podem ser entendidas simplesmente como estratégias de sobrevivência, no sentido de que não visam lucro, e cuja representação vem atrelada quase exclusivamente à noção de pobreza. Ainda que a pobreza esteja contemplada no “popular” o uso deste termo abre espaços para a reflexão sobre as possibilidades de mobilidade do sujeito pobre para além da situação de pobreza, bem como sobre a circulação da riqueza para dentro dos espaços de pobreza (RABOSSI, sem data). Os mercados de comércio popular ilustram isso.

“Comércio popular”, então, diz mais do que comércio informal e é constituído por atividades mais complexas do que aquelas exercidas por pobres tentando sobreviver. Por isso que mesmo com tantos níveis de abstração optei por continuar utilizando o termo, entendendo que, apesar das dificuldades de definição, ainda é a melhor categoria para tornar inteligível e comunicável o universo abordado, sempre com o auxílio da descrição.

Naturalmente, o primeiro passo para a análise mais elaborada desse universo se deu através do contato com todo um conjunto de pesquisas sobre o tema. Já há alguns anos, a literatura tem apontado mudanças nos mercados populares em diferentes regiões do Brasil. Novos perfis de trabalhadores têm sido identificados (DURÃES, 2013; KOPPER, 2015, SAKAI, 2011), e, cada vez mais, verificam-se mudanças no estatuto social dessas atividades, que, antes quase exclusivamente relegadas a uma posição marginal, passam a ser reconhecidas como conectadas a grandes cadeias de produção e circulação de valor (RABOSSI, 2004; FREIRE DA SILVA, 2014; HIRATA, 2014; PINHEIRO-MACHADO, 2011). Nesse contexto, esses mercados passam a ser objeto de intensas disputas em torno das possibilidades de apropriação das riquezas que ali circulam.

Além disso, nos últimos anos tem ficado ainda mais explícita a dimensão global dos mercados de comércio popular, que podem ser pensados como um nó da “globalização por baixo” (TARRIUS, 2002; PORTES, 1997; KNOWLES, 2018). Entender os circuitos do comércio popular sob os termos da globalização por baixo não significa dizer que eles estão restritos ao mundo do informal ou ilegal, mas justamente reconhecer as múltiplas conexões disso com aquilo geralmente pensado como formal e legal. Nesse emaranhado de negociações entre agentes privados e públicos, atividades produtivas em diferentes níveis de regulação e mobilidades intensas de pessoas e objetos, circula um volume

incalculável de riqueza, que é objeto de disputa em diferentes escalas, desde as micro relações nas ruas às negociações de grandes projetos.

Seja de maneira mais direta ou tangencial, a literatura centrada na análise das transformações dos mercados populares sob o capitalismo contemporâneo reconhece a relação dessas mudanças com processos mais amplos. Em diálogo com essa bibliografia, e com toda uma literatura sobre as mudanças no trabalho nas últimas décadas, em nível nacional e global, destacarei brevemente os processos que identifiquei como incontornáveis para a compreensão do que vem ocorrendo nos mercados populares de São Paulo, observando suas conexões com tendências contemporâneas que têm orientado as relações no mundo do trabalho.

Primeiramente, é preciso destacar o peso da noção de informalidade, que, apesar das críticas com que convive desde sua origem – principalmente pela generalidade que implica em perda de capacidade explicativa –, possui uma resiliência perante as transformações dos contextos sociais e não deixa de produzir efeitos simbólicos e materiais no seu uso cotidiano. Trato, neste momento, informalidade enquanto “noção” – e não como conceito ou categoria – para destacar sua importância no nível da representação social, que impacta em percepções e sentimentos quase sempre qualificados no negativo. Tratar a informalidade como representação permite considerar seus pressupostos não refletidos, que a posicionam geralmente na ordem do nocivo, a despeito das conexões e relações de interdependência – ou mesmo “hibridização” (AZAÏS, 2007) – entre o classificado como informal e tudo aquilo percebido como seu avesso. De fato, se entendermos que as representações também produzem realidade, a persistência da imagem hegemônica do informal enquanto tradução fiel do subdesenvolvimento, da ilegalidade, do “mal” que assola as economias urbanas, pode-se encontrar aí as raízes para a legitimação de determinadas políticas de combate àquilo que pode ser definido como informalidade. Assim, observo que a associação direta do comércio popular com a informalidade – e todos os estigmas associado a essa representação –, é um dos vetores de justificação das ações direcionadas a esses mercados, em que o Estado e agentes do mercado possuem “carta branca” para agir sob o pretexto de combater o informal, ainda que os benefícios dessas ações se concentrem, acima de tudo, nos grupos de grandes investidores privados.

Outro aspecto relacionado que merece destaque é o que podemos condensar na ideia de expansão de uma “racionalidade neoliberal”. Quando falo de “neoliberalismo” aqui, refiro-me a um “conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modelo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 17). Nessa perspectiva, o neoliberalismo não seria apenas uma ideologia ou uma política econômica, mas, fundamentalmente, uma racionalidade de governo que não apenas destrói instituições e direitos, mas que também produz outros tipos de relações sociais, modos de vida e novas subjetividades. Isso está associado, por exemplo, às virtudes identificadas na financeirização da pobreza como forma de desenvolvimento social e econômico, tal como Ananya Roy (2010) observa criticamente, numa lógica que se dissemina tendo como efeito a transformação da “política social em negócio” (GEORGES; RIZEK, 2017). Da mesma forma, identificam-se nas mais variadas situações traços daquilo que Béatrice Hibou (2012) chama de “burocratização neoliberal”, em que, por meio de “formalizações sistemáticas”, um conjunto de técnicas de gestão empresarial se dissemina por diferentes dimensões da vida social, cuja legitimidade se dá pela sua suposta eficiência e neutralidade, obscurecendo os ideais políticos subjacentes a essas técnicas. A partir da discussão sobre as estratégias de reordenamento do comércio popular, observo os efeitos produzidos por essa racionalidade sob as percepções dos agentes e seus comportamentos, assim como sobre as ações do Estado, em que a linguagem dos direitos tem sido paulatinamente substituída pela linguagem do empreendedorismo, com foco na responsabilização individual.

Por fim, outro processo fundamental para compreender os deslocamentos do trabalho no comércio popular se refere propriamente às mudanças no trabalho no Brasil. Em particular, ao tratar das mudanças nas formas de se experienciar as atividades de comércio popular, é fundamental destacar sua relação com transformações mais amplas nas condições de emprego e trabalho, que têm impactado num movimento de “desencantamento da relação salarial” (RANGEL, 2017). Este texto foi escrito em um momento particularmente crítico para o mundo do trabalho no Brasil, visto a imposição de reformas que abrem espaço para a precarização ainda mais intensa das condições de trabalho, com possibilidade de extensão das jornadas, desproteção jurídica ao trabalhador e encolhimento dos rendimentos (KREIN, 2018). Essas mudanças ampliam a visão de que o trabalhador é o único responsável pela qualidade de suas condições de vida e de sua família, acentuando uma tendência que vinha sendo verificada já há alguns anos com

a expansão no mundo do trabalho de uma espécie de “darwinismo social” como ideologia (LIMA, 2002).

A partir disso, pode-se argumentar no sentido de uma paulatina ressignificação do trabalho no comércio popular, que, somado às mudanças objetivas observadas nas formas de exercer as atividades, tem ressaltado seus aspectos positivos mesmo com a permanência da instabilidade que lhe é inerente. Essa positivação se dá por contraste às condições experienciadas nas situações de emprego, invertendo assim um raciocínio teleológico do mundo do trabalho brasileiro que via o trabalho inseguro, autônomo e precário no comércio popular como uma improvisada alternativa ao desemprego e em compasso de espera por oportunidades de inserção no mercado formal de trabalho.

Em certa medida, a ideia que associa diretamente o comércio popular à marginalidade, precariedade e atraso esteve presente em uma tradição de pensamento sobre o processo de desenvolvimento brasileiro, tendo como questão importante a reflexão sobre o papel das atividades informais. Segundo Machado da Silva (2002), até meados da década de 70, a informalidade era percebida como algo residual do subdesenvolvimento das economias capitalistas periféricas, e que acabaria sendo superado durante o processo de modernização. Como observa Azais (2015), o modelo europeu aparecia como “tipo-ideal”, no entanto o peso das formações sociais diferenciadas se mostrou um obstáculo tanto para a perspectiva funcionalista da modernização quanto para análises mais elaboradas que trataram do trabalho informal sob os termos de “exército industrial de reserva” e “massa marginal” (NUN, 1969), “trabalho por conta própria sob o capital” (PRANDI, 1978) ou como formas de “subsistência urbana” das quais se alimentou a expansão industrial pós-década de 1930 (OLIVEIRA, 2003).

Ao mesmo tempo, vale dizer, a condição de marginalidade e precariedade que definia o trabalho no comércio popular – até meados dos anos 2000 reduzido ao comércio ambulante – era acentuada pelo contraste com aqueles trabalhadores inseridos nos empregos protegidos pela CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), os “trabalhadores com carteira assinada”. Criada em 1943, a CLT significou importante avanço em termos de proteção ao trabalhador, na medida em que visava regulamentar as relações trabalhistas, incidindo sobre questões como jornada de trabalho, férias e justiça do trabalho. A CLT teve então papel fundamental naquilo que Wanderley Guilherme dos Santos (1979) veio a chamar de “cidadania regulada”, entendida como uma forma de

cidadania cuja legitimidade era dada pela inserção dos cidadãos na esfera dos direitos, definidos pelo lugar que estes ocupavam no processo produtivo, tal como reconhecido em lei. Aos olhos do Estado, seriam então “pré-cidadãos, assim, todos aqueles cuja ocupação a lei desconhece” (SANTOS, 1979, p. 76).

É justamente essa divisão entre cidadãos e pré-cidadãos (estes excluídos da proteção pela esfera dos direitos) que me interessa ao retomar essa discussão. Como observa Cardoso (2010), a “cidadania regulada” configurou uma espécie de “utopia brasileira”, na medida em que se traduziu numa “promessa de incorporação social das massas até então desdenhadas pelo processo de construção da nação, promessa de grande impacto sobre os projetos, esperanças, horizontes de expectativas e sobre a práxis das populações que vivem do trabalho no país” (CARDOSO, 2010, p. 788).

De fato, o trabalho assalariado protegido nunca chegou a se concretizar como o modelo hegemônico nos países de capitalismo periférico, como o Brasil, no entanto, a construção de uma sociedade salarial figurava no horizonte de expectativas. Segundo Machado da Silva (2002), a busca pelo pleno emprego, assim como a percepção das dificuldades de sua realização histórica, marcou o contexto nacional do debate sobre o trabalho até a década de 1970. A via da inserção na sociedade salarial (jamais efetivada no Brasil) moldava os sonhos de mobilidade social das famílias de trabalhadores; era através desse caminho que se projetavam as expectativas de aquisição da casa própria, consumo familiar e aposentadoria – momento em que seria recompensado o esforço de todos os anos de procrastinação da fruição da vida. É importante lembrar que essa expectativa era partilhada mesmo pela maioria excluída do acesso aos empregos formais:

[...] se, por um lado, o processo de inclusão dos nacionais no universo desses mesmos direitos [direitos sociais vinculados ao trabalho] foi desigual e intermitente, por outro, a crença na possibilidade de inclusão na “cidadania regulada” parece ter sido universal (CARDOSO, 2010: 797).

Contudo, a “crença” na mobilidade social através do acesso ao emprego assalariado com carteira assinada passa a ser colocada em xeque com as transformações no capitalismo pós anos 1970. A hegemonia do modelo de “acumulação flexível” (HARVEY, 1993) implicou em impactos negativos e significativas transformações também para os



trabalhadores brasileiros, que assistiram a um aumento das taxas de desemprego, queda do valor real dos salários e aumento da informalidade. Ao longo dos anos 1980, verificase um considerável aumento do trabalho assalariado sem carteira e dos trabalhadores por conta própria, sobretudo nos centros urbanos do país. Esse processo vai ser agravado pela adesão do Estado brasileiro à lógica neoliberal na década de 1990, que, de um lado, com a abertura dos mercados, provocou impactos negativos na indústria nacional e, conseqüentemente, aos padrões de emprego, e, num movimento paralelo, contribuiu para deslocamentos nas formas de percepção sobre o trabalho e sobre o perfil ideal do trabalhador contemporâneo. Essas mudanças acabaram por impactar na formação de uma nova cultura do trabalho, marcada por maior individualização (LIMA, 2010).

Tal como observa Machado da Silva (2002), se a cultura do trabalho forjada sob a promessa de uma sociedade salarial se fundamentou na valorização do “trabalho livre, mas protegido”, as representações nesse novo cenário projetam a figura do novo trabalhador distante da ideia de carreira de longo prazo em um emprego assalariado. O mundo social que emerge dessas transformações, gradualmente, reconstrói uma cultura do trabalho mais adaptada ao desemprego, ao risco e à insegurança, elementos não mais vistos como transitórios, mas constituintes dessa nova configuração.

Em que pese o fato de que a década de 2000 foi marcada pelo crescimento do emprego formal no Brasil, atingindo patamares nunca antes experienciados no contexto nacional, a qualidade dos novos empregos gerados não pode ser comparada aos postos de trabalho que fomentavam as expectativas de mobilidade social no período anterior. Como nos mostra Márcio Pochmann (2012), as maiores transformações ocorreram na base da pirâmide social, nos segmentos antes incluídos apenas marginalmente na estrutura produtiva brasileira, o que não chegou a alterar as desigualdades de classe mais profundas no país, uma vez que os empregos gerados foram, em sua maioria, marcados por baixos salários e alta rotatividade no mercado de trabalho. É sintomático desse momento que o carro chefe do crescimento dos empregos formais tenha sido o setor de Call Center, onde predominam trabalhadores jovens, não qualificados ou semiquilificados, terceirizados e sub-remunerados (recebendo entre um e dois salários mínimos) (BRAGA, 2012, p. 36), que, embora escolarizados para o padrão nacional, são submetidos ao “esforço intelectual repetitivo” e “estresse emocional diário” que caracterizam esse “trabalho formal precário” (SOUZA, 2012).

Ao mesmo tempo, a dinâmica do crescimento do emprego nesse período também se mostrou articulada com a lógica neoliberal no que se refere à dimensão cultural, na medida em que a mudança social observada permaneceu acompanhada de forte apelo ao empreendedorismo e responsabilização individual pela garantia da condição de empregabilidade. A figura do “batalhador empreendedor” como símbolo da “nova classe média” (SOUZA, 2012), de certa forma, é representativa disso. Nesse sentido, a melhoria das condições de vida do trabalhador brasileiro tem estado cada vez mais associada, no plano discursivo, ao empenho individual de cada um. De modo que muitos optam por permanecer ou se inserir economicamente em trabalhos por conta própria, mesmo que na informalidade, tendo em vista a possibilidade de maiores rendimentos e maior acesso ao consumo (RANGEL, 2015).

É considerando esses deslocamentos que discuto as mudanças no trabalho no comércio popular em São Paulo, uma atividade antes quase completamente associada à marginalidade e que hoje tem se mostrado uma forma de inserção econômica cada vez mais legítima para um grande contingente de trabalhadores, ao mesmo tempo em que tem se mostrado um campo lucrativo para os investimentos de grupos empresariais. Tendo em vista, como sugere Vera Telles (2006), que nessa busca por compreender as mutações do trabalho e seus significados atuais, é preciso ficar atento para não se aprisionar em um jogo de referências que tende sempre a caracterizar o momento presente pela “falta”, em relação à idealização de uma sociedade salarial nunca efetivada no cenário nacional, o que termina por dificultar a apreensão da experiência social que vem se desenhando.

Na tentativa de construir um quadro que torne mais inteligível esse conjunto de transformações, discuto as mudanças no trabalho e nas percepções sobre o comércio popular na chave do que podemos chamar de processo de “empresarização” do comércio popular. Por “empresarização” entendo as estratégias articuladas (ainda que não, necessariamente, de modo planejado) que têm transformado esses mercados em, pelo menos, três dimensões: reordenamento dos espaços físicos; mudanças nas formas de regulação; e mudanças nos perfis, percepções e expectativas dos trabalhadores.

Esses movimentos têm então reconfigurado as experiências de trabalho no comércio popular em São Paulo. Sob o processo de empresarização, fundamentado em discursos de modernização, parcerias entre o Estado e agentes privados trazem a promessa de aperfeiçoamento dessas formas comerciais, o que, supostamente, resultaria em benefícios

coletivos. Temos assim, uma espécie de narrativa gêmea que reconhece esses mercados a um só tempo enquanto problema e potência econômica e social, relacionando-os tanto à degradação urbana e determinadas ilegalidades quanto a possibilidades de produção de riqueza através das atividades produtivas, comércio, serviços e valorização imobiliária. Nesse sentido, penso “empresarização” como uma categoria de médio alcance, no sentido de se referir a fenômenos situados e observáveis empiricamente, mas com potencial para conexões analíticas mais amplas (MERTON, 1970). Através da noção de empresarização busco operar a mediação entre processos mais gerais – como empreendedorismo, racionalidade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016), burocratização neoliberal (HIBOU, 2012) e acumulação por espoliação (HARVEY, 2005) –, e as experiências situadas no campo de pesquisa investigado; especificamente o que tange às estratégias de reordenamento do comércio popular paulistano e às novas formas de engajamento dos trabalhadores.

Assim, ao longo desta pesquisa, a análise dos efeitos desses processos mais amplos foi feita a partir de seus impactos sobre as percepções e condições de trabalho dos comerciantes, com os quais estive em contato ao longo da pesquisa de campo. E é sobretudo nesse plano, o das práticas e discursos situados, que pretendo contribuir para a compreensão do processo que se desenvolve. Sader (1988), em tom provocativo, afirma que é sempre possível relacionar os processos sociais concretos a simples reflexos de mudanças estruturais, “só que esse procedimento não adiciona uma vírgula à compreensão do fenômeno” (SADER, 1988, p. 38). É justamente essa vírgula aos estudos dos mercados populares, das estratégias de gestão neoliberais e das expectativas dos sujeitos no novo mundo do trabalho que busquei adicionar com essa pesquisa.

## **1.2. Sobre a pesquisa: enquadramento metodológico e trabalho de campo**

Foi com uma mensagem enviada à Cláudia que iniciei minha pesquisa de campo em meados de março de 2016. Cláudia já havia me ajudado com o trabalho de campo durante o mestrado quando, já ao fim da pesquisa, em 2014, cheguei à Feirinha da Madrugada, no Brás. Sua trajetória ocupacional, inclusive, ofereceu importante subsídio empírico para a dissertação resultante daquele estudo. Na ocasião, ela era uma comerciante que circulava entre o trabalho no comércio, bicos como faxineira e o curso recém iniciado de Artes Visuais em uma universidade privada. Buscando retomar o contato com o campo

de pesquisa, escrevi a mensagem procurando saber se ela ainda estava trabalhando na Feirinha. Após a resposta positiva, ela gentilmente se prontificou em me ajudar uma vez mais. Alguns dias depois, fiz minha primeira ida a campo.

Combinei com Cláudia que a encontraria em seu box na Feirinha. No dia combinado, ela não havia ido trabalhar. Nesta ocasião, porém, conheci seus dois “vizinhos” de box, que eram diferentes daqueles que encontrei na ocasião da pesquisa de mestrado – um sinal da inconstância que caracteriza o lugar. Estes acabaram se tornando figuras centrais na minha pesquisa, contribuindo com valiosas informações. No que tange à forma de aproximação e estabelecimento da relação de pesquisa com os interlocutores, vale dizer que, desde esse primeiro dia, em nenhum momento do trabalho de campo deixei de me apresentar como aquilo que eu de fato era: um estudante de doutorado fazendo uma pesquisa sobre o trabalho no comércio do Brás.

Voltei no dia seguinte e em todos os outros durante aquelas duas semanas (exceto domingo, em que a Feirinha não abria). Eu chegava ao Brás por volta das 8h da manhã e ficava até o comércio começar a fechar e meus interlocutores partirem, em geral entre às 13h e 14h. A pesquisa de campo e as entrevistas foram realizadas principalmente ao longo do ano de 2016, com algumas visitas em 2018. Entre os meses de abril e dezembro de 2016, tentei permanecer no campo de pesquisa por pelo menos duas semanas por mês.

O núcleo de trabalhadores com o qual eu mantive uma relação mais próxima era formado por cerca de cinco ou seis comerciantes da Feirinha. Partindo desses contatos, pude interagir, conversar e entrevistar outras pessoas nesse mesmo espaço e também em galerias e shoppings comerciais do Brás. Além disso, houve outras interações e entrevistas realizadas com pessoas que conheci sem mediação, enquanto andava pelas ruas e galerias do Brás. Considerando essas entradas mais difusas, pode-se dizer que realizei as entrevistas através do método bola de neve, mas com início em diferentes “porteiros”.

Uma vez que o Brás e os mercados de comércio popular são espaços cuja representação social carrega imagens que os apresenta principalmente através da lente das precariedades e marginalidades, tentei conduzir a pesquisa por meio de uma abordagem metodológica que contornasse os pressupostos normativos das regulações legais do comércio popular e dos retratos negativos sobre essas atividades, incorporando na análise as definições, percepções e expectativas dos sujeitos envolvidos nessas práticas econômicas e sociais.

Por isso optei por realizar uma observação de caráter etnográfico acerca do trabalho na Feirinha da Madrugada e nas galerias comerciais do Brás. Também utilizei em grande medida o recurso das reportagens e notícias veiculadas na grande mídia. Isso ajudou a verificar datas, reforçar argumentos e cruzar informações. Para fins de auxiliar a transmissão daquilo descrito e relatado, as imagens também foram bastante utilizadas. A maioria consiste em fotografias tiradas por mim mesmo, de modo que, nas imagens de autoria própria, optei por não inserir legenda com a fonte.

**FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DO BRÁS E REGIÃO DA PESQUISA**



Fonte: Elaboração própria a partir do Google Earth

Em geral, evitei fazer entrevistas já nos primeiros contatos. Preferi ser visto por mais vezes e manter algumas conversas informais antes de propor a realização das entrevistas. Certamente, as entrevistas feitas depois de uma relação de confiança estabelecida tiveram

mais qualidade do que aquelas realizadas precocemente, que acabaram ficando muito “engessadas” e mecânicas, com respostas lacônicas e circunscritas exatamente às questões do roteiro. As entrevistas foram realizadas com o auxílio de roteiro com tópicos-guia, que nortearam as conversas com os entrevistados, visando recuperar as trajetórias sociais e ocupacionais dos agentes. A análise das biografias individuais adquire maior importância quando estabelecemos a relação entre a trajetória de vida e as características gerais da situação histórica vivida e datada, visto que “cada vida humana é a síntese vertical de uma história social” (NARDI,2005). Dessa forma, parto da perspectiva de que a objetividade do trabalho empírico não precisa, necessariamente, ser constituída pelo quantificável, uma vez que pode ser assegurada através da análise cruzada de informações, que possibilita a realização de inferências balizadas pelos consensos gerados no nível dos contextos específicos da vida cotidiana (PAIS, 2001). Em termos mais técnicos, isso pode ser alcançado através da chamada “saturação qualitativa” (GONDIM; LIMA, 2010).

Ao fim, foram realizadas entrevistas formais com 26 pessoas, 25 trabalhadores do comércio popular e um técnico do Sebrae. Algumas das entrevistas com comerciantes foram de fato curtas, em torno de 20 a 30 minutos. Outras foram mais longas, inclusive com pessoas sendo entrevistadas mais de uma vez. Dessas, em 19 pude utilizar o gravador. Nas outras, dispensei seu uso a pedido do entrevistado. Nesses casos, busquei anotar tudo o que eu pudesse no caderno de campo, durante a conversa. Quando chegava em casa, procurava lembrar e anotar coisas que havia “perdido” nessas entrevistas. O mesmo fazia com as observações de campo que, por algum motivo, eu não havia anotado imediatamente. Segue abaixo uma tabela com um breve perfil dos trabalhadores entrevistados.

**QUADRO 1 – QUADRO DE ENTREVISTAS<sup>1</sup>**

	<b>Nome</b>	<b>Idade</b>	<b>Naturalidade</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Ocupação anterior</b>	<b>Ocupação</b>
1	Ivo	44	Belém - PA	Fundamental Completo	Ambulante; açougueiro	Empreendedor Individual (Feirinha)

<sup>1</sup> Os nomes dos entrevistados são todos fictícios. A ocupação atual foi registrada tal como os trabalhadores se identificam.

2	Raj	22	Paquistão	Ensino Médio completo	Não trabalhava	Vendedor (Feirinha)
3	Pará	37	Tucuruí -PA	Técnico em contabilidade	Exército; segurança de shopping	Comerciante (Feirinha)
4	Marcos	37	São Paulo – SP	Superior Completo (Administração)	Departamento de administração em empresa privada	Microempresário (Feirinha)
5	Regina	43	Ceará	Superior incompleto (psicologia)	Locutora de bingo	Comerciante (Feirinha)
6	Carolina	43	Vitória da Conquista – BA	Ensino Médio Completo	Trabalhava no comércio	Comerciante (Feirinha)
7	Said	38	Paquistão	Ensino Médio completo	Comerciante	Comerciante (Feirinha e rua)
8	Arce	19	São Paulo (pais bolivianos)	Ensino Médio completo	Não trabalhava	Vendedor (Feirinha)
9	Jorge	46	São Paulo	Superior Completo (Administração)	Gerente em bingo	Comerciante (Shopping Porto Brás e Feirinha)
10	Sérgio	21	Paraguai	Ensino Médio completo	Funcionário do comércio no Paraguai	"Trabalha no comércio" (Shopping Porto Brás)
11	Ricardo	24	São Paulo – SP	Superior incompleto (História)	Trabalhava no comércio	Comerciante (Ambulante com TPU)
12	Vicente	73	Pernambuco	Ensino Médio completo (EJA)	Metalúrgico (aposentado)	Metalúrgico aposentado ("o comércio é temporário") (Feirinha)
13	Davi	25	São Francisco - MG	Fundamental Completo	Trabalho rural	Comerciante (Feirinha e galeria comercial)
14	Meire	38	Ceará	Superior Completo (Administração)	Funcionária administrativa em empresa privada	Microempresária (Feirinha)
15	Thales	30	São Paulo – SP	Superior incompleto (Engenharia de Produção)	Ambulante	Comerciante (Feirinha)
16	Jussara	38	Porteirinha – MG	Fundamental Completo	Funcionária em Loja de roupas	Comerciante (Rua e galeria comercial)

17	Lina	53	São Paulo – SP	Ensino médio completo	Auxiliar de escritório (Hospital São Paulo)	Comerciante; Microempreendedora Individual (Feirinha)
18	Luma	52	Pernambuco	Ensino Médio completo (EJA)	Diarista; balconista	Vendedora (Feirinha e shopping Vautier)
19	Glória	52	Paraguai	Técnica em Costura	Fábrica de confecções no Paraguai; Oficina informal no Brasil	vendedora/ camelô (Rua)
20	Luís	45	Camaçari – BA	Ensino Médio Completo	Metalúrgico	Comerciante (Feirinha e Shopping da Juta)
21	Pedro	35	São Bernardo – SP	Técnico em metalurgia/Superior incompleto (engenharia mecânica)	Funcionário em indústria metalúrgica	Comerciante/ empreendedor (Shopping All Brás)
22	Phong	32	Vietnã	Ensino Médio Completo	Comércio popular	Comerciante (Feirinha)
23	Cláudia	34	Poços de Caldas - MG	Superior incompleto (Artes Visuais)	Manicure; Faxineira	Comerciante (Feirinha)
24	Vânia	46	Caruaru - PE	Fundamental Completo	Costureira	Comerciante (Feirinha)
25	Rogério	18	São Paulo – SP	Ensino Médio Completo	Funcionário em loja no comércio	Vendedor (Feirinha)

Como tenho familiares em São Paulo, decidi ficar com eles no período em que estivesse realizando a pesquisa de campo. Por um lado, essa escolha implicou em alguns problemas em termos de deslocamento pela cidade – minha família mora no Capão Redondo, Zona Sul de São Paulo, e o Brás está na região central; a rede de transporte público que liga uma região a outra é bastante precária. Isso tornou evidente a vinculação dos espaços de moradia dos comerciantes com o espaço de trabalho, cujo acesso precisa estar minimamente facilitado visto a principal jornada ocorrer durante a madrugada. Por isso, a maioria dos comerciantes reside próximo ao centro da cidade ou na Zona Leste. Ademais, ao circular frequentemente por esses dois espaços (periferia sul de São Paulo e Brás), outras questões foram suscitadas e incorporadas à pesquisa, resultantes da curiosidade e inquietação que o meu trabalho provocava entre meus familiares e amigos.



O contato intenso com pessoas próximas a mim – laços fortes –, mas externas ao meu campo de pesquisa e ao ambiente universitário, e que vivem na mesma cidade onde se encontra meu objeto de estudo, proporcionou a possibilidade de que eu “estranhasse” ainda mais o universo do comércio popular, observando as representações, estigmas e preconceitos que envolvem o espaço e as pessoas ali engajadas, a partir da perspectiva de indivíduos com origens sociais semelhantes aos trabalhadores desse mercado – principalmente em termos de escolaridade e trajetória migrante. Os contrastes e aproximações proporcionados pelo trânsito entre os diferentes ambientes ajudaram na elaboração das questões importantes para a pesquisa e também na análise, através do confronto das teorias com as reflexões elaboradas cotidianamente por sujeitos reais, trabalhadores e interlocutores ainda que não objetos da pesquisa.

Ainda sobre a metodologia da pesquisa, a maneira com que mobilizei a observação etnográfica como método foi em diálogo com a linha teórico-metodológica defendida por Burawoy (2014), chamada por ele de “estudo de caso ampliado”. Este, em tese, é um movimento reflexivo que precisa ser realizado em três dimensões: partindo da interação entre o observador e os interlocutores; passando para um diálogo entre os processos locais e extra-locais; e, por fim, colocando tensão entre os resultados obtidos e a teoria que deu sentido à proposta de pesquisa. Nota-se que, nessa abordagem, a dimensão teórica tem um valor fundamental, visto que a teoria é o “norte” que orienta o olhar do pesquisador. No entanto, sobre isso é necessário fazer algumas observações. Primeiramente, por teoria aqui compreendo tanto aquilo que é produzido através do método científico quanto as pré-noções do senso comum que influem nas nossas percepções sobre o mundo; é a reflexão sobre processos múltiplos e a conexão entre eles (KNOWLES, 2018). Ainda, é preciso esclarecer que na proposta do estudo de caso ampliado a teoria não é “descoberta” na pesquisa de campo, mas “revisada” e “reconstruída” sob a luz de novos questionamentos. “A meta da teoria não é estar tediosamente correta, mas brilhantemente errada” (BURAWOY, 2014, p.32).

O trabalho etnográfico de descrição e interpretação pode, com o auxílio da teoria, conectar as experiências situadas a processos de transformação mais gerais, na medida em que se constitui numa estratégia privilegiada para a observação da materialização desses processos nas “experiências vividas”. Dessa forma, busquei trazer para a análise categorias construídas no próprio ambiente de interação que me comprometi a estudar, o

que provocou, inclusive, a incorporação de novas questões para reflexão. Vale dizer que analisar essas práticas comerciais e os sentidos atribuídos a elas a partir da atenção às formas pelas quais esses sujeitos conferem plausibilidade às suas vidas certamente nos leva a caminhos diferentes daqueles encontrados, por exemplo, por meio do eixo de análise centrado na relação “ideologia-alienação”, em que a preocupação maior é com as conexões que os indivíduos não fazem, em detrimento das formas em que se elaboram efetiva e cotidianamente as experiências.

Contudo, destaco que a opção metodológica – e epistemológica – que informa a presente pesquisa não passa pelo desprezo aos processos estruturais e ideológicos, que certamente estão presentes; ao contrário, busca verificar os sentidos atribuídos a essas macro dimensões nas trajetórias de indivíduos reais. Entendo que essa é uma maneira profícua de compreender um pouco mais sobre os diferentes modos em que os fenômenos sociais se efetivam nas experiências dos sujeitos. Então, pode-se dizer que procurei elaborar na pesquisa uma análise que articulasse os “microfundamentos dos macroprocessos” e os “macrofundamentos dos microprocessos” (BURAWOY, 2014).

É a partir da análise das transformações no comércio popular que pude destacar elementos pertinentes para discutir deslocamentos mais amplos no mundo do trabalho no Brasil em particular, mas também, ao encontrar coerências em outros contextos, identificar a manifestação situada de processos globais. Fica claro, então, que o esforço nessa pesquisa foi ocupar uma posição intermediária entre pelo menos duas escalas: de um lado reconhecer os processos gerais, característicos do mundo pós reestruturação produtiva, e sua articulação com aspectos específicos da formação social brasileira; de outro, temos o nível dos sujeitos, que, afetados por esses grandes processos, operam cursos de ação orientados pelo “senso prático” e balizados por referenciais de plausibilidade cuja constituição pode ser encontrada no reconhecimento dos “espaços dos possíveis” (BOURDIEU, 2007).

Ao considerar as conexões entre diferentes escalas de análise, o esforço foi posicionar as linhas de ação dos sujeitos tensionando com processos de normalização mais amplos, relativos ao momento atual do capitalismo global. Ao mesmo tempo, busquei evitar qualquer determinismo econômico ou social que prescindia de observar nos processos de mudança as negociações, convencimentos e resistências, aqui referentes aos interesses de diferentes agentes e instituições do Estado, operadores do mercado e os trabalhadores do

comércio popular. Nessa perspectiva, esses mercados aparecem como um mosaico onde formas distintas de trabalho se misturam, e onde os processos de modernização, especulação e a simples espoliação sob formas contemporâneas de acumulação primitiva (HARVEY, 2005), criam ambiguidades, nem sempre visíveis, mas cuja iluminação, ainda que parcial, é fundamental para a compreensão do novo contexto que se desenha. Nesse sentido, a análise do processo de empresarização aparece como aposta interpretativa.

Dito isso, as questões que guiaram esta tese, em linhas gerais, podem ser expressas da seguinte maneira. Quais os deslocamentos ocorridos ou em curso fizeram com que uma atividade historicamente ligada à precariedade e marginalidade tenha se tornado um campo plausível para inserção no trabalho de pessoas com diferentes trajetórias sociais? Como isso se relaciona com a mudança de estatuto dessas formas comerciais aos olhos do Estado e do mercado, passando de espaços de pobreza e urgência para a ressignificação enquanto ambiente privilegiado para ações empreendedoras e acumulação de capital? Em que medida isso se conecta às configurações atuais do mundo do trabalho em perspectiva nacional e global, tanto na dimensão objetiva quanto naquilo que pode ser chamado de nova cultura do trabalho?

Como sugere Lima (2014), a análise de velhas ocupações sob a luz do capitalismo contemporâneo pode colocar em questão percepções solidificadas sobre precariedade e precarização do trabalho, relação salarial e flexibilização das atividades. Assim, a investigação sobre as atividades comerciais no Brás pode se apresentar como uma oportunidade privilegiada para pensar não só as transformações no comércio popular em São Paulo, mas as mudanças mais gerais no mundo do trabalho, que passam pela hegemonia da lógica neoliberal e do discurso empreendedor; por um processo de “desencantamento da condição salarial”, em que se problematiza a ampliação do trabalho formal no país questionando a qualidade desses empregos gerados e, agora, agravado pelos sucessivos retrocessos nos direitos atrelados ao assalariamento; assim como pelo debate sobre o próprio sentido do trabalho no mundo contemporâneo.

### **1.3. Organização do texto**

O texto está organizado em duas partes, com três capítulos cada, e uma última sessão com as considerações finais. Na primeira parte, abordo o comércio popular a partir de uma

escala mais próxima, focando na descrição dos espaços, nas dinâmicas do trabalho e nas experiências dos sujeitos. Na segunda parte, ainda que a dimensão das experiências dos trabalhadores esteja sempre presente, busco fazer conexões com processos mais gerais, nos níveis da ação estatal e das práticas de mercado.

Na primeira parte, inicio com um capítulo que recupera brevemente o histórico do Bairro do Brás e de sua formação enquanto espaço de comércio popular, bem como apresenta as características dessa região, relacionando-a a outros polos comerciais vizinhos. Abordo também as principais origens das mercadorias vendidas ali e sua inserção em amplas cadeias de produção e circulação, que são marcadas pela coexistência e interdependência de atividades inseridas em variados níveis de legalidade, inclusive vinculadas à chamada “globalização por baixo”. Por fim, registro a importância do desenvolvimento do comércio da madrugada para a dinamização desse mercado.

Após a contextualização do território da pesquisa, entro propriamente na discussão sobre o trabalho no comércio popular e as experiências dos trabalhadores. Numa tentativa de ilustrar as diferentes formas de se trabalhar nesse mercado, apresento três categorias de trabalhadores a partir das quais podemos começar a observar as distinções – camelôs, comerciantes e fabricantes. Através da análise de trajetórias de trabalhadores, discuto o cotidiano e condições de trabalho e a importância das redes sociais para o acesso, permanência e estabilidade na atividade, em que o estabelecimento de relações de confiança com fornecedores, colegas e clientes são fundamentais.

Finalizando essa parte, apresento um capítulo de caráter mais analítico, discutindo as possibilidades e precariedades ligadas ao trabalho nesses mercados, centrando a reflexão no modo como os trabalhadores traçam expectativas a partir de suas atividades e estabelecem comparações com outras possibilidades de trabalho presentes no horizonte objetivo. Discuto também o caráter de instabilidade constituinte desse trabalho e desses espaços de comércio, que tem a ver com a ilegibilidade das regras, formais ou tácitas, que organizam o cotidiano e com as frequentes rupturas que marcam suas experiências no comércio.

Abrindo a segunda parte, recupero o histórico de formação da Feirinha da Madrugada. A partir dos conflitos em torno do comércio ambulante que ocorria nas ruas do Brás na madrugada, apresento o processo de confinamento desses camelôs no Pátio do Pari, grande espaço na região subutilizado à época. Passando pelos conflitos ao longo do

processo de estabelecimento da Feirinha, argumento que esse centro comercial mostrou a rentabilidade de uma nova modalidade econômica, que vai incentivar a multiplicação de galerias e shoppings populares operando na madrugada no Brás.

No capítulo seguinte, abordo a noção de “empresarização do comércio popular”. Início a reflexão retomando alguns argumentos que embasam sua justificação – como o combate à informalidade, modernização dos mercados populares e limpeza urbana – e apresento suas características principais: mudanças na infraestrutura dos mercados, novas formas de regulação e impactos subjetivos no sentido da criação de comportamento empreendedor.

No último capítulo, relaciono a empresarização do comércio popular a dois outros processos conexos. O primeiro se refere à entrada de novos perfis de trabalhadores no comércio popular, na esteira do processo de empresarização, ao mesmo tempo em que comerciantes menos capitalizados têm encontrado dificuldades para permanecer na atividade, dado o aumento dos custos. Assim, proponho pensar esses deslocamentos enquanto uma espécie de “gentrificação do trabalho”, considerando a ampliação do conceito de gentrificação para diversas situações de exclusão, tal como tem sido verificado na literatura sobre o tema. O segundo, de aspecto mais geral, refere-se ao papel dos processos de formalização na produção dessas desigualdades. Como subsídio para a reflexão sobre essa questão, mobilizo as análises de Hibou (2012) acerca da lógica da “burocratização neoliberal, a ideia de “acumulação por espoliação” (HARVEY, 2005) e os trabalhos de Roy (2010) que analisam contextos de pobreza, informalidade e economias populares como novas fronteiras de acumulação. Em linhas gerais, a partir do contexto etnográfico do Brás, destaco características de um processo mais amplo que aponta para a produção contemporânea de um novo modelo de comércio popular, mais atrativo para grandes investidores e que tende a se disseminar.

**PARTE I**  
**O TERRITÓRIO DE PESQUISA E AS CARACTERÍSTICAS DO**  
**TRABALHO NO COMÉRCIO POPULAR**

## 2. O BRÁS: HISTÓRICO E SUAS TRANSFORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

De um modo geral, cada ponto terminal de linha de ônibus – bastante numerosas, em várias direções, ligando o Brás não apenas ao centro urbano, mas a outros municípios e estados – é um pequeno centro comercial, com pequenas lojas ou bazares a vender de tudo, casas de tecidos e armarinhos, e as infalíveis casas de lanches e cafés, além de *camelots* e vendedores de bilhetes de loterias sempre a vender “a última fração”. (TORRES, 1981, p.225)

É difícil medir o tamanho desse enorme mercado a céu aberto, que cresce a cada dia. Se fosse possível andar rápido, levaríamos ao menos 2 horas para cobrir todo o perímetro. Mas, no horário de pico, das 4 às 6 da manhã, é difícil se mover em meio aos milhares de compradores, que arrastam sacolas pesadas em seus carrinhos de feira. (THE GUARDIAN, 2017<sup>2</sup>)

O primeiro trecho apresentado foi extraído de um estudo sobre o bairro do Brás na década de 1960 e já retrata a intensa atividade comercial na região; o segundo é parte de uma reportagem do jornal The Guardian sobre o comércio local na madrugada, evidenciando a escala que essa atividade comercial adquiriu. De uma região predominantemente rural a um bairro operário, centro da imigração italiana em São Paulo e, posteriormente, destino de intensa migração nordestina e desenvolvimento de um dos maiores e mais importantes mercados populares da América Latina. Em linhas gerais, foi esse o percurso histórico da constituição do que veio a ser atualmente a região do Brás, localizada no centro da cidade de São Paulo.

A origem do bairro é associada a José Brás, proprietário rural e responsável pela criação da primeira igreja da região, a igreja do Senhor Bom Jesus do Matosinhos, em torno da qual começa a se desenvolver um povoado. Contudo, o Brás permaneceu ainda por muitos anos um lugar pouco habitado. Em 1836, um recenseamento indicava que a população do

---

<sup>2</sup> Disponível em <<https://www.theguardian.com/cities/2017/nov/30/noite-gigante-mercado-informal-feirinha-da-madrugada>>, Acesso em 29/11/2018.

bairro era formada por 659 habitantes<sup>3</sup>. Esse baixo contingente populacional da época é atribuído às constantes cheias do rio Tamanduateí, cujas inundações provocavam certo isolamento da região.

O cenário começa a mudar com as inaugurações, em 1867, da primeira ferrovia paulista (São Paulo Railway) – que ligava o porto de Santos à Zona Cafeeira – e da Estação do “Bráz” (na época grafada com “z”). É ao longo desses trilhos que se desenvolvem a indústria local e diversos pontos de comércio. A partir de então, o bairro do Brás passou a se constituir em um dos principais destinos dos trabalhadores que chegavam a São Paulo, principalmente imigrantes italianos e migrantes do interior do estado, sobretudo ex-escravos e brancos pobres (ANDRADE, 1994). Tendo em conta os frequentes alagamentos, o baixo preço dos terrenos da região era um fator de atração para essa população (FRÚGOLI JR, 2001).

Outro grande impulso para o povoamento das terras além-Tamanduateí, como era conhecida a região, deve-se à construção da Nova Hospedaria de Imigrantes, inaugurada em 1887. Na época, a conformação do Brás enquanto bairro de imigrantes respondia também à lógica de segregação que informava o processo de urbanização paulistano. A escolha do Brás para receber a Nova Hospedaria – que veio suprir a falta de vagas da antiga hospedaria localizada no bairro do Bom Retiro –, em detrimento do bairro da Luz, pode ser atribuída à avaliação de que não seria “próprio para um alojamento de imigrantes o bairro [da Luz] que mais se presta a ser aformoseado, e que vai merecendo a preferência da população abastada para aí construir prédios vastos e elegantes<sup>4</sup>”.

Assim, nas décadas seguintes se verifica um intenso crescimento populacional na região, em grande medida formado pelos imigrantes italianos que não se estabeleciam na lavoura cafeeira. Esta mão de obra migrante vai representar boa parte da força de trabalho que alimentou a indústria que se desenvolvia no centro de São Paulo.

A partir da década de 1920, também começa a ser observado ali a instalação de imigrantes da colônia sírio-libanesa, que já ocupavam regiões próximas e contribuíram para a expansão do setor têxtil no bairro. As marcas da influência sírio-libanesa podem ser

---

<sup>3</sup> Banco de Dados Folha - Acervo de Jornais. Disponível em: [http://almanaque.folha.uol.com.br/bairros\\_bras.htm](http://almanaque.folha.uol.com.br/bairros_bras.htm) Acesso 25/07/2016.

<sup>4</sup> Relatório do presidente da Província João Alfredo C. De Oliveira à Assembleia Legislativa Provincial – 1886, São Paulo, Typografia de Jorge Seckler & Cia. *Apud* ANDRADE, 1994.



identificadas até hoje nos restaurantes e mercadinhos de produtos árabes, além da denominação de uma das principais ruas comerciais do Brás, a Rua Oriente, que, originalmente, era chamada “Rua do Oriente”, dada a presença dos negócios desses imigrantes (AMADIO, 2005). Nas décadas seguintes, também serão importantes para o desenvolvimento da indústria têxtil e de confecções as migrações de judeus e coreanos, que vão se instalar nas regiões do Brás e Bom Retiro.

Com efeito, o bairro do Brás não tarda a se tornar um grande centro industrial. No final da década de 1960, o distrito registra o maior número de indústrias no município de São Paulo, com mais de 1100 estabelecimentos fabris (TORRES, 1981). Em meio a diversidade da indústria local, Torres destaca, já nessa época, o setor de confecções, que caracteriza o bairro até os dias de hoje:

Há uma imensa variedade de tipos de indústrias – ferramentas de precisão, latas e tampas em folhas de Flandres, marcenarias e serrarias, plásticos, artefatos de metais, móveis de todos os tipos, artefatos de papelão e papel, vidrarias, massas alimentícias, bijuterias, lustres, calçados, carrocerias para caminhões, impressos e carimbos, laminação de aço, e, principalmente, artigos para vestuários em geral – malhas, camisas, confecções em geral, para homens, mulheres e crianças. (TORRES, 1981, p. 221).

O desenvolvimento da zona de confecções e de máquinas operatrizes está conectado diretamente à presença das indústrias têxteis e metalúrgicas já existentes no Brás, desencadeando um processo de aglutinação em torno desse setor (AMADIO, 2005). Nessa época, também já se destacava a característica de comércio em atacado, que atualmente é a razão do intenso fluxo de mercadorias, pessoas e dinheiro na região:

[...] pode-se dizer que existe quase uma especialização, prevalecendo as fábricas de confecções, camisas, malhas, vestuários em geral, além de um bom comércio atacadista. [...] Núcleos secundários de comércio varejista localizam-se em algumas ruas transversais à radial, particularmente as ruas Maria Marcolina e Oriente<sup>5</sup>, a ‘vender diretamente da fábrica ao consumidor’, misturando estoques ‘por atacado’ e a varejo. (TORRES, 1981, p.222)

---

<sup>5</sup> Ainda hoje, as ruas Maria Marcolina e Oriente figuram entre as principais ruas comerciais do Brás.

Outro importante movimento migratório também contribuirá muito para as atuais feições do bairro. A partir da década de 1940, atraídos pelas oportunidades de emprego nas indústrias, intensifica-se também o fluxo migratório de nordestinos para a região. Estes que abandonam suas cidades de origem tendo em vista uma situação de grande concentração de terras, que, somada às transformações nas relações de trabalho no campo, provocam processos de expropriação que vão estimular a emigração, movimento ainda mais agravado nos períodos de secas (GOMES, 2012). Em busca de uma “vida melhor” – no sentido amplo dado por Durham (2011), que envolve expectativas econômicas, mas não se encerra nisso, englobando também ideais de “vida digna” –, os migrantes nordestinos se alojavam na mesma Hospedaria dos Imigrantes usada para receber os imigrantes estrangeiros, evidenciando um apoio do Estado que visava, na época, mobilizar força de trabalho para a lavoura cafeeira (GOMES, 2012). Na década de 1950, essa migração se intensifica, agora orientada principalmente pela procura de trabalho nas indústrias e a promessa de emprego protegido pelos direitos do trabalho.

Uma vez que a oferta de empregos não é capaz de absorver a crescente demanda, observa-se o aumento da informalidade urbana em trabalhos por conta própria, e o comércio popular termina sendo uma das principais formas de inserção econômica dessa população (RAMIRES, 2001). O comércio ambulante nas ruas do centro da cidade aparece então como espaço de sobrevivência para trabalhadores inseridos em diferentes tipos de atividades como camelôs, engraxates, homens-placas, etc. (OLIVEIRA, 2014).

Carentes de qualificação para o trabalho industrial, essa população de mão-de-obra excedente seria a mais atingida pelas oscilações na oferta de emprego, vindo a se engajar em uma miríade de ocupações informais como estratégia de “viração” e sobrevivência. Configurando na época:

[...] uma intensa ocupação dos espaços públicos para a prática do comércio ambulante, pequenos serviços, crentes pregadores, vendedores de ervas medicinais, jornaleiros, fotógrafos “lambe-lambe”, artistas de rua, repentistas, prostitutas, mendigos, malandros e marginais” (FRÚGOLI JR, 2001).

Ocorre ainda que, após o enfraquecimento da indústria local, no Brás será observado o chamado “processo de degradação urbana” do centro de São Paulo. A partir da década de

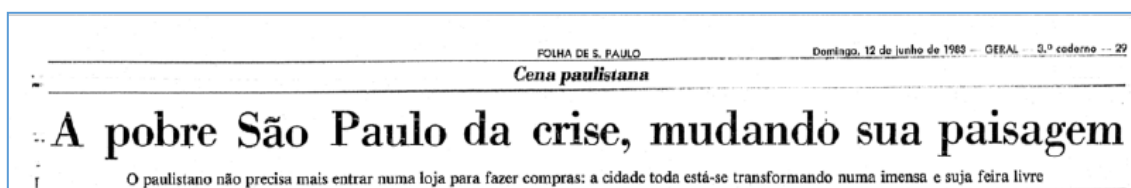
1970, verifica-se o deslocamento das indústrias das regiões Central e Leste da cidade para a Zonal Sul e região do ABC, acompanhada conseqüentemente por forte redução dos postos de trabalho, decréscimo populacional, deterioração física e esvaziamento dos galpões e instalações fabris no Brás (OLIVEIRA, 2014).

Enquanto as elites investiam nos veículos automotores particulares, ficando mais independentes do transporte público e se afastando do centro da cidade, a região se caracterizaria cada vez mais pelo alto movimento de pedestres, que faziam a integração entre os terminais de ônibus e as estações de metrô e de trem. Esses deslocamentos favoreceram a intensificação de atividades econômicas ligadas ao setor de serviços, ao comércio varejista e atacadista, destacando-se também a permanência da já tradicional indústria da confecção (OLIVEIRA, 2014). Passa-se a observar um ainda mais intenso crescimento do número de vendedores ambulantes, que aproveitavam a grande circulação de pedestres circulando entre as estações de trem e terminais de ônibus.

Do ponto de vista da gestão urbana, segundo Amadio (2005), ocorreu no Brás, assim como nos bairros adjacentes como Bom Retiro e Pari, um processo interligado de depreciação do uso habitacional e perda das “qualidades paisagísticas e ambientais”. Esse rebaixamento foi atribuído tanto à população encortiçada quanto ao que o autor chama de “atividades prejudiciais à moradia”, como o tráfego intenso e as atividades comerciais que obstruíam as vias.

A partir de então, assim como outras localidades do centro velho de São Paulo, como a Rua 25 de Março, o Brás passa a ser associado à decadência, um espaço de subemprego, ilegalidades e pobreza. É com o seguinte título que o jornal Folha de São Paulo<sup>6</sup>, numa edição de 1983 apresenta a intensa atividade comercial da região central da cidade:

## FIGURA 2 – REPORTAGEM SOBRE O COMÉRCIO POPULAR NO CENTRO DE SÃO PAULO NA DÉCADA DE 1980



<sup>6</sup> Folha de São Paulo – 12/06/1983. Disponível em:

<<http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/1983/06/12/382//4187505>>, Acesso em 18/10/2016.

A matéria cuja manchete acima se refere descreve o comércio da região central de São Paulo como uma “imensa e suja feira livre”, onde as pessoas “andam assustadas” em meio a uma “economia do desemprego” animada pela multiplicação de “bilheteiros, marreteiros, camelôs e mendigos”. Estas imagens representariam os “novos cartões postais da cidade”. Para além da representação negativa, o fato é que a questão dos crescentes mercados populares passou a suplantar a memória do passado industrial do centro velho paulistano, ainda que o Brás permaneça como um dos maiores polos produtores de confecções do Brasil. Aliás, é justamente essa concentração local de produção e comércio que torna tão atrativa essa região para comerciantes de diferentes partes do Brasil e da América do Sul, agora impulsionada pela dinamização do comércio na madrugada.

### **2.1. O comércio da madrugada**

Na primeira vez em que fui conhecer o comércio da madrugada no Brás, cheguei cedo demais. Era uma quarta feira e cheguei por volta das 22 horas. Já havia notado a existência de muitas lanchonetes e bares no entorno das áreas comerciais do bairro e, equivocadamente, achei que poderia esperar em algum estabelecimento enquanto observava o aumento do movimento nas ruas. Assim que desci na estação do metrô, percebi meu engano. O lugar em nada remetia ao intenso fluxo de pessoas que por ali passavam durante o dia.

Andei em direção à praça no Largo da Concórdia, que estaria deserta não fossem os quatro moradores de rua que se abrigavam junto ao ponto de ônibus e os dois policiais que ocupavam a base da Polícia Militar estabelecida ali. Decidi conversar com os policiais sobre a dinâmica local, sobre quando as pessoas começavam a chegar, etc. Me disseram que só depois da meia noite algum movimento maior era observado. Recordei que já tinha essa informação, alguns comerciantes já haviam me dito que chegavam por volta da meia noite e meia para conseguir vaga para estacionar o carro, sem que precisassem recorrer a estacionamentos mais distantes. A maioria, porém, sobretudo os que vinham de ônibus, taxi, Uber, ou a pé, só chegavam após às 2h. Eu não imaginava, contudo, que um lugar tão movimentado durante a madrugada poderia ser tão ermo algumas horas antes.

Resolvi então encontrar algum lugar para dormir enquanto esperava. Procurei um quarto nas pensões e hotéis mais próximos à praça, assim poderia descansar um pouco já que teria que ficar acordado até a manhã seguinte. Mais uma vez a dimensão desse circuito comercial ficou clara para mim: todos os estabelecimentos que procurei estavam lotados. Muitos compradores ficam hospedados na região esperando o início do comércio da madrugada. Além disso, os quartos dos hotéis e pousadas também servem para o armazenamento das compras. Muitos comerciantes da Feirinha, galerias e shoppings populares entregam as mercadorias diretamente no local onde os clientes estão hospedados, o que facilita a circulação destes, que não precisam carregar o peso das sacolas.

Acabei conseguindo uma cama em um quarto com mais três hóspedes, ao lado do viaduto da Avenida Rangel Pestana. Era uma pequena pensão onde também se cortava cabelo e havia um pequeno bar, ficava em cima de uma estreita galeria comercial. Entre os hóspedes, predominavam bolivianos. Recém-chegados ao Brasil, utilizavam a pensão como casa, enquanto procuravam trabalho e uma residência permanente. Ouvindo as conversas, deduzi que o ramo de vestuário seria o destino de alguns deles, na produção ou comércio. Às 2h em ponto, caminhei em direção à Feirinha da Madrugada.

Fiz o caminho pelo qual passei muitas vezes, vindo da estação do Brás e em direção à Feirinha. Dessa vez, porém, me senti um estrangeiro. As ruas estavam desertas e pouco lembravam o cenário que eu conhecia. É um trajeto de pouco mais de 10 minutos, passando pela Rua Barão de Ladário e Rua Oriente, duas vias extremamente movimentadas durante o dia, mas escuras e vazias naquele horário. O histórico industrial do Brás parece contribuir para esse cenário. Em vez de prédios residenciais, predominam grandes galpões, que, antes espaços fabris, deram lugar a lojas, com a reconfiguração espacial o bairro, principalmente após os anos 1980. Com a sequência de portas fechadas durante a noite, potencializa-se a sensação de insegurança. Ao longo da parte mais deserta do trajeto, cruzei com cinco pessoas: duas mulheres que andavam rapidamente também em direção à feira, um homem puxando um grande carrinho de carga e dois jovens sentados em frente à porta de metal fechada de uma galeria. Considerei a possibilidade de ser assaltado.

O cuidado com a segurança permeia as falas sobre “dicas para compras no Brás”, anunciadas nas conversas cotidianas ou em blogs e vídeos na internet. “Esconda o

dinheiro”, “evite ruas menos movimentadas”, “fique esperto”, são recomendações corriqueiras. Relatos de violências que aconteceram com alguém – geralmente um “amigo de um amigo” – dão embasamento para a sensação de insegurança, assim como as notícias sobre assaltos ou pequenos furtos que circulam na mídia. Além disso, como mencionado, a combinação das edificações despovoadas com a atmosfera noturna reforça a preocupação já previamente associada àquele território<sup>7</sup>.

**FIGURA 3 – ILUSTRAÇÃO DO TRAJETO PERCORRIDO**



Fonte: Elaboração própria a partir de mapa do Google Earth

<sup>7</sup> Estatisticamente, o Brás figura hoje como um dos distritos mais violentos da cidade de São Paulo. De acordo com dados da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, 1348 roubos e 3805 furtos foram registrados no bairro em 2017. No mesmo período, o Brás registrou taxas de 38,76 homicídios/100 mil habitantes e 133,45 homicídios de jovens/100 mil habitantes, ocupando a posição de subdistrito com mais homicídios em São Paulo, de acordo com dados do Mapa da Desigualdade, produzido pela Rede Nossa São Paulo. No entanto, essas taxas precisam ser relativizadas, visto que a população de habitantes do Brás é uma das menores da cidade, o que prejudica o cálculo da proporção do número de ocorrências por habitantes e pode induzir a uma avaliação equivocada.

Mas bastou avançar um pouco mais na rua Oriente para constatar a radical mudança demográfica. No entorno do Pátio do Pari, que fica ao final dessa rua, as vias já estavam lotadas de pessoas, bancas, sacolas, carrinhos, manequins e mercadorias de todo tipo, predominando roupas e artigos de confecção em geral. Uma confusão de cores, luzes, gritos, cheiros e músicas na madrugada. Com tábuas sobre tripés de ferro, formam-se mesas (bancas), nas quais são expostas as mercadorias e os manequins, devidamente vestidos com aquilo que se quer destacar dentre as ofertas. Em algumas ruas podem haver até quatro fileiras de bancas, que desenham três corredores de passagem entre elas, pelos quais se espremem os clientes enquanto transitam e fazem as compras. Muitas portas também estão abertas, revelando em seu interior galerias segmentadas em boxes, onde se comercializam os mesmos tipos de mercadorias vendidas nas ruas. Muitos comerciantes segurando cabides com amostras de sua mercadoria tentam atrair compradores para as galerias mais discretas. Também se destaca a presença dos grandes shoppings populares, que, além dos boxes comerciais, podem oferecer alas de hotéis, restaurantes e estacionamento, inclusive para ônibus.

Nos rostos e falas dos comerciantes, notam-se os traços fenotípicos, línguas e sotaques que indicam as diferentes origens étnicas. Destaco a presença de brasileiros de diferentes regiões do país, chineses e latino americanos – estes provindos principalmente da Bolívia, Peru, Paraguai e Equador –, que, à primeira vista, não consigo diferenciar. Assim como tenho dificuldades para afirmar as origens de toda uma população negra de ambulantes – sei que entre eles muitos são senegaleses e haitianos –, que vendem suas mercadorias em lonas nas calçadas, e em posições mais periféricas desse mercado noturno. Há uma hierarquia social operando distinções no comércio: dificilmente se encontram chineses vendendo nas ruas ou estrangeiros negros nas galerias e shoppings. Brasileiros e bolivianos, por sua vez, estão em ambos os espaços.

Nas primeiras horas da madrugada também já estão abertas algumas lanchonetes que, junto com os vários carrinhos de rua, oferecem as primeiras refeições do dia para os comerciantes e para os milhares de clientes que enfrentaram longas horas de viagem, vindo de diversas regiões do Brasil ou mesmo de outros países. A grande maioria desses compradores vão ao Brás em busca de mercadorias para revenda. Muitos chegam em ônibus de excursão. Em uma das noites em que estive ali, contei nos ônibus estacionados em um shopping placas de 23 cidades, pertencentes a 10 estados do Brasil: Rio grande do



Sul, Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Goiás e São Paulo. A realização do comércio vai até o início da manhã, o que permite aos consumidores se abastecerem ao longo da madrugada e revender as mercadorias durante o dia, em outras localidades.

**FIGURA 4 – O COMÉRCIO DA MADRUGADA**



Foto: Rafael Arbex/O Estado de S. Paulo

## **2.2. Características do comércio popular**

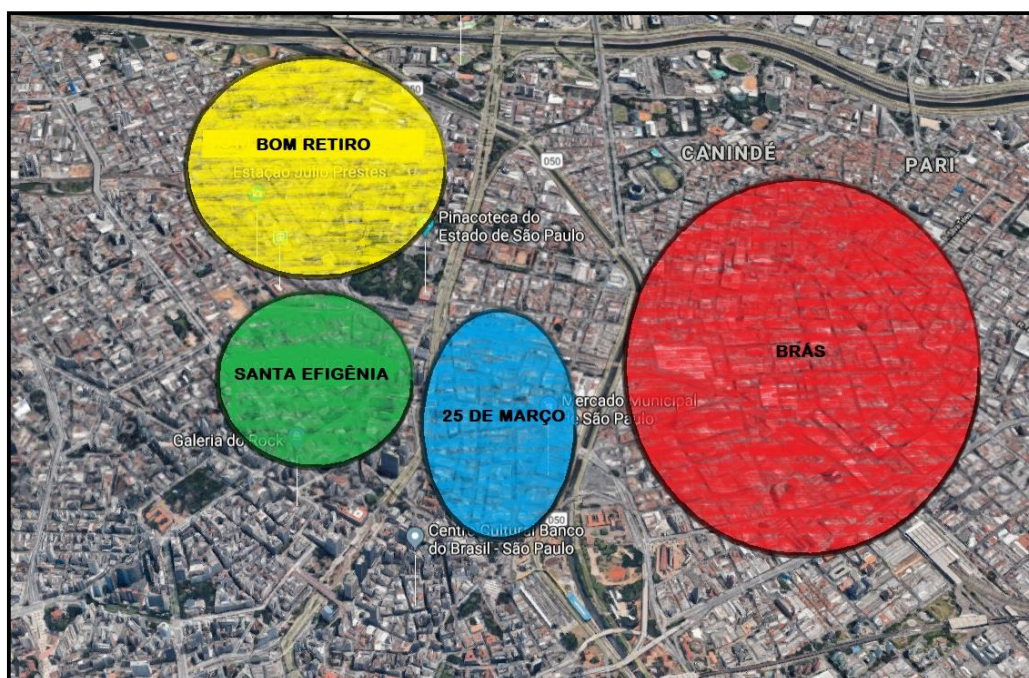
Vale observar então que os diversos fluxos migratórios, o processo de deslocamento industrial, a diminuição das oportunidades de emprego e o “abandono” da região central foram condições de possibilidade para que pontos de comércio popular tomassem a forma atual na região central de São Paulo. Diferentemente de hoje, as ruas e espaços de comércio no Brás não eram tão controlados e disputados, assim como não eram percebidos de maneira tão evidente como uma fronteira de expansão do capital, principalmente através da especulação imobiliária e estratégias de financeirização.



Assim, aquilo que aparecia como “degradação” para alguns, passava a ser encarado como um espaço de oportunidades para outros.

Hoje, o bairro do Brás é um centro de referência do comércio popular transnacional, por onde passam milhares de pessoas diariamente, circulando entre suas ruas, lojas e “feiras da madrugada”, vendendo, comprando, ou trabalhando na prestação de serviços variados. Junto com as regiões da Rua 25 de Março, Santa Efigênia e Bom Retiro, o Brás compõe o grande circuito comercial do centro de São Paulo. Cada uma dessas regiões possui particularidades comerciais próprias. A Rua 25 de Março e seu entorno aparece como a mais diversificada delas. Ali se pode encontrar muitas opções de bijuterias, artigos para festa, aviamentos, decoração, produtos para casa, brinquedos, acessórios de vestuário, roupas, enfim, uma variedade indescritível de mercadorias. A Santa Efigênia é famosa pelo comércio de produtos eletrônicos, como videogames, computadores, celulares e uma infinidade de acessórios e componentes. A região do Bom Retiro é conhecida pelo comércio de roupas, especialmente através de sua principal rua, a José Paulino. Além de representar um centro comercial menor, o Bom Retiro se diferencia do Brás pela reputação de “melhor qualidade” das mercadorias.

**FIGURA 5 – PRINCIPAIS CENTROS DE COMÉRCIO POPULAR NA CIDADE DE SÃO PAULO**



Fonte: Elaboração própria a partir do Google Maps

Nos últimos anos, porém, o próprio comércio do Brás tem diversificado suas mercadorias. Muito daquilo encontrado na Rua 25 de Março tem se tornado bastante presente também ali. Inclusive, a “Galeria Pagé”, uma tradicional galeria comercial que há décadas atrai compradores para a 25 de março, inaugurou uma filial no Brás em 2017. Segundo Freire da Silva (2014), entre as razões para essa atração de novos segmentos de produtos para o Brás se destaca a existência de maior número de estacionamentos na região e o aumento da presença de comerciantes chineses, figura cada vez mais central no comércio popular.

Quanto ao público consumidor dos produtos comercializados no Brás, nota-se que é bastante diversificado. São comerciantes, sacoleiros<sup>8</sup> ou consumidores ordinários que, atraídos pelos preços mais baixos das mercadorias, vão alimentar a circulação desses bens entre outras cidades, estados ou mesmo para além das fronteiras nacionais, visto a frequência de compradores argentinos, paraguaios, bolivianos e até de países africanos. Destaca-se então a escala desse circuito comercial, cuja posição de difusão de mercadorias em atacado e em escala transnacional faz com que esses mercados se diferenciem de outros centros de comércio popular, como os camelódromos e shoppings populares encontrados em muitas outras cidades do Brasil.

Outro ponto fundamental desse mercado se encontra na dimensão temporal. Grande parte do movimento do comércio no Brás se dá durante a madrugada. Muitos dos shoppings, galerias e mesmo o comércio de rua começam a operar desde o início da madrugada, por volta das 2 horas, e permanecem funcionando até às 16 horas; alguns estabelecimentos e comerciantes encerram suas atividades antes, outros um pouco depois desse horário. A princípio um ordenamento do comércio realizado de forma a diminuir os conflitos entre lojistas e ambulantes, esse horário de funcionamento terminou por se constituir num aspecto privilegiado do comércio popular no Brás, intensificando o circuito dos sacoleiros, criando oportunidades de negócios e dinamizando a economia local.

De acordo com a Associação de Lojistas do Brás (ALOBRA<sup>9</sup>), o comércio local conta com 55 ruas comerciais e 5000 lojas. Gera 150.000 empregos diretos e 300.000 indiretos. A circulação diária de pessoas é estimada em 300.000 em média, atingindo picos de 1

---

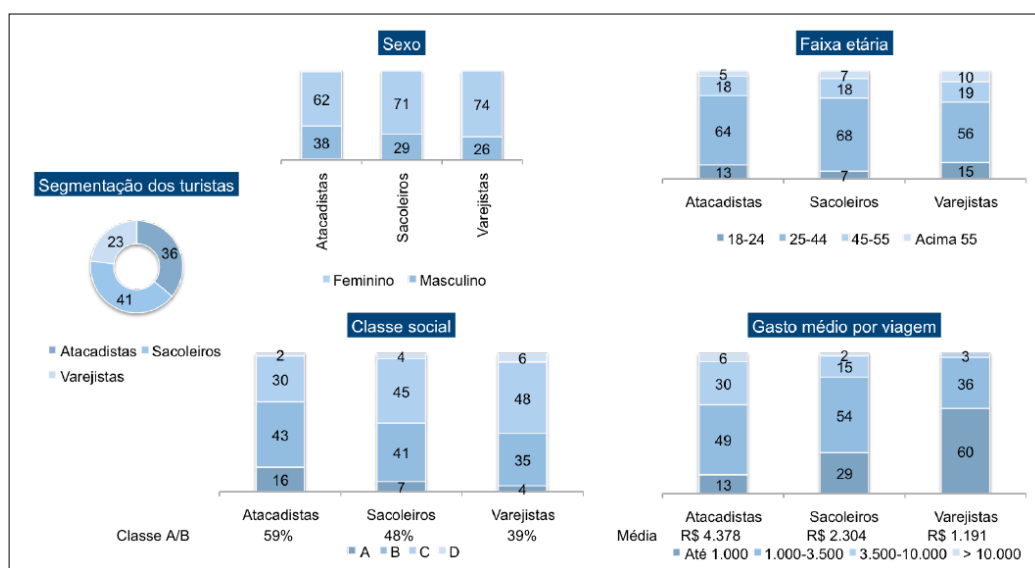
<sup>8</sup> O termo “sacoleiro” se refere às pessoas que viajam para comprar mercadorias e revender em sua região de origem. Muitos sacoleiros possuem lojas, onde revendem as mercadorias adquiridas no Brás. Assim, dependendo do contexto em que essas pessoas são interpeladas, podem ser “sacoleiras” ou “comerciantes”/“lojistas”.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.alobras.org.br/bairro.php> Acesso em 23/07/2016.

milhão nas datas comemorativas. O faturamento anual desse mercado foi estimado em mais de R\$13 bilhões, no ano de 2014 (dado mais recente disponibilizado).

No Brás, é possível comprar mercadorias a preços substancialmente mais baratos do que no comércio varejista em geral. Isso permite uma margem de lucro que justifica o deslocamento e os custos de operação do comércio de sacoleiros. Muitas das transações são feitas em “dinheiro vivo”, apesar da presença cada vez maior das máquinas de cartão, inclusive entre alguns comerciantes ambulantes. Algumas grandes lojas do bairro exigem o registro de Pessoa Jurídica (PJ) e uma quantidade relativamente alta de itens para a compra. No entanto, a grande maioria dos comerciantes locais vende a preço de atacado poucas unidades e não fazem qualquer outra exigência. Assim, pequenos revendedores podem se abastecer nesse comércio fazendo investimentos modestos.

### GRÁFICO 1 - PERFIL DOS CONSUMIDORES DO COMÉRCIO POPULAR NO CENTRO DE SÃO PAULO



Fonte: Prefeitura de São Paulo – Projeto Circuito das Compras, 2010.

Os dados acima ilustram o perfil dos consumidores do comércio popular na região central de São Paulo. Observa-se um perfil marcadamente feminino em todas as classificações<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Vale observar que a pesquisa traz dados referentes ao ano de 2010. Não foram encontrados dados mais recentes sobre o perfil dos consumidores. Tendo em vista que esses mercados têm sofrido transformações

– atacadistas, sacoleiros ou varejistas –, com predomínio da faixa etária entre 25 e 44 anos e de diferentes classes sociais. Note-se que, entre os atacadistas, há uma presença mais acentuada de pessoas posicionadas nas classes A e B do que entre os sacoleiros. Mas o que diferenciaria aqueles definidos como atacadistas dos classificados como sacoleiros? A pesquisa<sup>11</sup> que deu origem aos gráficos apresentados trata como atacadistas aquelas pessoas que compram para revender em lojas próprias e sacoleiros aquelas que compram para revender em box, bancas ou de porta em porta. Logo, a definição não se estabelece pela posição enquanto comprador – visto que ambos compram no atacado –, mas pelas condições em que a mercadoria será revendida, denotando diferentes patamares de renda que se expressam nas informações sobre o gasto médio por viagem – os atacadistas gastam quase o dobro dos sacoleiros. Contudo, enquanto consumidores no comércio popular, atacadistas e sacoleiros se misturam nas ruas, galerias e shoppings do Brás.

Para os consumidores, os preços das mercadorias comercializadas variam muito pouco entre os pontos comerciais – ruas, galerias e shoppings populares. Do ponto de vista de quem compra, as maiores diferenças se verificam nas possibilidades de troca das peças adquiridas e estabelecimento de relações mais duráveis entre clientes e fornecedores, quando o ponto é fixo. Há também alguma variação em termos da qualidade das mercadorias, e essa diferença tem se expressado na criação de shoppings com diferentes perfis.

É preciso destacar o funcionamento de toda uma infraestrutura que apoia esse comércio. No interior e no entorno da região comercial do Brás existem muitos hotéis e pensões que fornecem hospedagem para os comerciantes vindos de outras cidades. Atualmente, alguns dos novos shoppings populares construídos já contam com espaço para hospedagem em hotéis anexos, bem como estacionamento para ônibus. Aqueles que viajam em carros particulares podem contar com os vários estacionamentos espalhados pelas proximidades. Também estão presentes muitos restaurantes, lanchonetes e carrinhos de comida nas ruas.

---

nos últimos anos, assim como o mercado de trabalho no Brasil, pode-se considerar a possibilidade de alterações nessas informações, tanto nas características de gênero quanto de classe.

<sup>11</sup> Essa pesquisa, encomendada pela Prefeitura de São Paulo, foi realizada através de uma parceria entre duas empresas: A Urban Systems e a TNS Research Brasil. Disponível em <<https://contas.tcu.gov.br/etcu/ObterDocumentoSisdoc?seAbrirDocNoBrowser=true&codArqCatalogado=9622628&codPapelTramitavel=53673772>>. Acesso em 15/10/2018.

Isso expressa a vitalidade de uma economia centrada na atividade comercial, mas que se expande para muito além dela.

Fica claro a partir do que foi apresentado que o Brás pode ser pensado como um espaço chave das “vias secundárias da globalização” (KNOWLES, 2018). “Secundárias” não pela sua menor importância na dinâmica dos movimentos transnacionais, mas pelo menor destaque dado à sua relevância econômica e social em relação aos circuitos oficiais, aos quais estão conectadas de modo interdependente. De fato, a extensão desse mercado não se verifica apenas no seu papel difusor de mercadorias, mas também pode ser observado através dos circuitos de produção e circulação dos produtos que chegam até ali.

### **2.3. Sobre as mercadorias**

A origem das mercadorias que circulam pelo comércio do Brás é diversa, mas três são as procedências mais importantes: China; polos produtores do Agreste Pernambucano; e a própria produção local da cidade de São Paulo, a partir do grande número de fábricas e oficinas de todos os tamanhos e inseridas em diferentes estatutos legais, localizadas no próprio Brás ou mobilizando circuitos produtivos nas periferias da cidade. Nesse emaranhado de produção, circulação, trabalho, comércio e consumo se embaralham atividades em distintos matizes regulatórios, que tornam praticamente indiscerníveis as fronteiras entre práticas formais e informais, legais e ilegais, além complicar e combinar as discussões sobre trabalho explorado, auto exploração, iniciativas empreendedoras e ampliação do consumo das classes populares.

Sobre os produtos chineses, é impossível não notar sua presença. Sua entrada nos mais variados mercados, populares ou não, é um fenômeno global, em que “a China invade o mundo vendendo por todos os lados e a baixo preço, produtos de fabricação própria, dominando mercados e devastando a concorrência em todos os continentes” (PLIEZ, 2015, p. 142). Com algumas ressalvas quanto à competitividade do produto brasileiro em alguns segmentos<sup>12</sup>, no Brás não é diferente. Além da variedade de produtos eletrônicos, brinquedos e praticamente todo tipo de mercadoria que se possa imaginar, encontra-se

---

<sup>12</sup> É comum ouvir no Brás, entre vendedores e consumidores, que as roupas produzida localmente (principalmente femininas) possuem melhor qualidade em material e nos acabamentos do que as chinesas. Estas últimas, no entanto, predominam em determinados segmentos, em especial no comércio de falsificações.

ali, especialmente, o comércio de todos os tipos de artigos de vestuário – vestidos, calçados, bonés, calças, camisetas, etc. “Olha o pesado! ”, gritam muitas vezes ao longo do dia, para afastar a multidão, rapazes jovens puxando grandes carrinhos com muitos quilos de mercadorias a serem entregues nos boxes de comerciantes chineses.

O principal destaque a considerar aqui sobre os produtos chineses é o comércio de réplicas das marcas mais desejadas do momento. Já há muitos anos se observa a grande circulação de artigos piratas no Brasil, costumeiramente associados ao comércio do Paraguai. No entanto, algumas mudanças têm ocorrido também nesse aspecto, com a intensificação da migração chinesa. Durante décadas o Paraguai se constituiu no principal mediador entre a produção de mercadorias na China e seu comércio nos mercados populares brasileiros, cuja circulação ainda é feita por um intenso circuito de “sacoleiros” (Pinheiro-Machado, 2008). Esse movimento, porém, tem diminuído em razão do fortalecimento da “ligação direta” entre Brasil e China, principalmente via São Paulo. Claro que a compra de mercadorias no Paraguai permanece uma atividade econômica forte – como demonstra Fonseca (2018) –, mas observa-se, em São Paulo, a venda dos produtos importados sendo realizada diretamente através de chineses ou com a distribuição para outros comerciantes feita por chineses ali instalados.

De acordo com Freire da Silva (2018), nas últimas décadas houve fortalecimento da migração chinesa para São Paulo, e os centros de comércio popular se constituem no principal destino econômico desses migrantes. Isso intensificou as redes de comércio transnacional por onde chegam os produtos chineses no Brasil, assim como se tornou mais visível a distribuição desses produtos nos mercados populares diretamente através de migrantes chineses.

Isso tem embaralhado ainda mais as fronteiras, já há algum tempo reconhecidas como fluidas, entre aquilo que é definido como formal e o que é percebido como informal/ilegal (TELLES, 2009; RABOSI, 2004). O próprio comércio de falsificações retrata isso. Pinheiro-Machado demonstra essa complexidade em sua pesquisa sobre o comércio transnacional que liga China, Paraguai e Brasil:

[...] é possível que um bem falsificado que chega a uma loja do Paraguai, tendo inclusive passado pela importação/exportação e feito

na fábrica chinesa, tenha o seu processo todo dentro de parâmetros regulamentados (formais e lícitos) (Pinheiro-Machado, 2008, p. 125).

A ilegalidade aqui será marcada pela forma de entrada dessa mercadoria no espaço brasileiro. Se contra as normas de importação, como ocorre frequentemente no comércio de sacoleiros, estará configurado o descaminho<sup>13</sup>, e a mercadoria torna-se ilegal. O imbróglio é que, como argumenta Rabossi (2004), é justamente a existência das regras que vão criar as possibilidades de ganhos para aqueles que investem em contorná-las.

Poder-se-ia pensar então que eliminando a mediação e fazendo a ligação direta entre o comércio China-Brasil as transações ilegais diminuiriam. De fato, houve crescimento no número de empresas regulares que atuam na importação e exportação diretamente nos mercados de comércio popular. No entanto, apesar da necessária passagem das mercadorias pela Receita Federal, Freire da Silva vai destacar que:

[...] em todo esse trajeto, os portadores das mercadorias estão sujeitos à fiscalização e, eventualmente, podem ocorrer situações de corrupção e extorsões por parte de fiscais da alfândega, agentes da Receita Federal, policiais civis (FREIRE DA SILVA, 2018, p. 238).

Além disso, é comum o subdimensionamento das quantidades informadas à Receita Federal, sem falar nas brechas de controle existentes na fiscalização por amostragem nos portos. A questão é que não se trata simplesmente de um conjunto de subversões às regras que, de outra forma, regulariam perfeitamente as negociações. Assim como Rabossi (2004), entendo estarmos diante de modelos normativos que não servem para compreender a operação efetiva da lei nos espaços e redes de comércio popular. Por isso a necessidade de levar a sério a positividade das práticas, no sentido de reconhecer que a transação de “mercadorias políticas”<sup>14</sup> (MISSE, 2006) e a quase indissociabilidade entre

---

<sup>13</sup> De acordo com o artigo 334 do Código Penal brasileiro, descaminho é definido como a prática de “Iludir, no todo ou em parte, o pagamento de direito ou imposto devido pela entrada, pela saída ou pelo consumo de mercadoria: Pena - reclusão, de 1 (um) a 4 (quatro) anos”.

<sup>14</sup> Misse (2006) propõe o conceito de “mercadoria política” como uma categoria estratégica para analisar negociações ilícitas abstraindo a dimensão moral. Nesse sentido, ao discutir temas como corrupção, extorsão, tráfico de influência, etc., o autor sugere pensá-los na chave das trocas de mercadorias políticas, ou seja, como mais uma forma de mercado ilegal e, ao mesmo tempo, como condição para que determinados mercados ilegais se realizem. Além disso, a dimensão moral dessas trocas pode ser abstraída na análise,

procedimentos legais e práticas informais constituem empiricamente esses mercados (e também muitos outros menos estigmatizados e criminalizados).

Guardando-se as especificidades de cada contexto, o mesmo embaralhamento entre atividades inseridas em diferentes estatutos legais é verificado na produção pernambucana que alimenta o Brás, e que tem relações mais antigas com o bairro. O circuito produtivo e comercial que liga o bairro do Brás ao Agreste Pernambucano pode ser traçado, pelo menos, desde os anos 60, década em que se torna mais visível o envio de retalhos de tecidos descartados pelas fábricas paulistas ao Nordeste (GOMES, 2006), o que vai alimentar as famosas “Feiras da Sulanca”<sup>15</sup>. Se, no princípio, esse circuito se dava principalmente a partir do envio de retalhos das fábricas de confecções do Brás para a produção de artigos de vestuário de baixo custo no Nordeste, nas últimas décadas outro vetor dessa circulação tem se desenvolvido, a partir do fortalecimento e modernização da indústria de confecções em Pernambuco, em especial nos polos produtivos de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama (VERAS DE OLIVEIRA, 2013; LIMA; RANGEL, 2015).

Portador da fama de produtor de itens de baixa qualidade voltados para o consumo de populações mais pobres, o polo de confecções do Agreste Pernambucano tem crescido e se reconfigurado desde a década de 1990, quando passou a ser percebido como uma possibilidade de enfrentar o produto chinês (o que tem de fato ocorrido em alguns segmentos), que já ameaçava a indústria nacional (LIMA; RANGEL, 2015). Desde então, as atividades produtivas e comerciais ali desenvolvidas foram se consolidando e se associando mais estreitamente ao ramo da moda e serviços diversos, como consultorias de gestão e marketing e participação em eventos de moda; foi também nesse período que surgiram as primeiras marcas próprias de produtores do polo (VERAS DE OLIVEIRA, 2011). Observou-se nas décadas seguintes uma maior formalização dessa produção, principalmente nas empresas maiores, que atendem grandes cadeias nacionais de lojas (LIMA; RANGEL, 2015). Além disso, a própria mudança do nome “Feiras da Sulanca” para “Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco” foi uma estratégia para melhorar a imagem do polo, já que o termo “sulanca”, que seria uma contração das palavras “sul”

---

visto que são negociações que afetam mais a moral pública do que a privada, nível em que adquirem certa legitimidade particular ou justificação.

<sup>15</sup> Sobre as Feiras da Sulanca ver Lima e Soares (2002), Veras de Oliveira (2013) e Sá (2018).



e “helanca” – remetendo ao antigo circuito dos retalhos –, é imediatamente associado a produtos de baixa qualidade (VERAS DE OLIVEIRA, 2013).

No entanto, apesar das políticas de formalização, este ainda é um território produtivo bastante marcado pela informalidade. Grande parte do que é produzido no polo pernambucano é fruto do trabalho realizado em “fabricos” (oficinas domiciliares e familiares) e “facções” informais (unidades produtivas ainda mais precárias, que trabalham subcontratadas para fábricas e fabricos) (VERAS DE OLIVEIRA, 2013). Além disso, vale mencionar a relação da produção local do Agreste com episódios de roubo de carga e, mais recentemente, a descoberta de lençóis hospitalares usados importados dos Estados Unidos, que seriam usados pelo setor de confecções (LIMA; RANGEL, 2015). Ainda que esses episódios se apresentem como situações excepcionais e extremas, o destaque que alcançam ajuda a compor a representação negativa sobre o polo, a exemplo do que ocorre em outros mercados populares.

De qualquer forma, temos que boa parte das mercadorias vendidas no Brás, especialmente calças e bermudas de índigo (jeans) e brim, é produzida no Agreste Pernambucano e comercializada através das redes historicamente estabelecidas entre o migrante nordestino e o comércio popular no centro de São Paulo. Um caso de funcionamento dessas redes é ilustrado pelo exemplo de seu Vicente, um ex-metalúrgico pernambucano que vive em São Paulo há mais de quarenta anos. Na Feirinha da Madrugada, ele “herdou” o box de seu sobrinho, também pernambucano. Percebendo as oportunidades que se desenhavam, o sobrinho largou o comércio popular do Brás para se juntar a um primo e abrir uma fábrica de confecções em Toritama. Parte do que ele viria a produzir já teria destino definido: ser comercializada no box que ele manteve sob os cuidados do tio na Feirinha da Madrugada e através da rede de contatos que havia estabelecido em quase uma década como comerciante. Assim, praticamente toda semana chega ao Brás, por meio de uma transportadora contratada, um carregamento de calças e bermudas jeans que o sobrinho envia ao tio e a outros comerciantes. Para os mais próximos, incluindo aqui o tio, o rapaz envia as mercadorias em consignação, a serem pagas após a venda ao consumidor final. Segundo Seu Vicente, “um bom negócio para todo mundo”.

Observa-se, a partir do que foi discutido, que essa rede de produção e circulação de mercadorias, que oferece possibilidade de negócios “bons para todo mundo”, está

estruturada sobre diferentes níveis de legalidade e de precariedade do trabalho, implicando em variados graus de exploração e espaços de oportunidades.

O terceiro principal fornecedor de mercadoria para o Brás, qual seja a produção local de São Paulo, reforça o argumento. Apresento essa produção local por último apenas por uma escolha expositiva, uma vez que o Brás, segundo a ALOBRÁS aparece como o maior produtor e exportador de jeans da América Latina, com 10 milhões de calças jeans produzidas por mês e 1,2 milhões exportadas. Expressões dessa produção podem ser verificadas em grandes fabricantes, como a empresa Bivik Jeans, que possui um imponente prédio no centro do bairro, concentrando tanto a fábrica quanto a loja comercial. Também são inúmeros os anúncios de emprego espalhados por lojas de fábrica na região, procurando por modelistas, piloteiros e oficinas de costura.

#### FIGURA 6 - ANÚNCIOS DE EMPREGO E SERVIÇOS EM LOJAS DO BRÁS



Além disso, a produção do bairro se conecta com outros territórios produtivos da cidade, muito menos visíveis. Como já mencionado, a reestruturação produtiva significou grandes impactos para as indústrias do Brás. A crise econômica do fim dos anos 1980 e a flexibilização da produção nos 1990 reduziram os postos de emprego nas fábricas da região, ao mesmo tempo em que se tornava cada vez mais comum a lógica de subcontratação de oficinas informais e trabalhadores domiciliares para executar parte da produção. Como observa Freire da Silva (2010), ainda que subcontratação não signifique

necessariamente informalidade, no caso em questão o resultado foi a grande terceirização das atividades de costura de maneira desregulamentada, implicando na proliferação de oficinas informais nas periferias da cidade, nos bairros de habitação das antigas funcionárias das fábricas – e aqui se destaca a grande presença feminina, dado sua predominância no setor de confecções local.

Rizek (2012) também discute esse alargamento das redes de produção, mostrando sua espacialização em bairros da Zona Leste de São Paulo a partir de cadeias produtivas que desafiam qualquer tentativa de caracterização. A autora torna visível a presença de oficinas de diferentes tamanhos e estatutos regulatórios que formam um território produtivo onde se misturam trabalho em domicílio, pseudo cooperativas e agenciamentos empresariais, inclusive mediando relações com investimentos públicos.

Assim, antigos “bairros dormitórios” se converteram em espaços produtivos, ainda que, à primeira vista, não se perceba qualquer oficina em funcionamento. É o acionamento de formas tradicionais e precárias de trabalho domiciliar, conectando-as a um circuito produtivo financeirizado, internacionalizado e que pode, inclusive, ser legitimado por programas sociais de geração de emprego e renda. Como mostra Rizek (2012), tratam-se de oficinas de costura subcontratadas em série por unidades produtivas maiores ou agenciadas para realizar tarefas específicas da cadeia de confecções, em que são inseridas em relações de exploração do trabalho, as parcelas mais vulneráveis dos trabalhadores:

Nessas relações, ganha corpo a possibilidade de exploração e absorção das parcelas mais vulneráveis de trabalhadores – mulheres negras, idosas, mulheres chefes de família em situações extremamente precárias, cujo trabalho se combina com atividades cooperativas ou pseudocooperativas, de presidiários, de “autônomos”, tanto no âmbito da produção como no dos circuitos cujo espectro é bastante amplo: a “modinha” do Brás, as feiras e shoppings populares do centro, as grandes lojas âncoras, fábricas de maior porte, além da confecção de camisetas, bolsas, bonés e bandeiras para atividades esportivas oficiais, inclusive as bandeiras brasileiras que os atletas exibiram nas últimas Olimpíadas. (RIZEK, 2012, p. 44)

É também nesse circuito que se insere de maneira incontornável a questão da migração e da exploração desse trabalho. Ao longo dos últimos anos, multiplicaram-se as pesquisas, notícias e relatos sobre a situação de imigrantes que entram no Brasil à procura de melhores condições de trabalho e renda e acabam se inserindo nas posições mais precárias

de uma estrutura produtiva baseada na intensa exploração do trabalho, em condições análogas à escravidão. A maior parte das informações destaca a migração boliviana, que representa a porção mais visibilizada dos trabalhadores nessas condições. No entanto, migrantes de outros países da América Latina – como Paraguai, Peru e Equador – também se inserem em situações semelhantes.

#### **2.4. O Brás na Globalização por baixo**

As origens do bairro assim como a intensidade e variedade das circulações de pessoas e mercadorias lançam luz para como o Brás, juntamente com outros centros paulistanos de comércio popular, toma a forma de uma espécie de “nó” da “globalização por baixo” (PORTES, 1997; TARRIUS, 2002), na medida em que se vincula a diversos circuitos comerciais nacionais e transnacionais, por onde transitam pessoas de diferentes origens atraídas pelas vantagens dos diferenciais de preços das mercadorias ali transacionadas (RANGEL, 2015). Mercadorias estas que, por sua vez, possuem diferentes origens e, até chegar ao consumidor em São Paulo, atravessam diversas fronteiras geográficas e regulatórias (PINHEIRO-MACHADO, 2011), tanto por vias oficiais – através da multiplicação de empresas importadoras (FREIRE DA SILVA, 2018) –, quanto pelos circuitos das “vias secundárias da globalização” (KNOWLES, 2018).

Atualmente, a principal imagem da globalização materializada no comércio popular em São Paulo se verifica pela quantidade de mercadorias chinesas – situação já naturalizada – e também pelas discussões em torno dos novos movimentos migratórios que se dirigem ao bairro. Já há alguns anos, é visível a presença dos bolivianos que habitam e trabalham na região, multiplicando as oficinas de costura e inseridos também no comércio ambulante, distribuindo mercadorias que eles mesmos produzem (FREIRE DA SILVA, 2014). Não menos evidente é a presença, ainda mais recente, de migrantes africanos e haitianos que ganham as vidas no comércio ambulante na região central de São Paulo.

De acordo com Freire da Silva (2014), o processo de reestruturação produtiva, principalmente durante a década de 1990, teve grande impacto sobre os processos migratórios que marcam as feições contemporâneas do comércio popular em São Paulo. A intensificação das estratégias de subcontratação e a demanda por trabalho mal pago e sob negociações alheias à legislação trabalhista favoreceram os agenciamentos de

trabalhadores migrantes. De modo que “a própria mobilidade dos imigrantes se transforma em um nicho de exploração econômica pautada em mercados ilícitos para a facilitação da imigração irregular” (FREIRE DA SILVA, 2014).

Glória é uma dessas imigrantes. Sua trajetória enquanto imigrante ilegal e trabalhadora informal nas franjas da indústria de confecção é digna das histórias que ganham as páginas dos noticiários. Ao mesmo tempo, sua capacidade de aproveitar as brechas que se abrem nos interstícios dos processos de produção e circulação no comércio popular demonstra que também estamos diante de um campo de possibilidades concretas, ainda que restritas, instáveis e aquém dos sonhos de mobilidade daqueles que deixam seus países com grandes expectativas.

### *Glória*

Conheci Glória nas ruas do Brás enquanto ela trabalhava em uma banca de ferro na calçada, vendendo roupas infantis. É uma mulher baixa e branca; óculos grossos e rabo de cavalo. Glória é paraguaia. Está já há 14 anos no Brasil. Sua primeira ocupação no país foi como “escrava de bolivianos”, em suas palavras. Em meados de 2004, em Assunção, capital paraguaia, ela conversou com um homem que a convidou para trabalhar no Brasil. Um paraguaio buscando costureiras para trabalhar em oficinas em São Paulo. Ela já havia feito um curso de costura, “era muito boa costureira”. Havia se separado do marido há algum tempo e cuidava dos cinco filhos. Na época, diz que ficou muito animada com a possibilidade de migrar para o Brasil. “Todo mundo viajava, falava que ganhava dinheiro no estrangeiro”. De fato, muitos daqueles migrantes que se inserem na indústria de confecções em São Paulo já chegam com certo conhecimento no ramo, e aqueles que atuam como mediadores dessa migração já garantem a inserção dos trabalhadores em oficinas específicas, que, apesar da mediação da rede étnica, não correspondem, necessariamente, a padrões com as mesmas nacionalidades dos migrantes ou agenciadores.

Glória veio sozinha para o Brasil. Os filhos ficaram com a avó materna. Imediatamente, foi alocada em uma oficina de costura cujos donos eram um casal de bolivianos. Ao longo de dois anos, trabalhou praticamente todos os dias, das sete horas da manhã à meia noite, com folgas esporádicas e não planejadas. Ela se lembra de ganhar cerca de 0,15, 0,20

centavos por peça produzida. “Dava uns 150 reais a cada quinze dias”. “Não tinha domingo, não tinha feriado, nada”. Segundo ela, os donos tinham receio de que, com folgas mais definidas e livres, alguém aproveitasse a oportunidade para denunciar e a oficina fosse fechada.

Apesar da combinação entre ambiente doméstico e espaço de trabalho, essas experiências não podem ser associadas às situações de trabalho em domicílio, tradicionais na realidade brasileira. Principalmente por não configurarem a inserção da esfera produtiva na esfera da reprodução, inclusive porque o espaço supostamente doméstico não se confunde com um ambiente familiar nem, necessariamente, afetivo. Ao contrário, sendo o ambiente caracterizado pelo aspecto produtivo, o que temos são momentos de reprodução na esfera da produção, que, dada a jornada e as condições de trabalho, pode adquirir conformação quase totalizante na vida desses trabalhadores.

Meses depois de chegar, Glória tentou trazer as filhas. Na época, uma com 10 e a outra com 7 anos, que foram alojadas no mesmo quarto da mãe. “Aí me escravizaram mais ainda. Começaram a cobrar a comida no meu pagamento. Falavam que as meninas comiam muito. Tudo que quebrava diziam que era culpa delas. [...] A mais velha chorava todos os dias”. Ela terminou por enviar as filhas de volta para o Paraguai. “Eu também chorava todos os dias”.

Até que ficou sabendo por uma das colegas de trabalho de uma outra oficina que procurava costureiras. Os proprietários eram coreanos. Glória conseguiu se desligar dos bolivianos e foi contratada pela nova “firma”, como ela diz, como piloteira<sup>16</sup>. Aqui, o tom de Glória muda e ela adota um semblante mais aliviado. O trabalho na nova oficina também era intenso, mas com uma jornada de trabalho menos exaustiva e melhor remuneração. A relação com os novos patrões também era melhor, Glória os define como “honestos” e “justos”. Foi trabalhando nessa oficina que ela aprendeu melhor o idioma. Hoje, fala o português perfeitamente.

Após dois anos, Glória negociou com a dona, uma coreana, e montou a própria oficina, em casa. “Já pensando nos meus filhos”. “A coreana comprou todas as máquinas, e eu ia pagando com as peças. [...] Só produzia para eles. Ela confiava muito em mim”. Ela

---

<sup>16</sup> No setor de confecções, a “piloteira” (em geral, no feminino mesmo, dada a presença predominante das mulheres na atividade) é a pessoa responsável por confeccionar a “peça-piloto”, o modelo a partir do qual outras peças serão produzidas. Ou seja, é uma função importante na cadeia de confecções.

recorda esse episódio de sua vida com muita satisfação. “Foi legal!”, diz com um sorriso, rompendo a tristeza que pairava ao longo da narrativa.

No entanto, logo a sucessão de desventuras continua. Nesse período, Glória trouxe seu filho mais velho. Moravam na Vila Ema, onde pagavam R\$1 mil de aluguel. Certo dia, policiais bateram à sua porta. O vizinho (segundo ela, um russo) havia denunciado a oficina informal e a imigrante ilegal, por conta do barulho. Neste dia, ela ouviu das autoridades que não poderia mais ficar no Brasil. Na mesma noite, juntou seus pertences e as máquinas de costura e se mudou com o filho para outra casa.

Com medo de ser expulsa do Brasil, Glória procurou um padre conhecido por ajudar imigrantes. Foi apresentada a um advogado que deu início a um processo, tentando legalizar sua permanência. O processo rolou por alguns meses, ela não sabe ao certo quanto tempo, só se lembra que teria de pagar R\$6 mil ao advogado. “E eu tendo que pagar as máquinas, as costureiras, o aluguel. Não sabia o que fazer. Aí veio a anistia”. Em 2009, na semana em que deveria pagar ao advogado, o Governo Federal anunciou que seria instituída a anistia aos imigrantes vivendo no país, inclusive para aqueles que entraram no país ilegalmente. Ela nunca pagou ao advogado pelo processo.

Diferentemente do filho, que rapidamente providenciou os documentos após a anistia, Glória demorou a fazê-lo. O vizinho denunciou-a novamente (ela havia voltado para a casa antiga). “No outro dia a Polícia Federal veio e levou minhas máquinas”. Ela ficou sem sua fonte de renda. Conhecia uma mulher cuja pequena fábrica havia “quebrado” recentemente. “Ela falou, ‘não tem como você ajudar a vender?’”. Glória então pegava as roupas da mulher e revendia sob um tripé no corredor central da Feirinha da Madrugada. Essa forma de venda era contra as regras da Feirinha, uma vez que atrapalhava a movimentação entre os boxes. Até que uma pessoa bastante influente entre os comerciantes da Feirinha veio até ela e a incentivou a invadir um box. Assim ela fez, invadiu e ocupou um dos boxes vazios<sup>17</sup>.

Após a mercadoria da mulher acabar, Glória voltou a produzir em casa, agora sozinha, em um volume muito menor, de modo que, para vender, complementava a mercadoria

---

<sup>17</sup> Para os comerciantes da Feirinha, a invasão de box é recebida de maneira ambígua. Por um lado, é reconhecido o direito dos responsáveis legítimos pelos boxes, por outro, é consenso que a manutenção de boxes fechados prejudica os outros comerciantes do mesmo corredor, visto que deixa o espaço menos atrativo para os clientes.

que produzia com outras adquiridas quase aleatoriamente entre os ambulantes. Comprava mais barato entre os ambulantes nas ruas pequenas quantidades de mercadoria que revendia na Feirinha, obtendo algum lucro.

Nos últimos tempos, as vendas de Glória na feirinha caíram muito. “Não vendia praticamente nada. Teve um dia que fiquei sem dinheiro, não tinha dinheiro nem para o ônibus”. Preferiu alugar um ponto na calçada de uma rua movimentada no Brás, onde está hoje. Uma banca com Termo de Permissão de Uso (TPU), portanto regularizada. Vale dizer que esse tipo de negociação é proibido pela prefeitura, mas ocorre com muita frequência; alguém com a permissão para trabalhar nas ruas aluga o ponto para outra pessoa, por dias intermitentes ou sequenciais. “Agora você vê. Aqui estou sempre vendendo”. É uma banca de ferro, com uma madeira apoiada sobre um tripé e coberta por uma lona azul. As mercadorias ficam expostas nas duas laterais da banca e sob a madeira. Glória vende roupas infantis femininas.

Atualmente, todos os filhos moram com ela. O mais velho é pastor evangélico, um deles é técnico em edificações e, de acordo com ela, ganha muito bem, os mais novos ainda estão estudando. Após os muitos percalços e atravessando situações muito difíceis, cinematográficas, passando por trabalho superexplorado, informais e subempregos, sempre agravados pela situação de migrante ilegal, Glória hoje se diz satisfeita por ter vindo ao Brasil. Atingindo uma renda de cerca de R\$2 mil reais por mês, garante poder viver com dignidade, contando também com o suporte dos filhos.

No entanto, o “final feliz” apresentado por ela ao fim de nossa conversa não esconde a precariedade na qual ela ainda está inserida. Como mencionado, a banca em que ela trabalha é alugada ilegalmente e sua situação de trabalho pode se alterar a qualquer momento. Como deixou de pagar o box que havia invadido na Feirinha, e que ainda usa para armazenar mercadoria, certamente perderá mais cedo ou mais tarde o direito de utilização desse espaço; que poderia ser um refúgio caso se veja impossibilitada de trabalhar na rua. Além disso, ela ainda está em processo de regularização de sua situação enquanto imigrante, e a própria condição de trabalho na qual tem se engajado não possibilita qualquer garantia de estabilidade futura, a não ser através do suporte dos filhos, que têm se estabelecido e ascendido socialmente graças ao esforço da mãe.

Escolhi apresentar a trajetória de Glória por esta representar de maneira combinada diversos aspectos associados ao comércio popular, tanto os mais evidentes que são



construídos via representação cotidiana – precariedade e exploração do trabalho, migração ilegal, informalidade –, quanto dimensões mais sutis e menos reconhecidas nesse universo, como a possibilidade de encontrar alguma satisfação nesse trabalho e a possibilidade de ascensão econômica e social através dele, sobretudo quando se trata da geração seguinte. No entanto, apesar do caso de Glória ser ilustrativo da imagem hegemônica acerca desses mercados, o comércio popular, como já dito, é constituído por um conjunto de atividades de trabalho bastante heterogêneo.

Ainda que o trabalho no comércio popular seja percebido à distância como algo homogêneo, “coisa de pobre”, “muambeiro”, numa concepção ainda atrelada ao imprevisto e urgência do trabalho no comércio de rua, em oposição à idealização do emprego formal, essas atividades se apresentam de maneira muito mais complexas. Na sessão seguinte, apresentarei parte dessa diversidade de formas de engajamento no comércio popular a partir de categorias construídas na pesquisa de campo, abordando também uma análise mais específica dos processos de trabalho.

### **3. O TRABALHO NO COMÉRCIO POPULAR: TRAJETÓRIAS E EXPERIÊNCIAS**

Como já mencionado, o comércio popular é constituído por uma diversidade de atividades que, diferentes entre si, estão conectadas e contribuem para o funcionamento desses mercados. Para entender um pouco mais a dinâmica desse universo, é preciso fazer algumas distinções naquilo que, de uma perspectiva mais distante, parece homogêneo. Dentre outras possíveis, uma forma de desagregar analiticamente essas atividades, e de uma maneira pertinente aos objetivos deste estudo, é partir das distinções e hierarquias entre as formas de trabalho tal como são enunciadas pelos agentes cotidianamente no campo de pesquisa.

Organizando essas falas em classificações um tanto genéricas – mas que ajudam a pensar sobre o posicionamento dos agentes no campo –, pode-se dizer que existem três grandes tipos econômico-sociais que trabalham no comércio popular do Brás: camelôs, comerciantes e fabricantes. No entanto, estes de maneira alguma são tipos fixos. É comum que as pessoas transitem de uma condição à outra ou mesmo possam ser posicionadas em diferentes classificações ao mesmo tempo – como ocorre com os que são comerciantes e também fabricantes. Bem como no interior dessas categorias existem variações produzidas e percebidas pelos próprios sujeitos inseridos nessas atividades.

Esse esforço para “des-homogeneizar” o comércio popular (CROSSA, 2016) é uma necessidade comum nas tentativas de entender o funcionamento e as formas de engajamento nessas atividades. Crossa buscou analisar as diferenças produzidas entre os envolvidos no comércio de rua na cidade do México e seus reflexos na relação com o poder público; assim como, no mesmo território, Hayden (2017) procurou registrar os efeitos das “legalidades ambíguas” sobre as experiências dos trabalhadores, verificando as tensões entre os que conseguem manipular essas ambiguidades e os que são reprimidos por conta delas. De maneira geral, mesmo considerando a fluidez dessas classificações – como as que faço aqui –, reconhecer as diferentes possibilidades de engajamento e identificação no campo ajuda a compreender um pouco mais o jogo dos atores ali desenrolado, assim como nos auxilia a mapear melhor as relações de produção,

circulação, conflito, e intersubjetivas nesses mercados, a partir das quais também se operam as tentativas de gestão das atividades e reordenamento do comércio popular.

### 3.1. Camelôs

Camelô é quem corre da polícia no meio da rua. Camelô são os caras que encostam em qualquer canto e tumultuam o trânsito. Isso é camelô. Para mim, isso é camelô. [...] aí você tá vendendo, sei lá, jeans aqui; aí me para um lá na frente, no meio da rua, no meio fio, e tá vendendo. Se você precisa vender uma calça a R\$50, porque você tem tudo calculado ali, o cara que não tá fazendo merda nenhuma, jogou uma lona lá no chão, ele vai vender a calça a R\$35 e pronto. Isso é que tá errado. É por isso que ele é camelô, porque ele nasceu para foder com a vida do comerciante, entendeu? (Lina)

Os camelôs representam a imagem clássica do vendedor de rua, conhecidos também, entre outros termos, como marreteiros, toreiros e vendedores ambulantes, sendo esta última a denominação oficial utilizada pelo poder público. Estes são os que comercializam seus produtos nas ruas e nas calçadas, expondo as mercadorias sobre lonas, carrinhos, tripés ou bancas mais estruturadas. É uma atividade econômica em que os agentes engajados lutam para conseguir o reconhecimento enquanto trabalhadores, dado o estigma da marginalidade que paira sobre ela. Em geral, a atividade é realizada de maneira ilegal. No entanto, o caráter ilegal se dá menos pelo conteúdo do trabalho do que por questões de uso do espaço urbano. É o espaço urbano que aparece como o centro da disputa entre camelôs, lojistas, comerciantes e o poder público, que negociam conflitivamente os termos da apropriação do espaço da cidade (HIRATA, 2014), assim como as possibilidades econômicas decorrentes dessa apropriação. Essas negociações passam tanto pelos trâmites formais, ou seja, pela judicialização das disputas, quanto pelas transações ilícitas de mercadorias políticas (MISSE, 2006) com os agentes do Estado. Isso vai ter consequências nas diferenças que podem ser identificadas mesmo entre aqueles percebidos socialmente como camelôs.

Há, por exemplo, um abismo na infraestrutura e estabilidade entre os que trabalham em tripés ou bancas regularizadas com o Termo de Permissão de Uso (TPU), emitido pela prefeitura, e aqueles que comercializam seus produtos nas calçadas e precisam correr da fiscalização a todo momento. “Eu estou certinho, tenho documento. [...] na verdade, eu

sou ambulante, que é o certo. Camelô é vagabundo, não quer pagar nada”. Esta frase ouvi de Ricardo, um rapaz que, em uma banca com rodas numa caçada do Brás, vende artigos de madeira que o tio “compra dos índios a preço de banana, na Bahia”. Tendo em vista suas condições de trabalho, ele se encaixaria na imagem social do camelô, mas a posse do documento, o TPU, e a estrutura da banca o diferencia dos inúmeros vendedores de rua que precisam estar sempre atentos com a fiscalização para não terem suas mercadorias apreendidas.

Entre os camelôs das calçadas, junto com os brasileiros são encontrados muitos migrantes, principalmente bolivianos, equatorianos, senegaleses, nigerianos e haitianos. Omar é um desses migrantes.

### *Omar*

Cruzei com Omar por diversas vezes enquanto andava pelas ruas do Brás, sempre no mesmo lugar: uma esquina entre duas ruas bastante movimentadas. Neste ponto, ele vende réplicas de óculos de sol que adquire na rua 25 de Março. Ele tem 35 anos. É um homem negro e alto. É senegalês, nascido na capital, Dakar. No Senegal, deixou quatro irmãos e a mãe, o pai é falecido. Na época em que o conheci, no início de 2016, ele estava há 8 meses no Brasil. Um amigo senegalês que já estava no país há alguns anos disse a ele que havia encontrado um lugar “bom para ganhar dinheiro”. Além disso, desde criança, Omar sempre quis vir ao Brasil. Via na TV as imagens do país, principalmente as relacionadas às praias e à alegria do futebol. Difícil não pensar no contraste entre essas imagens e o trabalho atual de Omar.

No Senegal, seu último trabalho foi na construção civil. Trabalhava com “construção de tubulações”, diz, traçando uma linha imaginária apontando para o chão. “Tubulação de esgoto?”, pergunto eu. “Isso!”. Há alguma dificuldade na comunicação entre nós. Ele acha o português muito difícil e ainda tem problemas para se expressar e entender algumas coisas. Eu compreendo um pouco de francês, mas tenho dificuldade para entender seu sotaque. Contornamos isso com mímicas, analogias e sinônimos.

Ele não migrou diretamente para o Brasil. Morou na Turquia por dois anos, onde trabalhou como faxineiro na embaixada do Senegal em Istambul. “Turquia é bom. Não tem corrupção”, afirma ele, provavelmente tentando marcar uma distância em relação ao

principal tema dos noticiários brasileiros no momento. Ali ele trabalhou, “ganhou dinheiro” e conseguiu o visto para o Brasil. Assim que chegou, o amigo já o ajudou com o trabalho. Ele também vende réplicas de óculos de sol e ensinou Omar onde comprar e como vender. Diz que foi testando os pontos de vendas. Percebeu que a polícia passava mais em alguns lugares do que em outros. Foi assim que chegou até o ponto atual. É um lugar de grande circulação de pessoas, mas, por estar um pouco mais afastado do epicentro do comércio, tem menor movimentação policial.

**FIGURA 7 – BANCA DE ÓCULOS DO OMAR**



Ele nem sempre corre quando avista um policial. Através da experiência, desenvolveu alguma habilidade para perceber quando precisa correr e quando basta “respeitar”, ou seja, fechar a mala em um gesto simbólico de respeito à fiscalização. Desde que chegou,

porém, Omar já teve sua mercadoria apreendida por duas vezes. Segundo ele, se acontecer novamente, volta para o Senegal, dado o valor do investimento e, conseqüentemente, do prejuízo. De acordo com seus cálculos, cerca de R\$3.500 estão investidos ali, entre mala, óculos em exposição e o estoque que carrega na mochila. A mochila fica “escondida” numa banca ao lado. Como a banca tem TPU, a polícia não “incomoda”. Ele ganha em média de R\$5 a R\$10 reais sobre cada óculos vendido, dependendo do modelo.

Nos dias chuvosos, Omar não vai trabalhar. “Ninguém compra óculos na chuva”, explica. Tampouco é possível desempenhar esta forma de comércio sob a chuva, que inviabiliza a exposição da mercadoria. Além disso, a ilegalidade que configura a ocupação potencializa as dificuldades impostas pelo clima. Os ambulantes que possuem TPU podem adotar guarda-sóis, protegendo a si próprios e as mercadorias; já aqueles que não possuem autorização para comercializar na rua, precisam se deslocar o tempo todo, e, por isso, não convém adotar qualquer coisa que dificulte a mobilidade. Nos dias em que não trabalha, Omar, obviamente, deixa de ganhar dinheiro.

Existem, então, diferenças mesmo entre os camelôs. Diferenças na posição perante a lei – o que implica na possibilidade de terem suas mercadorias apreendidas –, e também em termos da estrutura da atividade comercial, que os deixa mais ou menos vulneráveis às questões climáticas. Contudo, mesmo com essas variações, eles têm em comum o estigma do camelô, que obstrui as vias, vende mercadorias cuja qualidade é duvidosa e pode sempre estar enganando o cliente. Além disso, são alvos de críticas por atrapalhar o movimento das lojas, sujar as ruas e não pagar os impostos adequados. Por isso, é justamente da imagem estigmatizada do camelô que os novos tipos sociais do comércio popular tentam se afastar.

### **3.2. Comerciantes**

Eu fui camelô, mas hoje eu tenho MEI, já contribuo. [...] aqui na Feirinha, na verdade, não tem muito camelô, porque camelô é o que trabalha na rua. É o que trabalha na correria mesmo. Para mim isso daí é que é mais camelô. [...] aqui [na Feirinha da Madrugada], no meu modo de entender, são empreendedores. [...] muitos aqui não têm MEI, mas eu acho que é pelo modo de trabalhar também. (Davi)

Aqui, “comerciante”, enquanto categoria mobilizada nos discursos dos meus interlocutores, tem a ver, inicialmente, com o esforço de diferenciação daqueles vendedores que, numa perspectiva mais distante, são facilmente tratados como camelôs pela mídia e pelo senso comum. No entanto, não se trata apenas de distinção simbólica, visto que, através das novas formas de regulação e reconfigurações dos espaços de comércio, mudanças objetivas podem ser verificadas, o que conduz de fato a novas formas de experienciar o trabalho nesses mercados.

Assim, aqueles a quem chamo aqui de comerciantes representam a face mais contemporânea do comércio popular. Não porque não existiam antes, mas pelo protagonismo que têm adquirido nesses mercados, tanto em termos de uma atividade que tem se mostrado atraente para diferentes perfis de trabalhadores quanto pelo relativo incentivo que têm recebido de instituições públicas e privadas. Eles representam a categoria “integrável” no modelo de comércio popular idealizado pelo Estado e operadores de mercado. São os que trabalham em boxes nos espaços fechados, como a Feirinha e outros shoppings populares, e é sobre eles que esta pesquisa trata de modo mais específico.

Estes se autodenominam das mais diferentes formas: comerciante, empreendedor, empresário, microempresário, vendedor. Esse grupo trabalha com uma estrutura melhor e maior estabilidade, assim como conta com a confiança dos compradores, dada a fixidez territorial do seu negócio. No caso da Feirinha, os boxes são tratados como uma quase propriedade dos comerciantes, que pode ser vendida ou alugada, através de tramites legais ou acordos informais, ambos arriscados em termos da segurança na transação realizada, dado o frágil suporte jurídico.

Ser proprietário ou mesmo locatário de box é um signo de capital e status em relação à figura do camelô. Muitos dos empreendedores possuem “empresa aberta”, geralmente sob a figura do Microempreendedor Individual (MEI), mas isso não é o que os define. De fato, comerciante tende a ser sinônimo de trabalhador autônomo no comércio, ainda que a formalização efetiva não seja determinante para o status que o diferencia do camelô. A principal diferença se daria então pela estrutura do comércio, cuja possibilidade de ser tratado sob a forma da empresa capitalista é mais concreta.

Na tentativa de explicação de Davi, no trecho apresentado no início do tópico, isso é expresso pela ideia de “modo de trabalhar”, que aglutina mesmo aqueles que não têm

suas empresas registradas, mas desempenham suas atividades em espaços fechados, posições fixas e com uma apresentação organizada das mercadorias. A fala de Davi é exemplar de uma série de outras tentativas de diferenciação que ouvi no campo. Todas elas esbarram na dificuldade de separar atividades que estão profundamente conectadas ao mesmo circuito produtivo e de distribuição, mas que são bastante diferentes quanto à inserção no espaço público, ligeiramente distintas quanto às questões fiscais e quase contrastantes em termos morais, do ponto de vista dos gestores públicos e daqueles comerciantes mais entusiastas do discurso empreendedor.

Pará é um desses microempreendedores. Sua trajetória atravessa experiências de emprego formal, de trabalho como camelô nas ruas, até se tornar um “empreendedor individual” na Feirinha da Madrugada.

### *Pará*

Pará tem 37 anos e é nascido em Tucuruí, no Pará. Está há 17 anos em São Paulo. É casado e mora com a mulher e o filho recém-nascido em apartamento alugado no subdistrito de Ermelino Matarazzo, Zona Leste de São Paulo. Tem também outros dois filhos que moram com a mãe em Salvador - BA. É um homem de pele morena, aparência jovial e fala rápida. No dia em que o entrevistei, na esquina do corredor onde fica o seu box, vestia uma camiseta desbotada, bermuda e chinelo Havaianas. Destaco esse aspecto estético justamente para ilustrar que, em certa medida, Pará se adequa exatamente à representação do pobre que trabalha no comércio popular, no entanto, como veremos, essa imagem esconde relações muito mais complexas.

Ele passou a infância e adolescência em sua cidade natal, onde ajudava os pais com o trabalho na roça. Com relação à formação educacional, terminou o ensino médio e estudou Contabilidade no SENAI, em Belém. Logo após, entrou para o exército, e ali permaneceu por quatro anos. Foi com um amigo do exército que Pará veio a São Paulo pela primeira vez e, a partir de então, a capital paulista passou a figurar como um destino possível, caso ele deixasse as forças armadas:

Esse cara servia comigo lá em Belém. Aí ele deu baixa e veio pra São Paulo. Ele ficou dois anos só lá. Eu tinha contato com ele direto, né. Ele



me ligava, eu ligava para ele. Aí vim passear aqui. Aí depois eu voltei [para Belém], fiquei mais dois anos, fiz quatro anos certo [no exército], aí fui mandado embora. [...] aí depois voltei para morar de vez [em São Paulo]. Eu vim sozinho para cá. (Pará)

O primeiro emprego de Pará em São Paulo foi como segurança no Shopping D, onde ficou por dois anos. Foi nesse período que teve maior contato com o comércio do Brás. No começo, adquiria no comércio ambulante roupas para uso próprio, “roupa de marca”, como ele diz (pelo preço, eram evidentemente réplicas de marcas conhecidas). Posteriormente, passou a revender as mercadorias entre os colegas do trabalho. Até que contrastando o que ganhava com o emprego no shopping – “[...] ganhava uns mil e pouco, aí acho que tinha desconto e tal, aí ganhava uns R\$900” –, acabou decidindo por investir no trabalho no comércio popular, acreditando ter maiores possibilidades econômicas. Na época, foi trabalhar como camelô vendendo camisetas nas ruas do Brás.

Eu trabalhava no Shopping D, eu passava por aqui [pelo Brás] e via roupa barata. Roupa de marca, Nike, Adidas. Eu achava barato, por R\$10. Aí eu comprei umas camisetas para usar. Aí, no serviço, os caras falaram, “nossa, mas que camisa bonita hein, mano!”. Aí eu tive a ideia: “pô, vou começar a vender aqui no serviço”. Eu pegava por R\$10 das pessoas na rua e no serviço vendia a R\$20. Vendia fiado, para pagar de duas vezes. Aí toda vez eu vinha buscar. No mês de pagamento, quando eu recebia, eu vinha buscar camiseta aí. Aí teve um dia que, sem querer, o cara que eu pegava camiseta dele, porque eu vendia muito lá na firma, ele se ofereceu para me levar onde é a fonte. E me levou onde era a fonte. [...] aí eu fui lá. Comecei a pegar a R\$6. E falei assim, “vou ficar na rua mesmo”. Aí eu vi que estava ganhando mais aqui e deixei pra lá o serviço [de segurança]. [...] ah, teve um momento que não deu para mim mais, o salário. E a primeira esposa minha teve filho, aí começou a apertar o orçamento. Aí compensava mais ficar na rua. Aí ficava na [rua] Oriente, na Monsenhor de Andrade, aí onde fica camelô aí. (Pará)

Após deixar o emprego de segurança no shopping, Pará trabalhou como vendedor ambulante na rua por cerca de cinco anos. Afirma ter ganhado bastante dinheiro na época. Nesse período começou a juntar para comprar um apartamento. Segundo ele, teria permanecido na mesma atividade por mais tempo não fosse o aumento da fiscalização, sobretudo com a intensificação do patrulhamento pela Polícia Militar e Polícia Civil.

Aí entrou polícia na rua. Porque antes não tinha polícia na rua, tinha só Guarda Municipal. Aí entrou polícia e começou a ficar ruim para nós. Comecei a perder muita mercadoria. Perdi várias vezes. Mais para Polícia Civil. As duas [polícias] são complicadas, mas a Polícia Civil você não vê, né. Porque está à paisana. Aí eles chegam e falam “Quanto tá?”, aí você fala o valor, aí eles falam “perdeu!”. A Polícia Militar você vê de longe e corre, né. Essa é a diferença. A Polícia Civil foca na pirataria. (Pará)

Após perder mercadoria por diversas vezes e enfrentar graves prejuízos, Pará decidiu buscar um pouco mais de estabilidade para o trabalho. Alugou então um box na Feirinha da Madrugada por R\$1.500 mensais. Ali já não precisava se preocupar em correr da fiscalização. No entanto, como comercializava roupas piratas, constantemente precisava pagar um determinado valor para a fiscalização (entre policiais e agentes civis, ele mesmo não sabe para quem pagava), dessa forma evitava a apreensão de sua mercadoria. “Já paguei, R\$500, teve tempo que paguei R\$700, era por aí”. Ainda assim, Pará via seu negócio prosperar e finalmente comprou um apartamento, ali mesmo na região do Brás. Após realizar o sonho de adquirir o apartamento, decidiu comprar também o próprio box na Feirinha. “Porque o aluguel aqui era R\$1.500 na época. Aí era melhor comprar”. Ele pagou R\$15 mil.

Durante a conversa sobre a compra do box tive consciência da minha dificuldade em entender o fluxo de dinheiro que circula através das pessoas e negociações no Brás. Certamente, porque também estou informado e confundido pela estética da pobreza ali presente, transmitida nas vestimentas, linguagem e comportamentos, e que parece incompatível com os valores mobilizados pelos meus interlocutores.

Eu: E você pagou como, parcelando?

Pará: Não, foi à vista

Eu: Você foi juntando?

Pará: Não, não. Eu já tinha mesmo.

Quanto aos rendimentos atuais, ele diz ser difícil definir quanto ganha mensalmente. Mas estima variar entre R\$2 mil e R\$5 mil dependendo do movimento no mês<sup>18</sup>. Ele trabalha

---

<sup>18</sup> Quando se trata da renda em relação aos meses, novembro e dezembro são exceções. Sobretudo em dezembro, a renda desses comerciantes pode dobrar, ou mesmo triplicar.

de segunda à sábado, das 5h da manhã às 14h. Tira férias todo ano, sempre no mês de janeiro. Fecha o box por volta do dia 05 de janeiro, após diminuir o movimento de compradores característico do fim de ano, e viaja para Belém, onde atualmente moram os pais.

Quanto a planos para o futuro, a resposta de Pará é vaga, assim como ocorre com a maioria das pessoas com que conversei. Em geral, as respostas apontam para o desejo de permanência no comércio, com expectativas de ascensão econômica via crescimento do negócio. No entanto, os caminhos para isso são quase sempre enunciados de forma nebulosa. Pará, contudo, acrescenta motivações afetivas para o seu planejamento futuro.

Eu tô fazendo um plano. Eu tô pensando assim, talvez daqui a um ano, um ano e meio, eu ir pra Bahia. Eu vou abrir uma loja lá e ficar perto do meu filho. Porque o menino está sentindo muita falta de um pai. [...] então eu vou mais por causa dele. Aí só vou vir pra São Paulo uma vez por mês. Buscar mercadoria. (Pará)

Hoje Pará é registrado como Microempreendedor Individual (MEI). Acredita que se formalizar foi bom porque pode contar com os benefícios sociais e, principalmente, porque “ouviu dizer” que a nova administração da Feirinha iria exigir a formalização de todos os comerciantes para a permanência no espaço. Ademais, segundo ele “[...] é melhor ser comerciante certinho do que camelô, você fica mais de boa, mais tranquilo”. Ele diz gostar bastante do seu trabalho. Principalmente porque “todo dia você tem dinheiro no bolso, né”.

### **3.3. Fabricantes**

Os fabricantes, por sua vez, representam uma categoria ainda mais difícil de ser definida por oposição às outras, visto que podem atuar objetivamente também como camelôs ou comerciantes. O que os define é sua inserção ativa numa cadeia de produção, além da participação no comércio, de modo que podem eliminar os intermediários entre a produção e a circulação. Os fabricantes, em geral, são vendedores que atuam na atividade de confecção e/ou contratam uma rede de costureiras para produzir as mercadorias que vão comercializar nas galerias, feiras, shoppings ou mesmo nas calçadas. “Eu fabrico” é

uma afirmação que pode ser ouvida em qualquer espaço de comércio por ali, assim como qualquer lona no chão pode representar uma espécie de “loja de fábrica”. “Fabricar” posiciona o indivíduo num lugar privilegiado na hierarquia local, visto que pode conduzir a melhores condições de renda, já que os fabricantes têm possibilidade de ganhar mais sobre cada peça vendida, uma vez que eliminam o intermediário.

O pai de Arce é um exemplo de como a condição de fabricante pode implicar na realização concomitante de diferentes atividades no comércio popular. Arce tem 19 anos e ajuda o pai tomando conta do box da família na Feirinha. A mercadoria que vende é produzida pelo pai, que, além de costurar em casa junto com a esposa, contrata uma pequena oficina de bolivianos para a execução de parte da produção. Os pais de Arce são também bolivianos e chegaram ao Brasil há cerca de 20 anos atrás, em uma condição melhor do que a maioria de seus compatriotas. Já possuíam algum dinheiro para iniciar uma pequena oficina, colocando em prática o conhecimento na área de confecções que já haviam adquirido trabalhando com a família na Bolívia. A produção da oficina era repassada a um compatriota, que atuava como intermediário e também os ajudou a fazer contatos e receber encomendas de outros comerciantes, inclusive brasileiros. Apesar de, no início, produzirem principalmente subcontratados por uma oficina de coreanos.

Lá não compensa viver [na Bolívia]. Lá é muito ruim. [...] tenho família. E os que moram lá, eles sobrevivem. É sobrevivendo. Aqui o boliviano vem para ter lucro. Em dois, três anos, se o cara for muito esperto, ele já tem a casa, tem o carro. [...] mas demorou bastante. Ele [o pai] trabalhava pra coreano. Ficou emendando uns onze anos aí com o coreano até ter o dinheiro suficiente para comprar casa. (Arce)

Produzindo em oficina própria, o pai de Arce começou a revender as próprias mercadorias na feira que ocorria nas madrugadas do Brás, antes mesmo do surgimento do espaço conhecido como Feirinha da Madrugada. No período da pesquisa, em 2016, o pai de Arce ainda vendia nas ruas, na madrugada. Pai e filho chegam juntos de carro ao Brás por volta das 2h da manhã. Arce ajuda na montagem do tripé e organização da mercadoria na rua e depois se dirige à Feirinha para abrir o box.

Pode-se verificar então que, dependendo do momento em que esse fabricante é interpelado, ele pode ser considerado tanto como camelô quanto como comerciante. No

entanto, o que vale a pena registrar é que, em qualquer das posições, por não comprar a mercadoria de um terceiro, é possível alcançar um lucro maior sobre as peças vendidas ou ainda implementar preços mais competitivos. Aliás, essa é uma das maiores acusações contra fabricantes-vendedores bolivianos no Brás. Por fabricarem as próprias peças, podem operar com preços mais baixos do que outros comerciantes, o que provoca muitas reclamações e a culpabilização dos bolivianos como responsáveis pela queda dos rendimentos médios no Brás. Opinião compartilhada pelo próprio Arce:

Porque tem gente, tem boliviano lá na rua, que faz uma peça de roupa para ganhar um ou dois reais em cima. Entendeu? Muito pouco. Aí as pessoas voltam aqui dentro [da Feirinha] e querem comprar pelo preço que eles fizeram lá. Aí não dá, é impossível. Aí a gente não vende. Entendeu? [...] o custo de produção é caro. Isto daqui dá para tirar quanto? [mostra uma blusa] Uns dez reais, no máximo. (Arce)

Vale dizer que tomar como referência essas classificações, tipificações, não significa ignorar as distintas formas de vivenciar as atividades. Sujeitos que podem ser enquadrados como comerciantes, por exemplo, podem ter uma experiência de trabalho e percepções sobre a ocupação radicalmente diferentes. Tampouco essas classificações são definitivas em termos de renda. Não é incomum que camelôs alcancem uma remuneração mensal maior do que comerciantes; ou um comerciante que apenas revende ganhar mais do que um fabricante. Como todo fenômeno social, o campo em questão tende a parecer cada vez menos homogêneo quanto mais nos aproximamos da dimensão dos sujeitos.

Logo, penso as hierarquias no comércio popular sempre a partir de um jogo de escalas no qual os agentes circulam entre posições e mobilizam representações. Aqui, a própria dificuldade em classificar, indica as tensões constituintes desse mercado. Então por que estabelecer a distinção entre esses grupos, se, nas experiências concretas, aquilo que os distingue é tão fugidio? Optei por destacar essas distinções porque, se por um lado, os camelôs têm sido apontados como resquícios do passado informal do comércio popular e os vilões nas propostas de modernização dessas atividades, de modo que a única ação possível é a repressão; a figura do comerciante empreendedor e o modo idealizado de desempenhar seu trabalho tem emergido como a aposta das novas estratégias de gestão desses mercados. Por isso, tratarei a seguir do cotidiano de trabalho dessa última categoria, de maneira mais detalhada.

### 3.4. Dinâmicas do trabalho no comércio popular

Como o foco do trabalho aqui desenvolvido são os comerciantes que trabalham nos espaços fechados, os “novos empreendedores” do comércio popular, apresentarei a seguir uma descrição da rotina de trabalho de Davi na Feirinha da Madrugada. Davi e eu nos conhecemos durante o período de pesquisa e, ao longo dos meses em que frequentei o Brás, estabelecemos uma relação de confiança e amizade. Conseqüentemente, foi a partir das conversas com ele que obtive os dados de pesquisa mais ricos e também foi seu cotidiano de trabalho que acompanhei mais sistematicamente.

Todos os dias, por voltas das 2h30 da manhã, Davi e sua esposa atravessam uma passarela sobre a linha férrea próxima à estação do Brás. Eles moram em um apartamento localizado a 15 minutos de caminhada até a Feirinha da Madrugada. Nesse horário, o caminho é quase deserto. No percurso, as primeiras pessoas que encontram são moradores de rua e usuários de drogas que ocupam as escadas da passarela e as margens da ferrovia diuturnamente. “Eu fico um pouco preocupado, fico esperto. Graças a Deus, em todo esse tempo, nunca me aconteceu nada”, ele relata.

Em geral, quando ele chega na Feirinha, os portões de entrada já estão abertos e alguns comerciantes já levantaram as portas de seus boxes. Davi e a esposa também começam a abertura do seu, em um ritual diário. Ele abre a porta de aço de enrolar que tranca o box. Dentro estão cuidadosamente encaixados os manequins, dois banquinhos, as roupas em cabides que deixa expostas do lado de fora, todo o estoque de mercadorias e um balcão com rodinhas, que é puxado alguns centímetros para fora do box, ganhando mais algum espaço interno. Davi vende exclusivamente roupa infantil masculina, principalmente calças jeans e bermudas, podendo eventualmente haver algumas peças de camisetas e jaquetas.

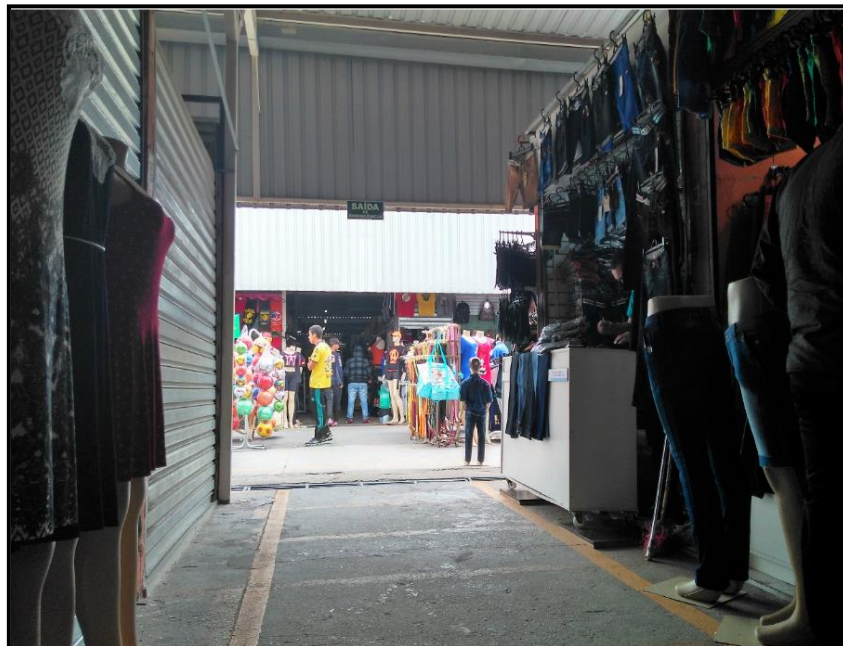
A geografia dos pontos comerciais na Feirinha é importante para o fluxo de vendas e impacta no valor de cada box. A posição do box de Davi é privilegiada por ficar em uma esquina, no encontro do fim de um dos corredores com uma via de circulação mais ampla, que divide dois blocos de boxes.

Ele e a esposa começam a preparar a exposição do box. Os quatro “manequins-criança” são posicionados na lateral do box em face à via de circulação larga. Nessa parede, ele

instalou também uma grade em que pendura algumas peças de roupas em cabides. Organiza então o balcão, dispondo com algum ordenamento o porta-canetas, a caixa de cartões de visita, a calculadora e o caderno onde faz a contabilidade diária da mercadoria que sai. Sempre que vendem alguma coisa, Davi ou a esposa, logo em seguida, registram no caderno o que foi vendido e o valor, mantendo razoável controle do caixa e do estoque – ao contrário da desordem geralmente associada a esse trabalho.

O ritual de abertura dos boxes é praticamente o mesmo entre os comerciantes, diferindo na estética e na organização dos balcões, na forma de exposição e volume do estoque. Os boxes que ficam no meio dos corredores, e por isso não contam com a lateral para a exposição das mercadorias, dispõem seus manequins em frente ao balcão e na parede de divisória com o box vizinho, sempre sob alguma negociação do espaço com os outros comerciantes. “Esse aí vive invadindo meu espaço, não fala nem ‘bom dia’, mas invade meu espaço”, reclama uma comerciante a respeito do colega ao lado. Quando há algum box fechado no corredor, a porta deste também se torna um espaço para exposição dos vizinhos.

**FIGURA 8 – INTERIOR DA FEIRINHA DA MADRUGADA**



Em um ambiente com tanta concorrência, a forma de apresentação da mercadoria também é fundamental para a visibilidade do box, que precisa atrair a atenção dos compradores como condição para a sobrevivência econômica do empreendimento. A quantidade de mercadoria no interior do box, por exemplo, é um diferencial importante. É quase senso comum entre os comerciantes que a ostentação de mercadoria atrai clientes, mesmo que a variedade de opções seja restrita. Um box “pobre”, por sua vez, tende a ser pouco atrativo. “Dá a impressão de que não vai ter o que você procura, ou de que a mercadoria não é boa”, explica uma comerciante. Nestes casos, em vez de a parede do fundo do box estar coberta pelo estoque, vê-se os blocos da construção. De fato, transmite uma sensação de decadência.

Davi não leva nada do box para casa, tudo o que precisa para o dia de trabalho está disposto ali. Outros comerciantes, porém, armazenam parte do estoque em suas residências. Ele confia na segurança proporcionada pelo espaço da Feirinha, e cujo financiamento está incluído no valor do TPU pago mensalmente pelos comerciantes, R\$910 em 2017. Pelos seus cálculos, o box, de tamanho padrão com 3m<sup>2</sup>, é capaz de armazenar R\$200 mil em mercadorias, do tipo que ele comercializa. Durante todo o tempo em que acompanhei Davi ali, nunca vi seu box com menos da metade de sua lotação total. Após tudo organizado, ele espera a chegada dos compradores.

O movimento no comércio varia de acordo com os dias da semana. O dia mais intenso é na madrugada de segunda-feira para terça-feira, que é quando os compradores se abastecem para revender no resto da semana em suas cidades de origem. Nos dias em que fui ao Brás durante a noite, me dediquei mais à observação da dinâmica do trabalho e à interação informal com os comerciantes do que propriamente à realização de entrevistas, algo praticamente impossível, dado o movimento. O box de Davi era um dos mais movimentados do corredor, mas mesmo aqueles que não vendem tanto (ou não vendem nada no dia), estão empenhados em atrair clientes. O contraste de Davi, que com fala baixa e sem muito alarde ia fazendo suas vendas, era Cláudia, sua vizinha de box, que, mais extrovertida, tentava cativar algum comprador em potencial: “Olha, freguesa! Cores, tamanhos”.

Uma das condições para desempenhar bem esse trabalho é desenvolver a capacidade de atender várias pessoas simultaneamente, sobretudo na madrugada. Essa é uma habilidade que se aprende com o tempo, com a experiência.



[A maior dificuldade] é atender várias pessoas ao mesmo tempo. [...] passar o troco. Tem que separar o pedido; tinha um cliente que pedia; atendia celular; o cliente que estava chegando; cliente que já estava lá esperando; e passar troco. [...] Você aprende na cabeça, tipo as contas normais, “ah, deu tantas calças”. Você já sabe de cabeça, porque você já fez tantas vezes que você acaba nem usando a calculadora, né. [...] Você pega ali tantas calças, você já fala “tanto” para ela, e ela dá o dinheiro e você já dá o troco. (Davi)

No interior da Feirinha, ao longo da madrugada, além do movimento de compradores, também há a circulação de vendedores de água, doces, pães, bolos e café, que servem tanto aos compradores quanto aos comerciantes. Quando não estão atendendo os clientes, os comerciantes interagem uns com os outros ou ficam absortos com seus celulares. Com o dia clareando, aqueles que contam com alguém para ajudar no box podem aproveitar para cochilar alguns minutos; os que estão sozinhos não tem outra opção senão lutar contra o sono. O cansaço fica estampado no rosto de todos.

Pela manhã, o movimento diminui, visto que a maioria dos compradores já está se organizando para voltar aos ônibus. Mas considerável circulação de pessoas na Feirinha se arrasta até por volta do meio dia. Para o almoço, aqueles que não trouxeram comida de casa, recorrem às marmitas que são oferecidas ali por pessoas que passam com caixas de entrega nas costas ou malas de viagem, onde ficam empilhadas as caixinhas de alumínio. Também é possível ligar para os entregadores e pedir que levem a comida até o box. Os preços variam em média de R\$7 a R\$15.

Com a diminuição do movimento, a interação fica mais solta. Por muitas vezes fiquei horas jogando baralho com Davi, e seus vizinhos de box. Não raro, especialmente às sextas-feiras, tomavam cerveja ou cachaça nesses momentos, enquanto conversávamos sobre futebol, política, religião, aspectos de nossas vidas e, muitas vezes, sobre o trabalho na Feirinha e os boatos que corriam no Brás sobre intervenções públicas na região ou a dinâmica do comércio – principalmente quanto às diferenças no movimento de compradores entre os distintos espaços comerciais, situação dos shoppings populares, etc.

As brincadeiras e os jogos aqui são também estratégias espontâneas para lidar com as longas jornadas de trabalho, naturalizando-as e “produzindo consentimento” (BURAWOY, 1982) acerca da responsabilidade em fazer o próprio ganho. Por outro lado,

inspirado na crítica de Clawson e Fantasia (1983) a Burawoy, acerca da simplificação do “jogo” (brincadeiras) no processo de trabalho apenas enquanto harmonização de interesses, percebo que é também nessas horas que os agentes colocam em perspectiva suas condições de vida, tanto reconhecendo satisfação numa forma de trabalho considerada por eles próprios como menos submissa frente a outras disponíveis, quanto mapeando as relações de poder que pouco a pouco constroem suas rendas e alteram seus espaços de trabalho. Mais do que apenas momentos de descontração e lazer no trabalho, essas eram situações privilegiadas para a circulação de informações entre os comerciantes, em que eram tecidas críticas à ação do poder público e expressas as esperanças e receios quanto às ações dos administradores da Feirinha. Era também nas conversas e mesas de baralho que circulavam conhecimentos sobre novas oportunidades e se elaboravam conjuntamente avaliações sobre riscos nos investimentos.

Após o meio dia, muitos boxes começavam a fechar. Davi costumava permanecer até por volta das 14h. Observei-o fazer grandes vendas nesse horário, atendendo a comerciantes retardatários. Havia, contudo, certa precaução de alguns comerciantes, que evitavam permanecer abertos quando a maioria dos boxes do corredor estava fechada. O receio de que pudessem ocorrer assaltos nessas situações era presente.

Após encerrar a jornada de quase doze horas de trabalho na Feirinha, muitos ainda não vão direto para casa. Permanecem ocupados em negociações com os fornecedores ou vão ao banco depositar o dinheiro recebido no dia, lembrando que grande parte das transações é feita com dinheiro vivo. Os fabricantes, que não só comercializam como atuam na produção de suas próprias mercadorias, apesar de poderem atingir uma percentagem maior de lucro sobre cada peça, têm a jornada estendida, pois ainda precisam tratar da compra dos tecidos, entrega de materiais e negociações com os trabalhadores que são contratados para produzir efetivamente essas mercadorias.

Davi chega novamente em casa por volta das 15h. Segundo ele, descansa algumas horas, vai à academia e, no máximo, às 22h está dormindo para enfrentar o próximo dia de trabalho. A Feirinha não abre aos domingos, e neste dia muitos dos comerciantes dizem evitar lidar com questões do trabalho. O comércio ali também não funciona nos feriados e a Feirinha fecha durante as festas de fim de ano.

### 3.5. A entrada na atividade

“Como você chegou no Brás? ”. Em geral, era com essa pergunta que eu começava a tentar entender o processo de entrada dos trabalhadores em atividades do comércio popular. Após os primeiros meses de pesquisa, já tinha conhecimento de que grande parte deles não era nascida na capital paulista, e muitos dos paulistanos vinham de trajetórias familiares que não tinham a ver necessariamente com esses mercados. A maioria daqueles que hoje trabalham nas feiras e galerias do Brás chegou até ali por intermédio de redes próximas, de algum conhecido próximo, através de algum amigo oferecendo uma proposta de trabalho, de um parente pedindo ajuda ou da simples circulação de informações positivas sobre as possibilidades financeiras que essa ocupação ofereceria. Contudo, antes de pensarmos a inserção prática nesse trabalho, algumas considerações precisam ser feitas.

Se na sua origem, em um contexto de migração e urbanização da cidade de São Paulo, o Brás esteve relacionado à sujeira e à precariedade inerente àquele espaço de pobreza, temos que ainda hoje essa imagem não é algo tão distante. Apesar de movimentar grande fluxo de riqueza e de muitas pessoas encontrarem ali oportunidades de ascensão econômica e social, o Brás ainda é representado como um lugar de precariedade. As notícias sobre a região veiculadas na grande mídia reforçam esse estigma. Geralmente são notícias relatando ondas de assaltos, operações policiais de combate aos ambulantes e apreensão de mercadorias ilegais, manifestações políticas apresentadas como desordem ou dados sobre o quanto o país e o “cidadão de bem” perdem com os ilegalismos que caracterizam esses mercados. Assim, de um ponto de vista exterior, ou seja, nos mundos sociais mais afastados do cotidiano do comércio popular, este universo ainda hoje permanece vinculado à imagem da desordem, má qualidade dos produtos e precariedade do trabalho.

É considerando a imagem social sobre esses mercados como espaços de marginalidade que se pode pensar nas percepções externas do trabalho ali realizado enquanto uma atividade econômica de fronteira. Isso se deve à sua imersão na teia dos “ilegalismos urbanos” (AZAÏS; TELLES; KESSLER, 2012), mas, especialmente, por estar posicionada num campo ambíguo que compreende tanto a possibilidade de ascensão econômica para muitas pessoas com baixa escolaridade e pouca ou nenhuma qualificação formal quanto a imagem estigmatizada de uma atividade indigna e precária.

Isso implica pensar nas condições de engajamento nesse trabalho, que não é, de partida, socialmente virtuoso. E quando falo em engajamento aqui não me refiro apenas às condições objetivas de acesso à ocupação, mas aos processos que tornam esse trabalho plausível para sujeitos com outras possibilidades efetivas no horizonte (e por isso faz sentido pensar em “margem de escolha”). Possibilidades estas cuja percepção social é menos negativa. Claro que isso a que chamamos de “percepção social” mantém firmes relações com as representações hegemônicas de grupos dominantes situados espacial e temporalmente, de modo que sempre estarão presentes outras interpretações que tensionarão concepções sobre bom e mal, feio e bonito. Logo, a melhor escala para pensar nos condicionantes para o engajamento, nas negociações subjetivas no processo de entrada em atividades do comércio popular, é a dimensão dos agentes concretos, que significam suas trajetórias e escolhas tomadas em determinados momentos. Sem, no entanto, negligenciar os contextos estruturais que balizam o campo de possibilidades para essas escolhas.

Nesse aspecto, o caso de Seu Vicente, um trabalhador que jamais, em tempos passados, imaginou-se no comércio popular, oferece elementos para problematizarmos os processos de engajamento nesse trabalho. Como veremos mais adiante, isso também tem relações com as transformações relativamente recentes nesses mercados, que arquitetaram outras formas de experienciar objetiva e subjetivamente essas atividades.

### *Seu Vicente*

Seu Vicente tem 73 anos e é pernambucano. É casado e mora com a esposa e o filho mais novo, desempregado, em casa própria no Município de Guarulhos. Vai trabalhar sempre com o cabelo branco cuidadosamente penteado (que retoca de tempos em tempos) e mantém um vasto bigode, também branco. Sempre de calça social e camisa polo, que deixa à vista, no bolso frontal, os documentos e uma caderneta de anotações<sup>19</sup>.

Todos os dias, chega na Feirinha por volta das 6h, mais tarde do que os que trabalham ali costumam chegar, visto que o maior movimento comercial acontece ao longo da madrugada. Por morar em outra cidade, os meios de transporte público disponíveis não

---

<sup>19</sup> Certa vez, durante uma conversa sobre escolarização, Seu Vicente retirou do meio dos documentos no bolso de sua camisa uma carteirinha de estudante. Com alguma satisfação, mostrou-me o documento que atestava sua conclusão do Ensino Médio, em 2008.

facilitam a locomoção para quem precisa chegar às 2h da manhã no Brás. Assim, ele prefere esperar e pegar os primeiros ônibus da manhã. “Para mim compensa por causa da idade. Não pago o ônibus”.

Desde o primeiro dia em que conversei com Seu Vicente, notei que havia alguma coisa diferente, como se ele não se encaixasse naquele universo de compras e vendas, interações expansivas e convencimentos. Aos poucos, ao longo das muitas conversas informais<sup>20</sup>, as justificativas para o “desencaixe” foram ficando mais claras para mim, assim como ele mesmo parecia cada vez menos deslocado. Ele é metalúrgico aposentado. Para alguns, a condição de aposentado sobrepõe quaisquer vínculos empregatícios que tenham estabelecido no passado. Mas para Seu Vicente o adjetivo “metalúrgico” não se refere apenas a uma profissão, configura uma identidade que a condição de aposentado não desloca.

Ele migrou para São Paulo na década de 70. Chegando na cidade, conseguiu emprego rapidamente. “Naquela época tinha muito emprego. Os jovens de hoje é que estão lascados. Tem muito estrangeiro roubando emprego dos jovens brasileiros”. Ele trabalhou em diversas empresas, inclusive na construção do Aeroporto de Guarulhos, fato que conta sempre com muito orgulho.

Na primeira vez em que nos encontramos, Seu Vicente estava trabalhando na Feirinha há quatro meses. Por várias vezes, em nossas conversas, sempre me corrigia quando eu perguntava sobre o trabalho ali. “Eu não trabalho aqui, só estou cuidando para o meu sobrinho”. O sobrinho é o permissionário do box, mas mora em Caruaru, Pernambuco. Mudou-se para lá em 2015 e abriu uma fábrica de calças jeans, sendo a mercadoria distribuída também através da Feirinha da Madrugada.

Ocorre que aos poucos fui percebendo que Seu Vicente não gostava de ser associado ao trabalho no Brás. Ele sempre dizia que era algo provisório, que o sobrinho havia lhe pedido para cuidar do box por um tempo, para que não perdesse o TPU. Seu Vicente aceitou ficar e ganha comissão por peças vendidas. Antes de assumir o box, ele nunca

---

<sup>20</sup> Seu Vicente nunca aceitou participar de uma entrevista mais sistematizada, por assim dizer - “Eu não gosto disso, não” ou “Já te falei tudo sobre mim”, são expressões que exemplificam o seu incômodo com a ideia de ser entrevistado. Entretanto, sempre se mostrou disposto a conversar comigo por horas, sobre qualquer assunto. Sabendo que eu “fazia faculdade”, muitas vezes, aguardava a minha chegada para conversar sobre notícias veiculadas nos jornais do dia anterior.

As informações sobre ele foram sendo recolhidas através dessas conversas e as falas apresentadas no texto foram anotadas no caderno de campo.

havia transitado pelo comércio popular na região central de São Paulo. Apenas há poucos meses antes tinha ido até à Feirinha para buscar o boleto de pagamento do TPU para o sobrinho. “Nunca gostei disso aqui”.

No entanto, ao longo da pesquisa de campo, fui observando que Seu Vicente se mostrava cada vez mais inserido na sociabilidade da Feirinha. A calça social, usada mesmo nos dias quentes, foi substituída por bermudas, do mesmo tipo que ele vende no box. Era comum também vê-lo participando dos jogos de baralho que aconteciam no seu corredor. As brincadeiras masculinas, que envolviam provocações às meninas que passavam, também contavam com sua participação cada vez mais constante.

Seu Vicente passou então por um processo de reajuste da avaliação moral sobre a ocupação que tem desempenhado, mesmo que inicialmente a contragosto. Isso foi possível também por meio de uma distinção entre os comerciantes e os camelôs. Acerca desses últimos, ele ainda mantém um discurso discriminatório: “cambada de vagabundo”.

Além disso, a restrita aceitação da dignidade do trabalho no comércio popular, que, como mencionado, se refere ao trabalho dos comerciantes da Feirinha e das galerias, não se expande para uma avaliação menos criminalizante com relação ao espaço desses mercados em geral. Apesar de circular diariamente pela região do centro de São Paulo há mais de um ano, Seu Vicente nunca visitou a Rua 25 de Março, a poucos minutos dali. “E nem quero ir. Só tem cachorrada lá! Você não vê na TV? Vem um na frente, outro atrás e ó! [faz um sinal com a mão em forma de revólver]”.

A trajetória de Seu Vicente, aponta para uma situação em que a entrada no comércio popular não esteve sempre no leque de possibilidades, muito menos entre as expectativas de algumas pessoas que hoje estão lá. Para muitos, os mercados populares eram percebidos como um ambiente de marginalidade onde até era legítimo consumir, tendo em vista os preços vantajosos; mas trabalhar ali não era desejável, ganhar a vida ali parecia conter algo de indigno.

Assim, pode-se observar que a dignidade nesse tipo de trabalho é um processo em constante construção e é forjada nas experiências. Para pensar sobre as motivações e sentidos não exatamente econômicos, mas que estão no centro de ações econômicas, vale recuperar aqui as discussões desenvolvidas no âmbito da chamada Nova Sociologia Econômica, especialmente através dos trabalhos de Granovetter. Este autor, por meio do

conceito de “imersão” (*embeddedness*) (GRANOVETTER, 2007), defende um argumento já óbvio para a sociologia, mas que frequentemente escapa de algumas análises, qual seja o de que para melhor compreender as ações econômicas se faz necessária uma análise que observe o substrato social dessas ações, as relações sociais com as quais elas estão imbricadas e que justificam e conferem sentido aos comportamentos, sempre socialmente situados.

Mesmo para muitas pessoas que se encontram em situação de desemprego ou inseridas em ocupações com condições de trabalho insatisfatórias em termos de direitos, jornada e remuneração, inserir-se no comércio popular não figura entre o concebível. Como adverte Sader, não se pode deduzir diretamente orientações e comportamentos de condições objetivas dadas, visto que “tais deduções pressupõem uma noção de ‘necessidades objetivas’ que moveriam os atores sem as mediações simbólicas que as instituem enquanto necessidades sociais” (SADER, 1988, p.42). Colbari, ao discutir o crescimento do autoemprego no Brasil, principalmente após a criação do MEI, defende posição semelhante:

[...] se, no plano macroeconômico, o mercado de trabalho é o principal mecanismo provocador de mudanças no nível de autoemprego e de pequenas empresas, não há passagem automática do desemprego para essas modalidades de inserção produtiva. Não há relação de causalidade entre as duas situações e, no plano microssocial, um conjunto de variáveis desencadeia ou desfavorece essa relação, entre outras o capital humano, as disposições subjetivas, o diferencial de renda e remuneração, as possibilidades de créditos. (COLBARI, 2015, p. 175)

No caso do comércio popular, a passagem do desemprego a esse trabalho é ainda menos mecânica, visto as “barreiras econômicas” – na forma dos investimentos necessários – que existem para o ingresso na atividade, mesmo na informalidade (LAUTIER, 1994), e as objeções morais daqueles que não se contentariam em ser associados à imagem dos camelôs. Se, do ponto de vista da racionalidade econômica, as situações parecem contraditórias – falta de renda e recusa ao comércio popular –, tendo em vista as “condições objetivas dadas”, numa perspectiva que reconhece a imersão do comportamento econômico em processos socioculturais essa postura é compreensível. Como observam Lima e Conserva, os indivíduos “inserem-se em estruturas de redes que

resultam de sua posição na estrutura social e de uma cultura decorrente dessa posição que se manifesta na experiência cotidiana e na construção de trajetórias biográficas particularizadas” (LIMA; CONSERVA, 2006, p.80). Seu Vicente, por exemplo, teve sua identidade muito atrelada a uma categoria profissional construída em oposição à figura do trabalhador informal e do marginal, rótulos frequentemente endereçados ao trabalhador do comércio popular, o que cria a necessidade de justificação constante da sua presença naquele mercado.

Por outro lado, muitos dos trabalhadores que entrevistei ao longo da pesquisa chegaram ao comércio popular sem necessidade de negociar internamente os riscos e possíveis ônus simbólicos da atividade, relacionados aos aspectos da informalidade e aos estigmas associados. Em geral, essas trajetórias são marcadas pelo engajamento facilitado pelos vínculos familiares e “laços fortes”. Vale observar, porém, que essas redes oferecem condições de inserção no trabalho no comércio popular distintas e desiguais, e podem fazer a diferença no desenvolvimento futuro da atividade.

No intuito de melhor elucidar esse aspecto, apresentarei a seguir os relatos da entrada de Davi e Cláudia no comércio popular. Essas trajetórias foram escolhidas por duas razões principais. Primeiramente, porque estes foram dois dos comerciantes com quem mantive a maior interlocução e, conseqüentemente, obtive a maior riqueza de informações. Mas, principalmente, porque essas trajetórias nos permitem observar empiricamente condições desiguais de entrada no comércio popular, o que, nesses casos, teve impactos nas diferentes experiências de trabalho no que tange às facilidades encontradas e resultados financeiros alcançados.

### *Davi*

O início da trajetória de Davi em algo se assemelha ao movimento de inúmeros trabalhadores que, há década atrás, deixavam o trabalho no campo para tentar melhor sorte em São Paulo (DURHAM, 1973). No entanto, agora esse deslocamento se dá não mais em um contexto de atração provocada pela promessa de inserção em um emprego assalariado protegido, mas num cenário de desmonte real e simbólico dessa proteção e hegemonia da lógica empreendedora. Trata-se então do desenho de um outro campo de



possibilidades, que se reflete nas percepções possíveis de serem elaboradas acerca do trabalho e sobre as expectativas traçadas pelos trabalhadores.

Nascido em São Francisco, no norte de Minas Gerais, Davi, 25 anos, veio para São Paulo em 2009. Ele é o quinto de uma família com dez filhos. Na sua cidade natal, ele, assim como os irmãos, ajudava o pai no trabalho na roça. Ao mesmo tempo, frequentava uma escola técnica agrícola. Era bom aluno, mas foi também o compromisso ético com a oportunidade de estudo que o fez largar a escola, no primeiro ano do Ensino Médio.

Eu trabalhava e estudava ao mesmo tempo. Eu estudava quinze dias, que era na escola técnica, né, escola agrícola. Aí eu ficava quinze dias na escola e quinze dias eu ia para casa. Os quinze dias que eu ficava em casa tinha que dar aula também. Tudo o que eu aprendia na escola eu tinha que passar para a comunidade. [...] só que aí o que aconteceu foi o seguinte: eu fazia as reuniões, eu marcava a reunião com o pessoal lá e ninguém ia. Eu estava preenchendo os formulários tudo do jeito que eu queria e colocava os nomes das pessoas. [...] ninguém tinha interesse. Ninguém estava interessado. [...] aí eu estava muito desgastado, cansado também. No meu formulário teve muitas coisas que eu fiz por mim, pela minha cabeça, porque não tinha condição de eu ir trabalhar e ir na casa de todos, porque não dava tempo. Às vezes eu ia na casa das pessoas à noite. Não dava tempo de fazer todas as coisas. Aí eu acabava mentindo no formulário. E chegava no final do ano, o técnico, o coordenador, ele ia na sua comunidade para saber tudo o que você ensinou lá. Chega lá e eu não ensinei nada para ninguém! [...] foi aonde eu peguei e desisti. (Davi)

Ele então deixou a escola porque, segundo as normas, deveria aplicar o que aprendia junto à sua comunidade rural, a partir de reuniões com moradores e produtores. No entanto, como ninguém ia às reuniões marcadas, o rapaz precisava mentir nos relatórios. O que o deixava com medo das eventuais vistorias que poderiam ocorrer na comunidade por parte dos técnicos responsáveis. Ele “inventava” informações nos relatórios também por conta do pouco tempo que podia dedicar à atividade, visto a necessidade de ajudar a família com o trabalho na roça, o que o deixava cansado e com menos disponibilidade.

Davi largou a escola e passou a dedicar-se integralmente ao trabalho na roça, de onde a família tirava o seu sustento e a renda para os gastos cotidianos. “Lá era trabalhar duro, na roça. [...] meus dois irmãos mais velhos ajudavam, e as outras irmãs, uma já era casada e a outra mais velha morava fora. [...]. Plantava arroz, feijão, milho. Trabalhava na

vazante né, que é na beira do Rio São Francisco”. Ele gostava da vida no campo, ao longo da entrevista e de muitas conversas informais mencionou, mais de uma vez, o desejo de voltar, apesar de reconhecer que “o trabalho era duro”. Contudo, após um período de grave seca, viu-se na iminência de precisar procurar outra ocupação.

Era bom [a vida na roça]. Antigamente era bem melhor. Chovia muito. Chovia bastante. Tudo o que você plantava dava. A partir do momento que eu decidi vir para São Paulo, foi justamente por causa disso. Plantei três anos lá na roça, não deu nada. Eu perdi todos os três anos. Trabalhava, trabalhava, consegui o dinheiro da gradeação [aragem da terra com trator], consegui o dinheiro de comprar a semente para plantar e acabou que perdia tudo. Aí decidi vir para São Paulo. [...] Na verdade não foi uma decisão assim, falar “ah, amanhã estou indo para São Paulo”. Minha tia tinha loja aqui, que ela é fabricante. Aí ela me chamou para ver se eu não queria trabalhar com ela. (Davi)

A convite de uma tia, que tinha uma loja no Brás, era fabricante de roupas e comerciante na Feirinha da Madrugada, Davi se mudou para São Paulo. Na cidade já estava o irmão mais velho e, juntos, passaram a tomar conta dos boxes da tia na Feirinha. Ambos moravam com ela, no bairro da Mooca. Além de arcar com as despesas da casa, a tia pagava a Davi um salário de R\$800<sup>21</sup>. Algum tempo depois, ele e o irmão foram morar sozinhos, e o salário passou para R\$1500. A relação de trabalho se dava sem qualquer registro formal.

Eu trabalhava na banca, de vendedor mesmo, atendendo. Aí, só que quando eu cheguei no primeiro mês, eu estava tomando conta de todos os boxes, né. Ela tinha três boxes numa rua [um corredor da Feirinha] e um atrás, que meu irmão ficava. Aí eu tomava conta de três e meu irmão de um. (Davi)

Por conta de um desentendimento com a tia em torno do valor do salário, o rapaz optou por deixar o trabalho e voltar a São Francisco, em 2013. Se, por um lado, os laços familiares facilitaram a ida de Davi para São Paulo, sua instalação e, inclusive, uma remuneração acima da média dos funcionários no comércio popular, a mesma

---

<sup>21</sup> A título de comparação, o salário mínimo da época era R\$465 (LEI Nº 11.944, DE 28 DE MAIO DE 2009).

proximidade de parentesco também favoreceu a manutenção de relações informais de trabalho, que implicaram em certa dificuldade para negociar com a tia os termos da sua saída da ocupação. “Fiz o acordo com ela. Eu recebi R\$7.800 [...] eu não era registrado. Fiz o acordo porque, na verdade, ela nem queria me pagar tudo, né, os meus direitos”.

Após uma série de idas e vindas, em que Davi se engajou em outras ocupações, passando inclusive por empregos formais, ele voltou à Feirinha da Madrugada, em 2015, negociando a ocupação do box de outra tia.

Minha tia já trabalhava aqui com moda infantil na feira. Ela tinha um box e tinha bastante tempo que ela trabalhava e ela queria ir embora. [...] aí ela me ligou perguntando se eu não queria comprar o box. Falei com ela que não queria, porque estava muito caro, né. [...] ela queria R\$20 mil, fora a mercadoria. Só que aí eu acho que ela não conseguiu vender para outro, então ela perguntou se eu não queria ficar com a mercadoria e trabalhar no box. [...] paguei a mercadoria e fiquei trabalhando no box. (Davi)

Davi então comprou a mercadoria que a tia havia estocado e passou a pagar a ela um aluguel de R\$2 mil pelo ponto. O valor total do investimento nas mercadorias foi de R\$36 mil, que ele pagou dando uma moto e um terreno que possuía em São Francisco – comprado enquanto trabalhava como vendedor na Feirinha. Juntos, os dois bens equivaleram a R\$26 mil, e o restante ele pagou em parcelas.

Davi se inseriu enquanto comerciante autônomo na Feirinha da Madrugada numa condição relativamente privilegiada, uma vez que pôde aproveitar as redes de fornecedores e os clientes da tia, já que manteve o ponto e a mesma mercadoria no início de seu negócio, ou seja, na fase mais difícil. De fato, no trabalho no comércio – e no comércio popular em especial –, a relativa estabilidade que os trabalhadores podem atingir está baseada na relação com fornecedores fixos que garantam a frequência da mercadoria e, conseqüentemente, no estabelecimento de uma clientela relativamente fiel. É isso que pode auxiliar na manutenção de ganhos mínimos mensais. Nesse aspecto, a estabilidade do ponto comercial é fundamental.

Para mim foi fácil porque eu já conhecia, né. Já conhecia o Brás. Já sabia como. Já conhecia a mercadoria. Já ia pegar um box em

andamento, né. Já ia pegar como se fosse uma loja em andamento, só ia dar sequência numa coisa, que eu já tinha conhecimento. [...] por isso que eu acho que deu mais certo. (Davi)

### *Cláudia*

A entrada de Cláudia, 39 anos, no comércio popular foi menos tranquila. Precisou enfrentar um período inicial de baixos rendimentos e grande incerteza quanto à viabilidade da atividade. Ela já morava em São Paulo há décadas, e sua chegada à Feirinha da Madrugada se deu através de uma série de casualidades.

Cláudia nasceu em Poços de Caldas, Minas Gerais. A mãe teve seis filhos, mas apenas três sobreviveram. Os pais mudaram-se para São Paulo junto com o irmão mais velho e ela ficou morando com a avó. “Minha mãe não tinha condições de criar a gente”. Aos 5 anos, ela também foi para a capital paulista morar com os pais, em uma pensão na Baixada do Glicério. Ela se lembra do choque que a mudança significou na época.

Quando eu cheguei em São Paulo eu levei um susto. Porque uma criança que vive em uma fazenda grande com a sua vó e vem para uma São Paulo, que... porque minha mãe não tinha condições financeiras nenhuma, morava praticamente em uma pensão, em um quarto onde tem tudo, então eu pensei “nossa, o que é isso aqui? ”. (Cláudia)

Aos 16 anos, saiu de casa e foi morar com amigas. Para se manter, trabalhava como diarista. Com o passar do tempo, foi conseguindo outros trabalhos eventuais e intermitentes. “Fazendo freelancer”, como ela diz. Trabalhou como garçomete e recepcionista em bares e lanchonetes. Sempre sem qualquer registro. Com exceção de um mês em que trabalhou na sessão de jogos de um shopping. Fez também um curso de manicure, e, por cinco anos, trabalhou em um salão de beleza. “Sabe quando você começa a trabalhar e acorda, levanta no outro dia, e vai trabalhar também? Então você pega no automático e vai”. Até que, por volta de 2007, sua companheira foi sorteada com um ponto na Feirinha da Madrugada, que ainda estava em seu início.

Cláudia passou a ajudá-la. Trabalhava durante o dia como manicure e, durante a madrugada, na Feirinha, numa rotina extremamente desgastante. Sem qualquer experiência prévia no ramo, ela e a companheira não tinham conhecimento sobre as dinâmicas do trabalho no comércio popular. Não conheciam fornecedores e não tinham clientes. Apesar da estrutura da Feirinha na época ser ainda bastante precária, precisavam pagar cerca de R\$50 por semana para a manutenção do espaço. Despesa pesada, uma vez que não estavam vendendo o suficiente.

Ficou pesado para mim, porque eu trabalhava de madrugada na feira e da feira eu ia para o salão, e para mim não dava, estava me matando. [...]. Então eu ficava pensando como a gente ia fazer. E a gente não via lucro, não via nada, não entendia de nada, não sabia como funcionava confecção, não sabe como funciona a venda, não sabe como lucrar. (Cláudia)

Além disso, elas enfrentavam a concorrência de pessoas com maior conhecimento da atividade, que tinham mais capital para investir em mercadoria, fazer estoque e experiência em atrair clientes. Pessoas que conheciam confecções e costureiras. Como já discutido anteriormente, entre os milhares de comerciantes que estavam ali, muitos eram camelôs com anos de experiência no comércio popular, que foram tirados das ruas da região da 25 de março e do Brás e confinados na Feirinha. Havia também muitos pequenos fabricantes que utilizavam o espaço para escoar sua produção. Enquanto elas, por sua vez, se aventuravam em uma atividade onde não possuíam qualquer *know-how* ou capital social no circuito produtivo.

Já tinha gente lucrando. Porque as pessoas que estavam lá eram pessoas que vieram da 25 de março. [...] que já tinha cliente, que já manjava Brás, que conhecia fornecedor, e a gente não, a gente não sabia nem o que era fornecedor, a gente não sabia o que era uma confecção, não sabia o que significava isso. Tanto é que a gente rodou de mercadoria, a gente vendeu infantil, vendeu frio, calor, moda feminina, a gente rodou. E as pessoas não indicam, não tinha essa união, era tipo “se vira”, o problema é seu. Então a gente passou muita dificuldade. Aí falei para a Regina [companheira] vender aquilo, largar mão daquilo, e ela persistindo. (Cláudia)

E foi com a persistência que puderam acompanhar o crescimento da Feirinha, que ganhava cada vez mais fama. E, com o aumento do movimento, começaram a ver o lucro crescer. A infraestrutura melhorou. “Começaram a fazer os boxes, eram boxes bem simples. Aí começaram a fazer uns boxes bem mais bonitos, de lona com zíper e tudo. [...] poderia deixar a mercadoria, tinha o baú, tinha segurança, aí a coisa já ficou mais bonita”. O estacionamento, para mais de 300 ônibus, frequentemente estava cheio. Nessa época, elas vendiam réplicas de roupas de marca, “pirataria”, e, para isso, eventualmente tinham que pagar propina à polícia.

Nesse período, ganharam “muita grana”, como diz Cláudia. Elas vendiam principalmente tênis falsificados. Compravam a mercadoria pirata dos chineses, ali mesmo no Brás, e revendiam na madrugada. “Para você que vai comprar é um preço, porque você vai comprar um só. Mas para nós, que compramos em caixa fechada, é outro preço. Então compensava para nós”. Em um segundo momento, começaram a vender também camisetas, compradas de um fabricante no Paraná. Segundo Cláudia, na época, eram as falsificações, a pirataria, que fazia o sucesso da Feirinha.

A Feirinha, ela começou a se erguer graças aos piratas, deu essa alavancada toda por causa da pirataria. Era tênis, era bolsa, camiseta, e eu entrei na parte da camiseta, onde entrei no mundo da camiseta de pirataria, que eu não sabia. (Cláudia)

Conforme foram aprendendo a lidar com o comércio do Brás, passaram a alcançar maiores rendimentos. Cláudia decidiu então comprar outro box, para ela mesma, e deixar o serviço de manicure no salão. Pagou R\$14 mil no box. “Na época era muita grana também. Hoje, imagina, R\$14 mil dá para comprar um carro e olhe lá, um carro mais simples. Na época, era muita grana, e eu tinha que vender muito para pagar esses cheques”. A partir de então, passou a se dedicar apenas ao comércio. No entanto, ela nunca chegou de fato a alcançar estabilidade na ocupação.

### **3.6. Condições para a permanência na atividade e construção da estabilidade**

As duas trajetórias mostram que a pertença ou fragilidade das redes que permitem o acesso ao comércio popular são um fator fundamental para as condições de inserção

nessas atividades, podendo implicar em facilidades ou obstáculos aos comerciantes. Segundo Lima e Conserva (2006), podemos pensar as redes “como um conjunto de relações construídas pelos indivíduos a partir do meio social originário, através das quais se manifestam condicionamentos sociais sobre os quais elas atuam, transformando-os na busca da resolução de problemas cotidianos” (LIMA; CONSERVA, 2006, p. 75). As redes sociais são estabelecidas então desde as relações próximas, partindo do meio familiar, e se estendendo para relações muito menos íntimas, mas importantes para o enraizamento dos trabalhadores em qualquer que seja a atividade. Se nos voltarmos para a elaboração teórica de Bourdieu (1998a) acerca do conceito de “capital social” e redes de relações, temos que o capital social consiste em um conjunto de recursos ligados à vinculação a uma “rede durável de relações”, que são mobilizadas convertendo relações contingentes – como as de parentesco – em relações eletivas que podem proporcionar lucros materiais ou simbólicos. No caso do comércio popular, a partir das trajetórias apresentadas, verifica-se que a mediação das redes de contatos, especialmente as mais próximas, impactam em facilidades para o desempenho da atividade e a permanência dos trabalhadores ali. Ou seja, o capital social não é importante apenas para a entrada na atividade, visto que vai implicar também na qualidade dessa inserção.

Por outro lado, ainda segundo Bourdieu, também é verdade que o capital social é resultado do investimento em sociabilidade, que, por si só, significa uma série de outros investimentos – tempo, esforço, dinheiro – voltados para a participação e manutenção de relações sociais “utilizáveis”. Nesse sentido, até para aqueles que entram no comércio popular em situações desfavoráveis, há a possibilidade de construir futuramente melhores condições de exercício da atividade, através da disposição orientada ao estabelecimento de redes de contatos, fornecedores e clientes – fatores fundamentais para a manutenção dos sujeitos nesses mercados.

Foi a partir da construção paulatina das redes que Cláudia adquiriu cada vez mais experiência quanto ao cotidiano de trabalho na Feirinha da Madrugada. Mas apesar da boa circulação entre os colegas, isso era contrastado com a falta de habilidades administrativas que permitissem dotar a atividade de relativa estabilidade. Suas conexões com fornecedores nunca foram duradouras e ela mudou muito de mercadoria ao longo do tempo, o que, no comércio popular, impossibilita o estabelecimento de redes sólidas de

clientes, que é o que permite determinada continuidade nos rendimentos mínimos mensais.

As redes de relações duráveis no comércio popular, em sua concepção mais utilitária, implicam no estabelecimento de contatos mais ou menos sólidos com fornecedores de mercadorias e clientes com presença frequente – semanal ou mensal. A combinação desses dois fatores significa que o comerciante terá uma fonte de abastecimento constante das mercadorias com as quais trabalha e, na outra ponta, a garantia mínima de que parte desse estoque será vendido regularmente, o que implica em certa previsibilidade de renda.

A qualidade do contato com os fornecedores depende do estabelecimento de relações de confiança, o que pode proporcionar benefícios aos comerciantes na forma de vendas a “fiado”, ou seja, adiando-se o pagamento, ou mesmo vendas em consignação, em que a mercadoria não vendida pode ser devolvida. Essa última situação ocorre geralmente quando o fabricante precisa escoar parte do seu estoque “encalhado”, de modo que ele utiliza os comerciantes como vitrine para essa mercadoria que, por algum motivo, não teve a circulação esperada.

Se recuperarmos a trajetória de Davi, fica claro que ele se beneficiou do fornecedor da tia, mantendo a mesma mercadoria, e também aproveitou os clientes que já frequentavam o ponto. No entanto, a relação com o fornecedor, apesar de facilitada pela herança do capital social, exigiu tempo e confiança para que o rapaz alcançasse a segurança que tem hoje. No início, era necessário pagar a mercadoria imediatamente no momento da compra com o fornecedor. Através da construção de uma relação comercial mais permanente e de confiança, algumas facilidades foram pouco a pouco alcançadas. Hoje, além de poder pagar dias depois, Davi ainda conta com o benefício de receber a mercadoria diretamente em seu box, o que facilita seu trabalho em dias de muito movimento.

Às vezes deixo para pagar dez dias [depois]. Logo quando eu cheguei era só na hora. Pegou, pagou. Acabou. Hoje não, tem vez que não dá para estar todo dia lá na fábrica. Aí eles vêm e entregam aqui [no box] e depois eu vou lá e acerto com eles. Eu ligo, eles vêm entregar ou eu vou lá e pego. (Davi)



No caso de relações de confiança mais frágeis, ter o dinheiro na mão é a condição para manter o estoque abastecido, o que dificulta o trabalho dos comerciantes menos capitalizados. Cláudia teve que lidar com esse obstáculo durante quase todo o tempo em que trabalhou no comércio popular. Pode-se dizer que ela sempre buscou vender aqueles produtos mais procurados em cada momento do comércio. No início, investiu na venda de artigos piratas, principal segmento de atração dos compradores nos primeiros anos da Feirinha. Com a intensificação do combate à pirataria dentro da Feirinha, ela precisou buscar outra mercadoria, visto os prejuízos que estava tendo com as apreensões: “eu falava ‘meu, não acredito, agora que eu ia fazer um gol a polícia vem e pega a minha mercadoria, não acredito’”. Cláudia começou então a vender “modinha”, um estilo bastante variável que, como o nome diz, tenta acompanhar os produtos mais procurados pelos clientes ao longo do ano. Ela comprava diretamente das oficinas de costura da região. Foi aí que passou a sofrer com a concorrência de comerciantes com maior capacidade de investimento. Donos de loja começaram a usar a Feirinha como mais outro veículo de comercialização de suas mercadorias, além da intensificação da entrada de empresários asiáticos no espaço, principalmente coreanos e chineses, que, pouco a pouco e com muito dinheiro, foram ocupando os pontos comerciais mais valorizados.

Aí as costureiras viram que estavam sendo procuradas, então quem vinha com dinheiro para pagar mercadoria, beleza, quem não vinha, ficava sem. Aí vinha aquela competição. Como é que você vai competir com o coreano? Porque o coreano que vendia mercadoria ele também estava comprando as modinhas, as roupas lá das confecções, e quando você chegava não tinha nada para você. Era desleal e não era desleal, porque se ele tinha grana, é óbvio que ele vai vir na frente, e eu não tinha essas condições financeiras na época. (Cláudia)

“Era desleal e não era desleal”. Com essa frase, Cláudia aponta a desigualdade das condições de competição e, ao mesmo tempo, sugere entender que esse é o funcionamento normal e legítimo desse mercado, “se ele tinha grana, óbvio que ele vai vir na frente”. Ela negligencia, porém, a possibilidade de “vir na frente” através da construção da relação de confiança com o fornecedor, como acontece com Davi. Essa falta de enraizamento nos circuitos do comércio popular é um dos maiores riscos da atividade.

Do outro lado da cadeia comercial, fidelizar o cliente é mais um desafio para a construção da estabilidade na ocupação. A primeira condição para isso é ter uma “personalidade” em termos de mercadoria, ou seja, ser conhecido por vender um determinado segmento da moda, numa determinada faixa de preço e com determinada qualidade. Isso permite que os compradores procurem um comerciante específico em meio a tantas outras ofertas. Vale dizer aqui que a fidelização dos clientes não depende necessariamente de um alto padrão de qualidade da mercadoria, visto a existência de diversos públicos, que procuram mercadorias com preços e qualidades diferenciadas para atender a nichos de mercado distintos.

Outro aspecto que facilita a manutenção de alguns clientes de Davi é a utilização de novas estratégias comerciais, proporcionadas pelo avanço das tecnologias digitais e que têm sido cada vez mais adotadas para facilitar transações no comércio popular. Muitos mantêm contato com os clientes por aplicativos de mensagens ou utilizam as ferramentas digitais para anunciar seus boxes e mercadorias em páginas no Facebook e no Instagram. Davi divulga suas mercadorias em seu perfil pessoal no Facebook e se comunica frequentemente com os clientes através do WhatsApp. Muitos clientes, vale dizer, nem ao menos viajam mais ao Brás para comprar. Eles escolhem as quantidades e tamanhos das roupas através de mensagens pelo aplicativo e Davi envia as encomendas pelos ônibus de sacoleiros que vêm da cidade do cliente. O pacote com as mercadorias vai identificado, Davi escreve o nome do destinatário com uma caneta na grande sacola de plástico que envolve o lote de peças. Após receber o produto, o comprador faz o depósito ou transferência bancária. Segundo Davi, por só realizar esse tipo de transações com clientes antigos – e aqui novamente a questão da confiança aparece –, nunca deixou de receber pela venda. Apesar de já ter recebido “calotes” de clientes que compraram presencialmente.

Levei dois calotes de cliente lá de Brasília. [...] mulher conhecida. Eu conheço ela. Sei até onde é o box dela lá em Brasília. Aí ela veio, comprou. Trouxe o irmão dela. O irmão dela comprou. Os dois lá foi quase R\$10 mil de prejuízo. (Davi)

Ainda assim, continua vendendo “fiado” para os clientes mais frequentes, reconhecendo que é justamente a manutenção destes que possibilita a projeção de certa margem de

ganhos reiterados, que, por sua vez, são o alicerce da construção da relativa estabilidade na atividade. A fala de Ivo faz eco a essa afirmação. Ele é comerciante há mais de dez anos no comércio popular do Brás e, na época da entrevista, vendia acessórios para carro na Feirinha da Madrugada – capas para banco, tapetes, proteção para volante, etc.

Eu fui fazendo [os clientes]. Eu tenho cliente aqui, eu posso dizer que ainda eu tenho da feira antiga [antes da reforma]. E é cara que compra. Essa semana mesmo eu atendi um cliente aqui. Compra atacado. Ele às vezes nem entra aqui, estaciona aqui na [rua] São Caetano, passa o pedido no Whatsapp, eu vou lá e entrego. [...] levo num carrinho. É o seu Geraldo, que é de Minas, que é cliente mesmo e até hoje tá comigo aqui. [...] Até hoje ele vem, senta aqui, “Ô Ivo, vamos separar as capas aí”. Eu já sei as capas que ele leva, as capas que ele vende. Então é assim, o segredo disso aqui é o cliente. Você tem que ter o seu cliente.

Essa dependência em relação ao cliente, muito comum em trabalhos autônomos, cria uma situação em que o trabalhador, supostamente independente, vê-se numa condição economicamente subordinada ao arbítrio do comprador. Nesse sentido, a liberdade do trabalhador autônomo é limitada pelas condições de manutenção do seu capital social – no caso, a garantia da satisfação do cliente. É a submissão do trabalhador “autoempregado” ao demandante do trabalho, como argumenta Rosenfield (2016). Mas, acrescentando ao que foi observado pela autora a respeito da exigência de fidelidade do trabalhador autônomo ao cliente, nas transações comerciais aqui retratadas, é necessário, sobretudo, a fidelização do cliente em relação ao autônomo.

Obviamente, outro fator importante para a manutenção do cliente é a própria mercadoria. Como é possível observar na análise comparada das situações de Davi e Claudia, a mercadoria com a qual eles trabalharam teve impactos nas diferentes experiências que tiveram no comércio popular. Ele, desde o princípio, trabalhou com jeans infantil, e tem uma rede de clientes ligados a esse segmento. Quando perguntado sobre a razão de manter os clientes por tanto tempo, ele não hesita em dizer: “a mercadoria”. Claudia, por sua vez, após se deparar com o crescimento do combate à pirataria na Feirinha, segmento com o qual trabalhava e era relativamente bem-sucedida, não conseguiu mais encontrar uma mercadoria que tivesse “boa saída”, uma “mercadoria boa”.

A partir do acompanhamento do cotidiano e dos relatos de comerciantes, observando que alguns tinham bons resultados financeiros trabalhando com mercadorias consideradas de

menor qualidade, em termos de acabamento das peças e características do tecido, enquanto outros somavam prejuízos com produtos confeccionados de forma mais elaborada e com maior valor agregado, arrisco dizer que a “boa mercadoria” não existe num momento anterior à experiência de troca, à atividade comercial propriamente dita e tudo o que isso envolve. Os termos “bom” e “ruim” estão geralmente ligados a avaliações de aspecto moral e simbólico, tal como observam Douglas (2004) e Pinheiro-Machado (2004). Muito embora, nesse caso, os predicados estejam relacionados a uma materialidade muito concreta e prática, no sentido de que a mercadoria é adjetivada de uma ou de outra maneira em razão de seu resultado econômico efetivo. Conheci casos em que comerciantes trabalhavam com o mesmo produto e alcançavam resultados muito diferentes. Uma boa mercadoria, na medida em que se realiza no momento da troca, é avaliada como tal através dos seus resultados. Isso, porém, depende de fatores diversos, como a forma de exposição; a “qualidade” do produto e sua relação com o preço de venda (isso tem a ver com o potencial de atração de determinados públicos); o ponto em que está sendo comercializada; e, sem dúvida, as habilidades comerciais dos sujeitos.

A relação da “qualidade” do produto com o preço implica lembrar que o público ao qual uma mercadoria atenderá é variável. Sendo o comércio do Brás caracterizado pela venda em atacado, um produto considerado de “baixa qualidade”, em termos do material, durabilidade, corte e atenção aos detalhes na finalização das roupas, pode ser considerado uma boa mercadoria desde que o preço seja julgado condizente com o que o produto oferece, podendo ter assim uma “boa saída”. Por outro lado, um produto considerado de “boa qualidade”, sob os mesmos critérios, pode ser uma mercadoria ruim em termos de venda.

O ponto em que estão sendo vendidas compõe então outro fator que age diretamente sobre o resultado da mercadoria enquanto boa ou ruim. De nada adianta trabalhar com uma mercadoria com potencial em um espaço comercial sem movimento. Mas além da localização do ponto, há uma dinâmica comercial importante que se refere à relação do espaço com os perfis de clientes. Como já mencionado, os compradores têm origem em diferentes lugares, além disso, como muitos são também lojistas, compram no atacado para alimentar seus próprios negócios de comércio em varejo. Os tipos de negócios são variados em termos da mercadoria que vendem e do público que atendem. Da mesma forma, os espaços de comércio no Brás tendem a concentrar segmentos da moda mais ou

menos semelhantes em cada um deles, o que acaba atraindo perfis de compradores diferentes. A venda de roupa social na Feirinha da Madrugada, por exemplo, era menos comum do que em outros espaços. O mesmo ocorre com réplicas de produtos de marcas conhecidas, os chamados “piratas”, em muitas galerias e shoppings populares é proibido esse tipo de comércio, em outras não se opera essa regulação. Saber adequar o tipo de mercadoria ao perfil do espaço comercial em que se está é fundamental.

Como o percentual ganho sobre cada peça é baixo no comércio popular, uma boa mercadoria é entendida como algo que vende bem no atacado. Para isso, é importante ter um bom estoque, variedade de tamanhos e, de preferência, alguma variedade de cores. Muitos apostam em investir em poucos modelos, mas grandes quantidades. Na verdade, essa é a prática comum. Traduzindo o conhecimento dos comerciantes em linguagem empresarial, poderíamos dizer que é a melhor estratégia de negócio para o tipo de empreendimento. No entanto, existem riscos. O maior deles é apostar em uma mercadoria ruim, ou seja, uma mercadoria que não tenha saída, que não venda. Nesses casos, fica-se com a mercadoria encalhada. Considerando o fato de que muitos comerciantes adquirem o estoque com o pagamento a ser feito num momento futuro, essa é uma das principais razões para o endividamento. Nessas situações, o comerciante acaba tendo que escolher se insiste no produto – podendo observar uma grande queda na renda, visto que pode passar dias sem vender – ou se tenta trocar de mercadoria, o que não é viável para muitos deles, já que os investimentos são altos e possivelmente existe uma dívida com o fornecedor.

Encontrar uma boa mercadoria é quase garantia de sucesso para o comerciante, ainda que de maneira nenhuma seja algo permanente, visto a dinâmica veloz da moda. A escolha de uma mercadoria que tenha saída obviamente não é algo simples, pois, como observado, além das características da mercadoria, depende de aspectos espaciais dos pontos comerciais e do perfil dos compradores.

A respeito das habilidades comerciais dos sujeitos, não se trata aqui de apontar aspectos idiossincráticos que possam explicar os sucessos e fracassos no comércio popular, mas de destacar estratégias comerciais que acabam por produzir socialmente boas mercadorias. Essas estratégias claramente se refinam com a experiência no comércio e no contato com os clientes. Muitos comerciantes levam em consideração na hora de escolher o produto as opiniões dos compradores e ficam atentos para aquilo que tem sido mais

procurado. Mais importante do que isso, porém, é evitar trocas constantes de mercadoria. A partir do momento em que se tem alguns clientes frequentes, que compram no atacado e garantem uma renda média mensal razoável para o comerciante, o principal esforço deste é manter essa relação.

## 4. O TRABALHO ENTRE POSSIBILIDADES E PRECARIIDADES

Na sessão anterior, discuti as condições para o envolvimento nesse trabalho, em termos da necessidade de estabelecer contatos com fornecedores e clientes, e os efeitos na estabilidade no comércio popular quando se consegue entrar na ocupação tendo o caminho facilitado pela herança de conhecimentos, redes e condições materiais. Aqui, outros aspectos serão observados, focando principalmente naquilo que tange às percepções desses trabalhadores quanto à positividade desse trabalho frente a outras possibilidades de inserção econômica. Afinal, o que, nas experiências concretas, o trabalho no comércio popular apresenta como ganho frente a outras possibilidades? Quais as justificativas para o engajamento subjetivo na atividade? Estas questões guiarão, em linhas gerais, a discussão que segue.

Apesar do nexos estatístico entre o aumento do número de trabalhadores no comércio popular e os períodos de crise econômica, como demonstra Pamplona (2013)<sup>22</sup>, essa relação não é óbvia na experiência dos sujeitos. Primeiro porque implica em precisar o tipo de atividade no comércio popular mais sensível às variações no mercado de trabalho, por estar mais relacionada às experiências de privação – no caso, o comércio ambulante. Além disso, é preciso considerar aquilo que envolve as motivações, percepções e estratégias plausíveis dos trabalhadores. Como discutido, inserir-se no comércio popular, uma atividade ainda estigmatizada, não figura no repertório de atividades plausíveis para qualquer pessoa em busca de uma inserção econômica e em qualquer contexto social.

No mais, é preciso reforçar que muitas das análises que relacionam desemprego e o trabalho no comércio popular estão referenciadas em um contexto histórico-social em que o emprego formal aparecia como objeto de desejo para grande parte da população brasileira, visto que simbolizava a possibilidade de ascensão social e estabilidade no futuro, percepção que tem sido fragilizada após décadas de flexibilização do trabalho,

---

<sup>22</sup> Pamplona (2013) demonstra que há uma relação inversamente proporcional entre o crescimento dos empregos no mercado de trabalho e o número de ambulantes nas ruas, com a ressalva de que essa relação tem mais validade quando se trata do “segmento mais frágil do comércio de rua”.

expansão da terceirização, precariedade dos contratos e hegemonia do discurso neoliberal de responsabilização individual (LIMA, 2010). Situação que tende a se agravar profundamente com a recente reforma trabalhista no país (KREIN, 2018)

Desse modo, para os novos “empreendedores do comércio popular”, esse trabalho não significa mais uma atividade provisória, do tipo que as pessoas se engajam de maneira emergencial enquanto esperam oportunidades de emprego formal (RANGEL, 2015). Pelo contrário, muitas deixam empregos em troca do trabalho em um ponto comercial num shopping ou galeria do Brás. Além das já mencionadas expectativas (que não raro são possibilidades reais) de maiores ganhos, a busca pela autonomia também exerce papel fundamental.

#### **4.1. Breves considerações sobre autonomia**

Através das entrevistas realizadas ao longo da pesquisa, pude perceber uma forte valorização da possibilidade de trabalhar para si mesmo no próprio negócio, ao mesmo tempo em que os sujeitos reconheciam como insatisfatórios os empregos disponíveis no mercado de trabalho brasileiro, considerando suas qualificações formais. Podemos identificar na busca por formas alternativas de trabalho uma articulação entre necessidades, recursos objetivos, disposições e expectativas subjetivas. Ou seja, os sujeitos operam dentro de determinados “espaços dos possíveis” (BOURDIEU, 1997), considerando os “possíveis” econômicos, escolares, culturais, de qualificação, de acesso a redes, etc. No entanto, ainda que inseridos em determinadas condições objetivas, esses trabalhadores, enquanto sujeitos ativos, traçam expectativas, tecem comparações entre suas possibilidades e elaboram estratégias de ação, mesmo em contextos limitados.

Além disso, a própria “condição de limitação”, com seu lastro nas condições objetivas, carrega em seu interior um repertório de possibilidades variadas, e que não são equivalentes entre si, seja do ponto de vista econômico ou simbólico. Isso quer dizer que nas experiências dos sujeitos, agrupados em determinadas posições de classe, não é a mesma coisa trabalhar como diarista ou operadora de telemarketing; pedreiro ou motorista de Uber; comerciante na Feirinha da Madrugada ou operário fabril. Mesmo que, numa leitura de classe e renda, todos partilhem de posições sociais semelhantes, os



significados atribuídos a cada um desses trabalhos, às condições de inserção e às disposições para realizá-los são experienciadas e representadas diferentemente.

Não obstante, quando comerciantes apontam a instabilidade e a baixa expectativa em relação à maioria dos empregos disponíveis no mercado de trabalho, sem dúvida se pode argumentar que a precariedade também está presente no comércio popular, e em sentidos possivelmente mais agudos, dada a instabilidade provocada pela ilegitimidade das regras de funcionamento e a insegurança institucional relacionada tanto às mudanças nas estratégias estatais de controle e gestão dessas atividades quanto sua proximidade com economias e mercados de proteção criminais. No entanto, como observa Rosenfield, considerando o nível intersubjetivo das experiências sociais, a análise dos “limites entre autonomia e subordinação, entre inserção virtuosa ou precária, pelo trabalho, tornam-se fugidios e de difícil precisão” (ROSENFELD, 2015, p.126).

O trabalho, quando percebido como um sacrifício necessário para se viver uma vida digna, é valorizado na medida em que atinja esse objetivo. Nesse sentido, a hierarquização entre o trabalho no comércio popular, informal ou não, e o emprego formal, só pode ser entendida levando em conta as diferentes possibilidades anunciadas e percebidas em cada condição. Nesse movimento, a questão da autonomia, do trabalhar para si mesmo, é um forte componente motivador. A fala de Wagner, um jovem comerciante na Feirinha, expressa essa ideia. Após trabalhar alguns anos como funcionário em uma loja na Rua 25 de Março, ele, em parceria com um primo, investiu em um box no Brás, onde vendiam brinquedos. Como estavam ainda nos primeiros meses, a renda era baixa, menor do que ele ganhava como empregado. No entanto, havia a expectativa de que as vendas iriam melhorar e de que atingiria uma renda no mínimo igual aos cerca de R\$1 mil que recebia anteriormente:

Ah, se for para ganhar a mesma coisa, eu acho que sou mais ficar aqui, mano [na Feira da Madrugada]. [...] Por quê? Ah, porque não compensa você ficar escutando historinha de patrão. O meu patrão até que era suave. [...] mas todo mundo tem seus dias. Tem dia que você tá bom, tem dia que você tá ruim. Tinha dia que ele estava chato. Se for para ficar escutando historinhas, melhor aqui. E não tem jeito, aqui tira mais, né [dinheiro]. [...] melhor você montar seu negócio mesmo, você chega a hora que você quer. (Wagner)

Em muitos casos, a busca pela autonomia aparece se contrapondo justamente à inerente situação de submissão que caracteriza o trabalho assalariado. Submissão não apenas organizacional, relacionada à hierarquia das funções dentro de uma empresa, mas também à indissociável submissão pessoal, subjetiva, que tende a vir atrelada à venda da força de trabalho. É a obrigação não contratual de “ouvir historinhas do patrão”. Noção esta de “historinha” que abarca todo um conjunto de ofensas, humilhações e reprimendas percebidas como injustas.

Em termos discursivos e valorativos, autonomia é sempre melhor do que submissão. Inclusive, pensando com Simmel (2005), o valor da liberdade para o indivíduo moderno talvez seja fonte dos nossos maiores conflitos, considerando “a pretensão do indivíduo de preservar a autonomia e a peculiaridade de sua existência frente às superioridades da sociedade, da herança histórica, da cultura exterior e da técnica da vida” (p. 577).

Por outro lado, também é certo que a intensificação da busca pela sensação de autonomia está relacionada às transformações no mundo do trabalho, tanto nas formas de gestão do trabalho quanto na demanda geral por um sujeito flexível, proativo, “empreendedor de si” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 1999). Nessa dimensão, a autonomia aparece mais como consequência das transformações na organização do trabalho do que o resultado de decisões individuais, e o indivíduo se torna o único responsável pelo seu destino. De certa forma, a autonomia lhe é imposta (AZAÏS, 2012).

Assim como Azaïs, entendo que a dimensão dos constrangimentos materiais não pode ser negligenciada. Todavia, é pertinente observar também que, para além das situações concretas de autonomia efetiva no exercício do trabalho ou a ausência desta, há uma dimensão da experiência que é subjetiva, e na qual a autonomia é geralmente positivada. A fala de Pedro expressa essa ideia:

Eu, no meu caso, eu nunca fui um cara muito de acatar ordens. Até nas empresas. Onde eu cheguei a trabalhar, ou eu conseguia um status de liderança, ou eu saía. Acho que isso aí está na genética da pessoa. Quando a pessoa tem esse espírito aí, ela vai morrer tentando. Porque assim, o meu pai sempre teve empresa. Quando eu trabalhava para ele, a gente vivia se bicando. Mas foi onde eu aprendi. Eu acho que vale a pena. Vale a pena porque é um sonho. É meu sonho. Para dar um futuro melhor para minha filha. (Pedro)

É nesse sentido que se pode pensar em novas formas de engajamento subjetivo no comércio popular. De acordo com Zarifian (2002), a ideia de “engajamento subjetivo” – inspirada nos trabalhos de Foucault e Deleuze – pode ser pensada como uma composição ambígua de relações de dominação e liberdade, no sentido do exercício da autonomia e criatividade em relações de dominação. O autor vai recuperar a analítica do poder foucaultiana para observar que onde há poder existe resistência, “se há relações de poder por todo o campo social é porque há liberdade por toda parte” (ZARIFIAN, 2002, p. 30). Apesar de Zarifian mobilizar a ideia de engajamento subjetivo para tratar das relações salariais, é pertinente também pensar sob esses termos o caso do trabalho no comércio popular, em que mesmo num cenário de instabilidade, precariedade e dominação econômica, os sujeitos têm possibilidades de encontrar espaços de liberdade e autonomia, que se tornam ainda mais sensíveis e significativos quando comparados a outras experiências de trabalho. A ideia de engajamento subjetivo de modo algum subestima o peso da dominação e da materialidade das condições objetivas, mas permite reconhecer a dimensão relativamente consciente das ações dos sujeitos. Por isso faz sentido pensar no engajamento no comércio popular enquanto “assujeitamento consentido” (ZARIFIAN, 2002); consentido porque forçado, mas não forçado no sentido da simples falta de alternativas. Na medida em que os sujeitos preservam sempre sua capacidade de pensar, comparar e agir, o engajamento subjetivo se refere à plausibilidade atribuída à determinadas experiências individuais e coletivas, mesmo em contextos de desigualdade radical.

A partir disso, fica evidente que a autonomia aqui não significa poder agir ou fazer o que se deseja e da forma em que se deseja, muito menos a capacidade de controlar a sequência das jogadas futuras – pode-se “morrer tentando” –, mas a possibilidade de imaginar poder “dar-se algo além daquilo que está dado” (SADER, 1988, p.56). Pergunto a Pedro se ele cogitaria trocar o trabalho no comércio caso recebesse uma boa oferta de emprego; ele dá a seguinte resposta:

Eu precisaria de um salário – e isso é questão de sobrevivência – de pelo menos uns seis mil por mês. Se eu conseguisse um salário de seis mil reais por mês, e minha esposa de uns três, quatro [mil] por mês, eu acho que eu pegaria. [Pergunto se só assim valeria a pena] Não é que vale a pena. É que é assim, tem época que você consegue tirar, tem época que você não consegue. É a vida do empreendedor, né. O nosso

sonho o nosso objetivo é amanhã ou depois conseguir uma grande rede, montar, colocar sua marca no mercado, se estabelecer, se consolidar, isso acho que é o sonho de todo mundo. Todo mundo tem um sonho, um objetivo, e tem que lutar até as últimas consequências. (Pedro)

E talvez aqui esteja uma das principais questões que marca as distinções entre os empregos formais de baixa qualidade e a aventura empreendedora. Para muitos desses trabalhadores, as estratégias de auto emprego carregam consigo algo que tem se perdido no mundo salarial: a promessa de um futuro melhor do que o presente.

#### **4.2. Possibilidades de planejamento futuro**

Castel (1998), ao discutir a imagem do futuro virtuoso presente na promessa da sociedade salarial o faz da seguinte maneira:

Essa aposta quanto ao futuro não é apenas um ato de fé nas virtudes do progresso em geral. Através de seus modos de consumo, seu investimento em bens duráveis, seu uso do crédito, o assalariado antecipa a cada dia a perenidade do crescimento e vincula concretamente seu destino a um progresso indefinido. Na sociedade salarial, a antecipação de um futuro melhor está inserida na estrutura do presente. Isso é ainda mais verdadeiro à medida que, por meio de uma projeção sobre as gerações seguintes, o assalariado pode esperar realizar mais tarde suas aspirações: o que ainda não pode realizar, meus filhos conseguirão. (CASTEL, 2013, p.480)

Evidentemente, uma sociedade salarial nesses moldes nunca se materializou no contexto brasileiro. Com a erosão do Estado Social nos países centrais, essa expectativa se dissipou do nosso horizonte antes mesmo de qualquer possibilidade concreta de sua implementação. Mas não trago este trecho da análise de Castel para comparar um momento histórico francês com nosso presente efetivo. Interessa-me, no entanto, identificar aspectos das apostas que eram feitas na expansão da lógica salarial protetiva e que agora se adaptam à instabilidade geral disseminada no contexto neoliberal.

Primeiramente, destaco a ideia de que “a aposta no futuro não é apenas um ato de fé”, ao contrário, “está inserida na estrutura do presente”. Nem todo comerciante com o qual estive em contato esboça expectativas futuras. Entretanto, os que o fazem sempre buscam

demonstrar os fundamentos de suas expectativas. Esses fundamentos são apontados tanto em exemplos reais de pessoas ao redor, com históricos relativamente conhecidos e situações mais ou menos semelhantes em termos das condições de partida. Ouvi diversas histórias sobre como “fulano começou com um box, costurando em casa, e agora tem loja e marca própria”. Ao mesmo tempo, são traçados planos reais, de investimento, e são destacados os aprendizados retirados dos inúmeros fracassos. “Na época eu não tinha o entendimento de investir”, disse Cláudia sobre um período de quase falência.

Nos planos reais, são demonstrados os avanços já realizados e as ações efetivas tomadas – e, sobre isso, vale dizer, a noção de melhoria futura não precisa vir necessariamente atrelada ao trabalho no comércio. Davi é um exemplo. Quando perguntado sobre planos para o futuro, ele demonstra modéstia no planejamento e gratidão pelo o que conseguiu. Seu principal planejamento, junto com esposa, era a compra de um apartamento em São Paulo, que foi adquirido recentemente, em 2018, localizado ali mesmo no Brás. Ele permanecerá algum tempo pagando as parcelas, de R\$1.200. No caso específico de Davi, a busca por ascensão com segurança e a procrastinação, elementos que marcaram gerações de trabalhadores antes da dele, falam mais alto do que os apelos da lógica empreendedora.

O plano que a gente tinha mesmo era conseguir um apartamento aqui. Mas o plano tipo de talvez eu fabricar ou talvez pegar outra loja, isso aí não penso muito. Porque se tiver ruim eu não vou manter uma coisa que está ruim. (Davi)

Parte do que ele ganha, investe no pagamento de terrenos que comprou em São Francisco, sua cidade natal, como uma possível fonte de renda futura e segurança contra a possibilidade de tempos mais difíceis no comércio. Ele deixa claro que, no caso de dificuldades com o atual trabalho, ele mudaria sem grandes problemas para outra atividade, especialmente no campo, e em São Francisco, que sempre foi seu porto seguro.

Eu comprei a terra lá. Se ficar ruim, se piorar, talvez entrar um governo aí que piorar, as coisas não estiverem boas, eu não posso ficar aqui tendo prejuízo, gastando tudo o que eu consegui. Eu vou embora. Eu alugo o meu apartamento e vou embora. Vou morar lá [em São Francisco]. Eu comprei a terra. É investimento

que eu estou fazendo. E chegar no dia de amanhã, eu não posso não ter recurso. [...] eu posso ter lucro com ele [com o terreno], eu posso ter ganho, talvez não seja igual aqui, mas eu posso ter e garantir o meu sustento. (Davi)

Além disso, esses terrenos representam o ideal de trabalho para Davi, especialmente para quando ele estiver mais velho. E, aqui, é em comparação com a vida rural que ele, pela primeira vez, apresenta sua ocupação atual como uma atividade pior do que outra possibilidade de trabalho. Sobre seu trabalho dos sonhos, ele é categórico: “uma fazenda”.

Aqui é bom, mas aqui, futuramente, por exemplo, pessoa idosa, por isso que eu falo talvez uma fazenda. Porque você vai ter uma qualidade de vida melhor. [...] às vezes [no comércio popular] você tem dinheiro a mais, alguma coisa a mais, mas de alimentação adoce bastante. [...] eu posso imaginar mesmo a fazenda, que dá para trabalhar mais tranquilo. (Davi)

É sintomático que Davi só aponte os problemas de seu trabalho no comércio da madrugada quando comparado ao seu trabalho dos sonhos em uma fazenda. Um trabalho que, idealmente, proporcionaria a ele uma qualidade de vida melhor, melhor saúde e uma renda suficiente para “garantir o sustento”, dele e de sua família. Pode-se inferir que essa negatividade do comércio popular só aparece agora porque as comparações anteriores tinham como contraponto outras atividades urbanas, e, de modo mais específico, empregos assalariados urbanos. Com efeito, Davi, reconhecendo sua escolaridade e qualificações, entende que os empregos disponíveis para ele no mercado de trabalho formal seriam em condições ainda mais precárias, em termos de renda e condições de trabalho.

A questão da escolaridade, aliás, sempre me pareceu ocupar uma posição ambígua entre meus interlocutores. De um lado, uma espécie de subestimação da necessidade de ensino formal para o bom desempenho na vida econômica e, ao mesmo tempo, o reconhecimento de que a educação (principalmente superior) abre portas e tem um valor simbólico. Por muitas vezes, nas conversas cotidianas, expressei minhas opiniões acerca da instabilidade que também marca a vida dos estudantes, inclusive pós-graduandos, como eu. Além disso, eram comuns as expressões de incredulidade quando descobriam que mesmo após

finalizar o doutorado, eu precisaria passar por algum concurso ou processo seletivo competitivo para conseguir me inserir profissionalmente. “Tantos anos de estudos para correr o risco de ficar desempregado? Ah, mas estudar é bom”, me diria certa vez Davi, com o ar de condescendência que por vezes os pesquisadores lidam com os sujeitos de pesquisa. Em outro dia, Cláudia me interpelou com um semblante sério: “sabe, ontem estávamos conversando aqui sobre você. Você tem 30 anos e ainda não tem nada garantido. A gente, bem ou mal, tem uma profissão”. Por outro lado, Cláudia começou o curso de Artes Visuais, em que ela também percebe a falta de garantia, mas identifica ali o valor simbólico do “sonho”.

Davi, por sua vez, só concluiu o ensino fundamental, mas, segundo ele, à luz do momento presente e daquilo que conquistou nos últimos anos – principalmente no aspecto material –, não se arrepende de não ter voltado a estudar:

Não me arrependo, não. Porque, se você for lembrar, poderia não ser assim também. Não tem como você prever, né. Se for olhar o passado, é imprevisível. Você poderia ter feito muita coisa diferente, talvez poderia dar certo ou talvez não. (Davi)

Contudo, investe na educação de seu filho, que, com cerca de 3 anos, frequenta escola particular e cujos progressos educacionais Davi comenta com entusiasmo. O mesmo o fazem Luís e Carolina com os filhos. O casal de comerciantes na Feirinha, porém, lamenta a “falta de vontade” do filho mais velho e aposta as fichas na filha caçula, como aquela que será a primeira da família a cursar ensino superior.

Este [o filho] não estudou porque ele não quis! [...] vai fazer vinte e três [anos]. Ele não estudou. Fez só o segundo grau. Na verdade, nem chegou a terminar. Mas ele voltou para trabalhar com a gente agora no meio do ano e mesmo com dificuldade eu falei para ele “volta a estudar. A gente te ajuda a pagar a faculdade”. Porque ele mexe muito com comida. Aí eu falei para ele “vai fazer isso daí, que, como você entende, é meio caminho andado”. Mas ele não quer. E a vida, né, é dele. [...] mas ela [a filha] estuda. Ela gosta de estudar. Ela, se precisar, passa a noite toda estudando. Ela é diferente. Então a gente vai tentar, né. É o mínimo que a gente pode fazer. (Luís)

### 4.3. Vantagens comparativas dos aspectos financeiros

Entre todos os comerciantes que conversei durante a pesquisa, a questão financeira aparecia como uma das principais razões para a permanência no comércio popular. Se situações adversas em outros trabalhos ou mesmo casualidades nas trajetórias pessoais possam ter conduzido os sujeitos a esses mercados, é pela relativa autonomia e possibilidade de maiores rendimentos que eles justificam a permanência nessas atividades (RANGEL, 2015; 2017). De fato, muitos conseguem atingir patamares de renda que dificilmente alcançariam como assalariados no mercado de trabalho formal, sobretudo quando levados em consideração aspectos como escolaridade, formação profissional e qualificações formais.

Davi, por exemplo, como já registrado, tem apenas o Ensino Fundamental completo. Contando com as facilidades encontradas em seu ingresso como trabalhador autônomo no comércio popular e com a experiência adquirida nesse trabalho, atualmente o rapaz alcança uma renda muito acima da maioria dos trabalhadores brasileiros e talvez surpreendente quando confrontada com a imagem do senso comum acerca do trabalhador do comércio popular. Segundo ele, o valor mensal é difícil de ser calculado, dada a instabilidade do movimento no comércio ao longo do ano, mas ele estima que seus ganhos variem entre R\$2 mil e R\$4 mil mensais, já descontando os gastos com a compra da mercadoria. No entanto, ele é seguro em afirmar que, no final do ano, a renda aumenta substancialmente:

Hoje, é que é muito relativo né, às vezes, se você pegar aí do meio do ano, do início do ano até tipo setembro, então você vai ficar só fazendo estoque colocando mercadoria, talvez você nem visse lucro, né. Não dá para você trabalhar com pouca mercadoria. Se você for fazer o cálculo, dá para tirar R\$3 mil, R\$4 mil, às vezes R\$2 mil. É imprevisível. [...] se for pegar e trabalhar em dezembro, às vezes tem dia que você ganha R\$2 mil, tem dia que você ganha R\$5 mil, por dia. [...] mas é relativo. Você trabalha mesmo para quando chegar ao final do ano você poder ter o recurso, ter o dinheiro. (Davi)

Existe um relativo consenso no comércio popular do Brás que pode ser resumido pela última ideia expressa por Davi, “você trabalha mesmo para quando chegar ao final do ano você poder ter o recurso”. Temos que o trabalho ao longo do ano é voltado para a



manutenção do trabalhador e de sua família, mas a principal expectativa de lucro é projetada para os últimos meses. Segundo os cálculos de Davi, somando a renda de todo o ano de 2017, ele atingiu mais de R\$100 mil de lucro líquido.

Mas, para isso, é preciso “ter o recurso”, ou seja, se preparar para poder investir fortemente em mercadorias no período de maior procura comercial. “Não dá para você trabalhar com pouca mercadoria”. Para a maioria dos comerciantes, o trabalho no comércio popular em algo se assemelha a um trabalho de formiga: durante a maior parte do ano, o trabalho consiste em fazer estoque e se preparar para o grande movimento de dezembro; aqueles que não o fazem, não terão condições de colher os frutos econômicos desse período tal como esperado, e ainda correm maior risco de endividamento, por buscarem fazer o estoque em cima da hora. As possibilidades de altos lucros estão ligadas à capacidade de planejamento, organização e investimento, o que, sem dúvida, são condições que não estão disponíveis a todos os comerciantes.

Voltemos ao caso de Claudia. No período em que verificou os maiores rendimentos na Feirinha, Claudia ganhava muito acima da média salarial dos trabalhadores formais no período e percebia melhora substantiva nas suas condições de vida. Conseguia lucrar cerca de R\$200 a R\$300 reais por dia; “livre, e era muita grana”. Trabalhava muito, quase 12 horas por dia, mas em compensação tinha dinheiro para fazer as coisas que queria: “Restaurante, bebida, diversão, viajar, nossa! ”. No entanto, hoje ela avalia que faltou capacidade administrativa para aproveitar melhor esse momento em termos financeiros.

Eu ganhava dinheiro. Mas era aquilo, não entrou o conhecimento da finança, eu não tinha conhecimento, porque entrava e a gente gastava, entrava e a gente gastava. Então eu não tinha esse conhecimento, eu não sabia o que tinha que fazer. [...] eu viajei muito para Minas Gerais, minha família é de lá. Mas eu gastava muito com restaurante, porque a gente não tinha tempo de cozinhar, então a gente ia para restaurante. E eu não tive o entendimento e conhecimento de investir. (Cláudia)

Quando a Prefeitura assumiu a administração da Feirinha, atuando mais diretamente a partir de 2011, o combate à pirataria se intensificou. Como a mercadoria de Cláudia, na época, era exclusivamente artigos piratas, ela se viu na difícil situação de ter que, rapidamente, encontrar outro segmento do vestuário que fosse atrativo para os consumidores, uma “boa mercadoria”. Sem muita experiência no ramo, poucos contatos

com fornecedores e uma clientela voltada para um nicho comercial que estava sendo combatido na Feirinha, o negócio de Cláudia começou a ruir. Além disso, ainda tinha um grande estoque de pirataria que precisava vender.

Porque pensa você, você está ganhando grana e no dia seguinte foi proibido. Tudo bem que já foi começando a fazer [ações para o combate à pirataria], mas você não tem a noção da coisa ainda. Aí meu dinheiro estava tudo investido ali, em pirata. Como vai fazer agora? [...] A gente vendia escondido. (Cláudia)

A partir desse período, ela viu sua renda despencar, enquanto tentava manter o negócio buscando outro tipo de mercadoria. “Eu não conhecia moda, não sabia nada, aí comecei todo o processo de novo, tive que experimentar diversas mercadorias”. Além disso, os custos para trabalhar na Feirinha haviam aumentado sob a gestão da Prefeitura, para trabalhar legalmente ali os comerciantes pagavam um Termo de Permissão de Uso (TPU), que, segundo Cláudia, na época era algo entre R\$800 e R\$900 por mês. “E você gastava um dinheiro que você não tinha. Você tem o aluguel da sua casa, tem que botar combustível em um carro, e aquilo vai comendo. E dinheiro entrar, nada. Então demorou essa transição”.

Foi quando ela entrou no segmento da “modinha”. No entanto, sua renda nunca mais foi a mesma, passando a girar em torno de R\$2 mil mensais. Em 2011, ela preferiu alugar seu box para outra pessoa. Não se lembra exatamente o valor, “entre R\$1.500 e R\$2 mil”. Cláudia passou a complementar a renda do aluguel com serviços de diarista, com os quais ela atingia mais R\$2 mil por mês. Durante a entrevista, ela lança mão desses valores para antecipar as questões que eu faria acerca da comparação com o emprego formal. Cláudia afirma ter buscado empregos registrados por várias vezes ao longo de sua trajetória ocupacional, mas quando não esbarrava na falta de experiência comprovada em carteira de trabalho, recusava os valores dos salários oferecidos.

Fui humildemente atrás de emprego, registrada, bonitinha, mas eu não tenho registro em carteira, apesar de ter sido recepcionista, garçõete e tudo, mas não tenho registro em carteira. E eu fui atrás. [...] inclusive meu currículo foi selecionado, foi até uma honra porque para quem não tem nada, não tem experiência nem nada. Aí falei que precisava pagar as minhas contas e perguntei quanto era o salário, eles falaram “você trabalha de segunda a segunda, uma folga rotativa e o salário é X”. Eu

falei: “mas, minha senhora, não dá, não posso ficar”. Aí eu comecei a fazer as contas, quanto a hora vale de trabalho e quanto vale lá, eu pensei “vou voltar a ser diarista, eu entro às dez e saio às duas e ganho mais; sábado e domingo eu estou livre”.

Uma vez que o locatário não estava pagando o aluguel como combinado, ela optou por retomar o box e voltar ao comércio. Entretanto, mesmo após retornar à Feirinha, Cláudia continuou complementando sua renda com trabalhos de diarista. Com esse dinheiro, ela pagava suas contas pessoais, o TPU do box e iniciou um curso de Artes Visuais no Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU). Ela acredita que a possibilidade de entrar em um curso de Ensino Superior, considerando sua trajetória pessoal e ocupacional, teria sido mais difícil caso ela tivesse permanecido em algum dos empregos formais de baixa remuneração aos quais teve acesso.

Mesmo com diferentes experiências no comércio popular, em termos de estabilidade e renda, resultantes das distintas condições de inserção na ocupação e disposições sociais dos sujeitos, Cláudia e Davi, assim como muitos outros comerciantes, concordam sobre as melhores possibilidades financeiras encontradas no trabalho autônomo no comércio popular quando comparadas às experiências de emprego que vivenciaram ou conheceram através de terceiros. Mesmo nos períodos de movimento mais fraco, onde por muitas vezes ouvi que a renda do mês “só deu para pagar as contas, e olhe lá”, o trabalho no comércio aparecia uma alternativa melhor frente às impressões acerca do mercado de trabalho. Com todos os comerciantes que conversei, essa percepção foi mais do que recorrente, foi unânime.

Na verdade, eu acho que foi uma oportunidade muito boa que surgiu na minha vida, que Deus colocou para mim isso daqui. Porque em nenhum outro emprego, com a minha formação, que é só a oitava série, né, eu ia ganhar o que eu ganho aqui. (Davi)

O ano foi ruim para todo mundo [2016]. Mas eu falo sempre uma coisa, reclamar não vai me dar nada. Se você conseguir sobreviver, você tá bom. [...] mas aqui [no comércio] ainda foi melhor do que eu vejo por aí. (Jorge)

Luís tem 41 anos e é ex-metalúrgico. Há cerca de 10 anos ele começou a trabalhar no comércio popular. Depois de perder o emprego na indústria resolveu tentar um negócio próprio. Em nossa conversa, por muitas vezes ele usava o emprego anterior para tecer comparações com o trabalho atual, insistindo sempre na percepção de precariedade e instabilidade das duas situações, mas destacando uma vantagem financeira do comércio em relação ao emprego formal.

Olha, na verdade, o que a gente gosta é de vender. Mas aí você vê que o comércio está fraco, então..., mas é que no momento a gente também não tem outra opção. Então tem que ficar por aqui mesmo. [...] todo dia você vê falando que está desempregando tantas pessoas. Que tem tantos mil desempregados. [...] que nem hoje, se você trabalhar na metalúrgica, você não ganha mais de R\$1500. É R\$1500, R\$2 mil, se for, se muito. [...] [no comércio] antigamente a gente tirava R\$4 mil, R\$4.500. Fora dezembro. Agora não chega nem à metade. Líquido mesmo, não chega. Mas a tendência, o que a gente espera, é que melhore, né? (Luís)

“O que a gente espera é que melhore”. Talvez a expectativa de melhora seja um dos aspectos mais compartilhados que pude identificar nas percepções dos trabalhadores acerca das possibilidades do comércio popular. Uma expectativa já não identificada nas possibilidades anunciadas pelo emprego formal. A própria noção de instabilidade é percebida como disseminada por todo o mundo do trabalho. A avaliação em termos financeiros posiciona o comércio popular numa situação mais vantajosa comparativamente às experiências de emprego (pessoais, de terceiros ou projetadas), ainda que a relação com uma precariedade inerente esteja sempre presente.

#### **4.4. Precariedade e rotinização da instabilidade**

Até aqui, apresentei processos de entrada na ocupação, a descrição da rotina de trabalho dos comerciantes, as práticas adotadas para construir alguma medida de estabilidade e aspectos financeiros desse trabalho. Como trato especificamente dos comerciantes em espaços fechados, é flagrante as melhores condições de trabalho quando comparado a outras atividades de comércio popular, como o comércio ambulante nas ruas. Retomando a separação entre os comerciantes e camelôs, de fato a figura do comerciante pode contar com maior estabilidade relativa na ocupação e menos riscos, inclusive físicos,

relacionados tanto à exposição às condições climáticas e à vulnerabilidade frente ao movimento das vias quanto ao controle violento por parte do poder público ou agentes “não oficiais”. No entanto, é preciso ressaltar aspectos de precariedade e instabilidade que, apesar de inerentes ao mundo do trabalho contemporâneo, são potencializados nessas atividades pelas características próprias do trabalho autônomo e pela ilegibilidade das regras de funcionamento desse mercado.

Nas experiências de trabalho autônomo, em geral, verifica-se o peso da garantia das condições de sobrevivência depositado nos ombros dos trabalhadores, que são responsabilizados e, ainda mais significativo, responsabilizam a si mesmos pelos resultados de suas apostas no mercado ou pela ausência destas (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 1999). Obviamente, a vinculação entre trabalho e sobrevivência não é específica dessas atividades, visto ser relação fundante do sistema de acumulação capitalista. Como já observado por Marx (2004), com a instituição da propriedade privada e a alienação dos “meios de vida” dos sujeitos, estabelece-se uma forma de servidão cujo fator definitivo é que somente como trabalhador o sujeito pode se manter enquanto “sujeito físico”. No entanto, no mundo do trabalho contemporâneo, chama a atenção a naturalização da responsabilização individual pela sobrevivência do trabalhador e sua família, que faz serem pouco reconhecidos e politizados os condicionantes estruturais que constroem oportunidades e delimitam o “espaço dos possíveis” dos sujeitos (BOURDIEU, 1997). Em uma situação em que a renda do trabalhador está diretamente ligada ao desempenho econômico individual na atividade que exerce, pouco se reflete sobre as precariedades, riscos ou instabilidade desse trabalho. Sobretudo em um contexto em que “a precariedade está por toda parte” (BOURDIEU, 1998b).

Durante a pesquisa, por muitas vezes soaram deslocados, para não dizer ingênuos, meus questionamentos sobre a instabilidade da ocupação ou “gostar ou não do trabalho”. Isso sempre exigia um momento de reflexão dos sujeitos acerca de questões que, costumeiramente, não se pensava de modo mais sistemático. É verdade que após o momento de tradução da “consciência prática” em “consciência discursiva” (GIDDENS, 2009), muitos chegavam a conclusão de que sim, gostavam desse trabalho, mas não sem considerar os resultados objetivos da ocupação frente outras possibilidades disponíveis (e indisponíveis). “O que a gente gosta é de vender”, me responderia Luís. O pragmatismo caracteriza muitas das experiências no comércio popular.

Meus questionamentos, mesmo indiretos, que buscavam recuperar traços extra econômicos e menos visíveis da precariedade da ocupação faziam com que estes aparecessem também de maneira mais objetiva para os agentes. Davi, talvez por ser um dos comerciantes mais bem-sucedidos que encontrei na pesquisa – tanto em termos econômicos quanto em “satisfação com a vida” e expectativas de ascensão –, raramente reclamava do trabalho. Contudo, foi dele, numa das entrevistas, que ouvi um relato marcante sobre os efeitos negativos da intensidade do trabalho no comércio da madrugada, no caso, em relação à saúde do trabalhador.

Porque levanta de madrugada, pega frio na hora que seu organismo tem que estar descansando. Você está comendo, está se alimentando na hora errada. Seu organismo acaba trabalhando de uma forma diferente. Queira ou não, está tudo errado. No horário que você devia estar descansando, você está trabalhando. A mente, quando você devia estar descansando, você está forçando ela. Minha tia mesmo, ela está trabalhando, tudo, mas ela já está mais no celular afetou muito a coluna dela, as costas, de tanto trabalhar. Ela pegava bastante peso também, que tinha que trazer o saco [com as mercadorias]. [...] Fiquei doente o ano passado, na feira [Feirinha da Madrugada]. Fiquei ruim, ruim mesmo, estava cuspidando sangue, garganta inflamada e eu vim trabalhar. [...] Tomava os remédios e não melhorava, estava até com medo. Tossindo para caramba. Aí, graças a Deus, não era nada. Foi só gripe forte. Teve um começo de pneumonia também, mas... hoje você está aqui, você dorme, quanto mais você dorme, mais você quer dormir. Está cansado, está com a mente cansada. Minha mulher mesmo, tem dor de cabeça agora, já há quinze dias que está com dor de cabeça. Foi no médico, fez exame e não deu nada. A coisa aqui é complicada. (Davi)

Davi descreve as dificuldades do trabalho na madrugada, relatando cansaço e problemas de saúde. A relação entre adoecimento e o trabalho é feita mais a partir da interpretação da própria experiência do que fundamentada em diagnósticos médicos. No entanto, aspectos do nexos causal nessa relação são evidentes, como a tia com dores nas costas por carregar sacolas com as mercadorias por tantos anos, a insuficiência de sono e o agravamento da doença de Davi por não interromper o trabalho na madrugada mesmo “cuspidando sangue”. A justificativa para continuar trabalhando mesmo doente é a “perda” de dinheiro. Na verdade, o que ocorre não é a perda, mas a ausência de ganho, o que, na prática, tem pouca diferença. Davi, assim como muitos outros, diz pensar no que está deixando de ganhar quando não está trabalhando, e isso é uma justificativa comum para a ausência de dias de descanso, longas jornadas ou trabalhar doente. Ainda há o receio da

perda de clientes fiéis por não se mostrar sempre presente. Em linhas gerais, é efeito de um contexto social em que o trabalho intenso e ininterrupto aparece como única possibilidade de construir alguma garantia para o trabalhador.

Além da precariedade associada às condições de trabalho, à auto exploração e à instabilidade característica do trabalhador autônomo, ainda é preciso conviver e naturalizar o aspecto da insegurança relacionado a uma espécie de “ilegibilidade” do cotidiano de trabalho. Entendo por ilegibilidade tanto a dificuldade para “ler” e entender as práticas, documentos e normas do Estado, sobretudo em suas margens (DAS; POOLE, 2008), como, de maneira mais genérica, a dificuldade para ler e confiar ter entendido o sentido das práticas e regras que, se não governam, tentam ordenar determinados espaços e atividades.

Claro que existe um ordenamento que regula as ações do cotidiano do comércio popular. No caso da Feirinha da Madrugada e shoppings populares, está definido um horário para abrir e fechar, há relativa segurança material quanto ao armazenamento das mercadorias e certo controle administrativo e social que garante a viabilidade das atividades comerciais, ainda que compromissos jurídicos em termos de seguros e contratos possam ser frágeis. Mesmo entre aqueles que trabalham na rua, há um ordenamento que viabiliza o funcionamento das atividades. Na organização da feira que ocorre nas ruas do Brás durante a madrugada, são realizadas uma série de negociações: pagamentos para o uso do espaço, recebimentos para providenciar luz, limpeza e alguma segurança. No comércio ambulante durante o dia, é também perceptível o ordenamento através de negociações tácitas entre a fiscalização e os ambulantes – onde e quando expor as mercadorias, em que situação os riscos são maiores, qual o momento adequado de fechar a lona e liberar o caminho sem desafiar abertamente os policiais. Mais do que correr a todo o momento, esse trabalho exige grande habilidade na “definição da situação” (GOFFMAN, 1985). “Tem que respeitar”, diz Omar acerca do ritual de demonstrar ao policial que faz a ronda a consciência de estar fazendo algo errado, simplesmente pela interrupção momentânea do comércio, sem necessidade de fuga, por ora.

De qualquer forma, o caráter de ilegibilidade que pretendo destacar aqui tem a ver com o reconhecimento de que o cotidiano do trabalho no comércio popular é, de certa forma, marcado pela flexibilidade e mutabilidade constante de suas regras de funcionamento. Mesmo que haja uma rotina nas atividades e práticas, chama a atenção a temporalidade

específica que marca as vidas das pessoas ali e a frequência das rupturas. A possibilidade de quebra brusca da rotina faz parte da rotina. Mudanças de cenários e cursos de ação, que, certamente, trazem instabilidade para os planejamentos individuais.

Há também uma temporalidade diferente daquela verificada no mundo salarial, em que o planejamento da vida é realizado tendo por referência a renda mensal. No comércio popular, muitas vezes percebi que a pergunta “quanto você consegue ganhar por mês?” gerou confusão nos meus interlocutores, visto que muitos destes percebem o fluxo de dinheiro através da contabilidade diária. Muitos dos compromissos estabelecidos com fornecedores e credores são firmados com prazos semanais. Aqui, o desafio é organizar essa temporalidade específica dos rendimentos e compromissos, com a temporalidade do mundo informada pela lógica salarial mensalista, que se manifesta nas despesas ordinárias como alugueis, escola, e todas as outras contas de maneira geral.

A mutabilidade constante do que era para ser ordinário, como o próprio espaço de trabalho, também é um dos principais elementos de instabilidade no comércio popular. Em abril de 2013, por exemplo, milhares de comerciantes trabalhavam normalmente em seus boxes na Feirinha da Madrugada. Muitos haviam investido todas as suas economias para “comprar o ponto”, estavam em débito com seus fornecedores (visto que muitos negociam para pagar após revender as mercadorias), ou, ainda, estavam em débito com instituições de créditos ou agiotas. Ocorre que no fim do mês uma reforma foi anunciada pela Prefeitura, notificando os comerciantes que o espaço ficaria fechado por pelo menos seis meses. A maioria já estava ciente dos anúncios de que isso aconteceria, no entanto, tendo em vista a frequência de rumores que circulam diariamente por ali, muitos continuaram seguindo suas rotinas sem maiores preocupações – mesmo porque, dada a necessidade de trabalhar e a falta de controle sobre essas negociações, a margem para ação era pequena nesse momento. Quando o que até então era rumor se mostrou real, estes foram pegos desprevenidos. Desespero, indignação e raiva se espalharam entre os comerciantes da Feirinha, de acordo com notícias da época e relatos coletados por mim.

Eu lembro de chegar para trabalhar e o portão estava fechado. Todo mundo aqui fora, a polícia lá dentro. Tinha muita gente que ainda não tinha tirado a mercadoria do box. Minha tia mesmo não tinha tirado. [...] Aí ficava todo mundo xingando, gritando, jogando coisa por cima do muro. [...] Eu peguei uma pedra e joguei na polícia por cima do



portão. De repente a pedra volta e acerta uma menina do meu lado, bem na testa. Aí desceu aquele sangue [risos]. (Davi)

A quase banalização da memória desses episódios, recuperada entre risos, também está relacionada à sua reiteração. As ameaças de fechamento da Feirinha, sob a justificativa de reformas necessárias ou questões de segurança, eram frequentes. Só ao longo dos meses em que realizei pesquisa de campo, ocorreram três movimentações para impedir o fechamento, envolvendo associações de comerciantes e os advogados contratados. Dois anos antes, em 2014, a Prefeitura de São Paulo já havia fechado a Feirinha por algum tempo, numa tentativa de implementar reformas, aumentar o controle sobre o espaço e regularizar os comerciantes. Nesse período também houve muita resistência e conflito. E, mais recentemente, houve o longo processo de disputas nas ruas e tribunais sobre a privatização, remoção dos comerciantes e demolição da Feirinha.

#### FIGURA 9 - CONFLITOS NA FEIRINHA DA MADRUGADA



Essas situações são sempre dramáticas para aqueles que dependem desse comércio para ganhar a vida. Deixa-se de ganhar dinheiro a cada dia que o negócio permanece fechado, as dívidas vão se acumulando e as eventuais economias vão se queimando. Além disso, a retomada da atividade pode ser em situação completamente diferente daquela experienciada antes da quebra da rotina, uma vez que a circulação de compradores tende

a encontrar outros destinos e, conseqüentemente, qualquer estabilidade relativa de renda construída através da rede (frágil) de clientes se desmonta.

Eu sei que teve gente que entrou em depressão depois [do fechamento da Feirinha para a reforma de 2013]. Sei de gente que se matou. Não vou falar que foi por causa disso, mas de certo tem a ver. O cara estava bem, bem mesmo, e no outro dia perdeu tudo. Ficou devendo até as cuecas. (Cláudia)

Em meio a rotinização da instabilidade, a insegurança associada ao funcionamento próprio desse trabalho acaba sendo normalizada, assim como os riscos inerentes à flexibilidade espacial, temporal e contratual (BECK, 2003) desse trabalho. É a “institucionalização do vago” (AZAÏS, 2015) numa situação exemplar.

No meio do período em que realizava a pesquisa, outra importante situação de quebra da rotina para os meus interlocutores foi observada. No início do mês de abril de 2018, a Feirinha da Madrugada foi demolida, após ter passado por um processo de concessão à iniciativa privada. Está em curso um projeto de instalação de um moderno shopping popular no mesmo lugar. Para a construção, foi preciso que os comerciantes fossem retirados dali. Além disso, aqueles comerciantes que estavam em atraso com o pagamento dos aluguéis não poderão retornar ao novo prédio após a inauguração.

Sobre esse último episódio, entendo ser particularmente relevante porque responde a estratégias de construção de um novo modelo de comércio popular, que, capitaneadas por investimentos privados, incidem sobre a organização física dos espaços comerciais, conectam-se a políticas estatais de combate à informalidade e visam a aperfeiçoar o ideal do comerciante empreendedor como o modo desejável de engajamento subjetivo no comércio popular. Por isso, inicio a segunda parte desta tese com a retomada do histórico da Feirinha da Madrugada, visando lançar luz sobre o caráter ilegível das intervenções junto a este espaço e seus trabalhadores, destacando seus efeitos para as dinâmicas do comércio popular do Brás. O esforço será o de tomar a Feirinha em seu valor heurístico, tanto por entendê-la como um elemento central na dinamização do comércio do Brás e em seus momentos de inflexão, quanto por esta representar em sua própria história uma síntese das estratégias de reordenamento do comércio popular no centro de São Paulo. À combinação dessas estratégias para a construção de um modelo de mercado mais “moderno” é o que podemos chamar de “empresarização” do comércio popular.

## **PARTE II**

### **A EMPRESARIZAÇÃO DO COMÉRCIO POPULAR**

## 5. A FEIRINHA DA MADRUGADA

A origem da Feirinha da Madrugada remonta ao comércio que costumava ser realizado na madrugada na Rua 25 de março, a poucos minutos do Brás, no início dos anos 2000. Essa feira começou a ser transferida para a Rua Oriente a partir de 2003, em uma negociação com a prefeitura. Segundo Eduardo Odloak (2013)<sup>23</sup>, na época subprefeito da Mooca<sup>24</sup>, a feira se estendia por mais de 1km através da rua Oriente e vias perpendiculares; aproximadamente 2.600 bancas eram montadas sob tripés, e esse número podia chegar a 4000 no período próximo ao Natal. O crescimento dessa feira fez com que o eixo do comércio ambulante no Brás começasse a mudar. Do entorno do Largo da Concórdia, próximo à Estação Brás, o principal movimento comercial foi paulatinamente deslocado para os arredores da Rua Oriente (FREIRE DA SILVA, 2014).

Nas palavras de Odloak “[...] o negócio funcionava na base da ligação clandestina de energia elétrica, venda indiscriminada de marcas famosas e total falta de higiene (não havia banheiros, portanto, tanto usuários quanto camelôs usavam as calçadas do entorno)”. Por outro lado, e em contraposição a essa percepção de desordem, a organização da feira, no que tange ao espaço destinado a cada camelô, iluminação, limpeza e segurança era feita pelo Sindicato dos Camelôs Independentes de São Paulo (SINDCISP), mediante contribuição dos associados, que poderia variar de acordo com a “qualidade” do ponto. Entre acusações de “contribuição compulsória” dos camelôs ao sindicato, mediadas pela ameaça da violência (ODLOAK, 2013), e a defesa dos camelôs contra arbitrariedades do poder público, principalmente denunciando as cobranças de propinas pelos fiscais, o sindicato realizava papel importante na manutenção do funcionamento da feira.

Os ônibus de sacoleiros – que já se dirigiam ao Brás, mas cuja frequência vinha aumentando e passavam a chegar antes do sol nascer, dada a crescente fama da feira – estacionavam nas ruas próximas, o que criava problemas com o trânsito no começo da

---

<sup>23</sup> A citação aqui se refere a informações apresentadas no relato sobre a formação da Feirinha da Madrugada, apresentado por Eduardo Odloak em seu blog pessoal. Disponível em <http://www.eduardoodloak.com.br/a-feira-da-madrugada>> Acesso em 29/06/2018.

<sup>24</sup> À subprefeitura da Mooca corresponde também a administração do distrito do Brás.

manhã. Reclamações de moradores quanto ao barulho provocado pela feira e com a chegada dos ônibus – a partir das 3 horas da manhã – eram frequentes. Além disso, haviam queixas referentes ao cheiro ruim na região, que seria provocado pelo despejo dos banheiros dos ônibus diretamente nas sarjetas.

Ao mesmo tempo, o poder público recebia muitas reclamações de lojistas, que, abrindo suas lojas no começo do dia, acusavam os ambulantes de obstruírem as portas de seus estabelecimentos e da competição injusta que estes ofereciam, por vender mais barato aquilo que era vendido mais caro nas lojas por conta do pagamento de impostos. Também cresciam as denúncias sobre o comércio na feira de artigos piratas ou mesmo roubados.

A prefeitura, representada principalmente pela subprefeitura da Mocca, iniciou uma série de ações de combate ao comércio ambulante nas regiões da Rua Oriente e Largo da Concórdia. Essas ações frequentemente eram recebidas com a resistência organizada dos camelôs. Odloak descreve com orgulho a organização e execução de uma das incursões contra o comércio da madrugada:

Foram mobilizadas várias viaturas da Guarda Civil, com apoio da Polícia Militar e dezenas de caminhões para fazer a limpeza da região. Saímos em conjunto, às 23h00, da sede da Subprefeitura e, ao chegar ao início da Rua Oriente, encontramos resistência armada de paus e pedras para impedir o nosso trabalho de limpeza. O tal Sindicato fez barricada de pneus e ateou fogo para impedir a nossa passagem. Os diretores do Sindicato tentavam convencer a nossa equipe a recuar, muitos funcionários da subprefeitura também achavam mais prudente voltar outro dia, mas se recuássemos naquele momento, perderíamos a credibilidade e não conseguiríamos mais apoio para novas ações. Então, chamamos o Corpo de Bombeiros e, depois de apagar o fogo das barricadas na Rua Oriente, com forte apoio policial, começamos o trabalho de limpeza. Dezenas de caminhões saíram lotados com armações de ferro das barracas. E, antes mesmo do amanhecer, a Rua Oriente estava mais limpa do que nunca! (ODLOAK, 2013)

Invariavelmente, nos dias que se seguiam à “limpeza” das ruas, o comércio era reestabelecido. As ligações clandestinas de luz eram refeitas, as mercadorias apreendidas eram repostas (não sem prejuízos aos camelôs) e os ônibus de sacoleiros continuavam chegando. Os prejuízos para ambos os lados – financeiro e moral aos camelôs e político ao poder público – impulsionavam a busca por soluções que escapassem do ciclo de repressão ao comércio, resistência organizada, “limpeza” e retomada das atividades tal

como estavam antes organizadas. Foi aí que o espaço conhecido como Pátio do Pari apareceu como possibilidade de reorganização desse mercado.

O Pátio do Pari era um terreno público sob administração privada. Pertencente à Rede Ferroviária Federal (RFFSA), o espaço já não era utilizado pela ferrovia e funcionava como um estacionamento para ônibus concedido sob um Termo de Permissão de Uso (TPU) à GSA Serviços Gerais e Transporte LTDA, comandada pelo empresário Geraldo Amorim. Aqui as narrativas sobre os rumos da feira divergem: relatos de comerciantes lembram que a Feirinha da Madrugada no Pátio do Pari começou com ocupações do pátio por camelôs, que aproveitavam o trânsito dos sacoleiros que chegavam ou partiam nos ônibus ali estacionados; de outro lado, temos o discurso oficial, afirmando que a iniciativa surgiu através de um acordo da Prefeitura com a empresa que administrava o espaço (ODLOAK, 2013). Tendo em vista os relatos ouvidos por mim na pesquisa de campo, com detalhes sobre a ausência de estrutura das atividades comerciais nessa época e do voluntarismo que marcava o engajamento dos comerciantes, é mais plausível a primeira hipótese, que parece ter sido complementada e organizada pela ação pública num momento posterior. De qualquer forma, temos que, em 2005, num acordo com a Prefeitura, a administração do pátio passou a alugar pontos para os camelôs. Em contrapartida, a Prefeitura emitiu uma licença provisória para 1500 boxes (ODLOAK, 2013), já na época muito aquém da demanda. Foram feitos então sorteios para definir a entrada dos camelôs. A empresa administradora registrou a marca que batizaria oficialmente o local: “Shopping Popular da Madrugada”; e alterou sua razão social para “GSA Administração e Organização de Feiras e Eventos LTDA” (FREIRE DA SILVA, 2014). Reconhecia-se, desde então, o potencial do novo nicho comercial em desenvolvimento.

Inicialmente, camelôs revendendo réplicas de marcas famosas e pequenos produtores de artigos de vestuário começaram a comercializar ali suas mercadorias, expostas no chão forrado com lonas ou em mesas sobre tripés. Pouco a pouco, a Feirinha foi se consolidando como um espaço de escoamento da produção realizada por pequenos produtores locais, que confeccionavam seus produtos em oficinas domiciliares. Assim como a atuação de bolivianos ficou cada vez mais evidente, seja diretamente, vendendo ali as mercadorias que eles próprios produzem, ou alimentando outros comerciantes com a produção realizada em suas oficinas, como mostra Freire da Silva (2014).

O fato é que a Feirinha da Madrugada se constituía num espaço comercial mais estável do que a rua. A relativa legitimidade do centro comercial que se erguia afastava os camelôs das extorsões dos fiscais por conta da venda em espaços irregulares (como a rua), mas a cobrança de propinas continuou ocorrendo, visto a permanência do comércio de artigos piratas. Ao mesmo tempo, o poder do sindicato diminuía por conta da menor necessidade de enfrentamento com o poder público e pela mudança da responsabilidade pela organização, agora sob encargo da empresa administradora; mas, sobretudo, como destaca Hirata (2015), em razão da diminuição dos ambulantes na rua, base do SINDCISP, e da mudança da matriz “prático-discursiva”, que passava do “direito ao trabalho na rua” para uma legitimidade construída em torno do aspecto empresarial – ainda incipiente.

Essa maior estabilidade no exercício da atividade foi um fator de atração para muitos comerciantes, que ouviam os rumores sobre pessoas ganhando dinheiro nesse mercado e percebiam o crescimento do movimento. Bahia era um desses vendedores:

Eu comecei vendo o movimento. Eu trabalhava numa fábrica aqui no Brás. [...] Fábrica de roupa, “modinha”. Aí eu vi que estava sempre cheio. Eu comecei a pegar peça com defeitinho e trazer para cá [para a Feirinha]. Tinha só uma lona. Colocava minhas pecinhas e vendia tudo. [...] eu saía seis horas da fábrica, ia para casa, depois voltava às três, três e meia, e vinha vender minhas peças. Às oito eu entrava no trabalho. [...] Era puxado, mas dava dinheiro. [...] até que eu fui ficando só aqui [na Feirinha]. Comprava as peças do meu patrão, que me vendia mais barato, e vendia aqui. Assim que eu comecei. (Bahia, comerciante na Feirinha da Madrugada)

Para trabalhar na Feirinha da Madrugada, os camelôs passaram a pagar uma taxa mensal à administradora, que seria revertida na manutenção do espaço. Era estabelecido um contrato formal no qual era atribuído um box por comerciante mediante o pagamento mensal do aluguel, na época R\$400 (alguns relatos de comerciantes afirmam que o primeiro valor cobrado era em torno de R\$300, antes mesmo da formalização dos contratos). Nota-se então que, dentro da Feirinha, os camelôs pagavam pelos mesmos serviços promovidos pelo sindicato na rua, mas agora desempenhando suas atividades de maneira relativamente mais regulamentada e menos conflitiva, em termos do espaço de trabalho.

Tanto o processo de confinamento do comércio quanto a elaboração dos contratos foram importantes para o início do processo de conversão dos camelôs em comerciantes. Inclusive, o termo “comerciante” passou a ser utilizado como registro da profissão dos camelôs nos contratos, ainda que o modelo do contrato continuasse denominando a atividade como “comércio ambulante”, mesmo sob a nova condição de fixação dos pontos comerciais.

### FIGURA 10 - CONTRATO DE CONCESSÃO DO USO DO ESPAÇO DA FEIRINHA DA MADRUGADA

**INSTRUMENTO PARTICULAR DE CONCESSÃO DE USO (UTILIZAÇÃO)  
DE ESPAÇO PARA ATIVIDADE DE COMÉRCIO AMBULANTE E NORMAS  
REGULAMENTADORAS DO FUNCIONAMENTO DO  
“SHOPPING POPULAR DA MADRUGADA”**

Inscrição nº [REDACTED]

**I - ADMINISTRADORA:**

GSA - Administração e Organização de Feiras e Eventos Ltda., sediada na Rua São Caetano, nº 812 - Brás - SP, inscrita no CNPJ sob o nº 32.251.365/0001-85.

**II - USUÁRIO:**

Nome: [REDACTED]  
 Nacionalidade: BRASILEIRA  
 Estado Civil: Solteiro(a)  
 Profissão: COMERCIANTE                      RG: [REDACTED]                      CPF: [REDACTED]  
 CCM: [REDACTED]                      BOX: [REDACTED]  
 Endereço: [REDACTED]

SÃO PAULO SP

**III - VALOR**

Este contrato se regerá através das cláusulas e condições enunciadas no anexo, sendo que, pela utilização do espaço mencionado na Cláusula Quarta, o usuário pagará diretamente à administradora, a importância mensal de R\$ 400,00 (QUATROCENTOS REAIS\*\*\*\*\*  
 \*\*\*\*\*) Com vencimento todo dia 25 (vinte e cinco) dos meses subseqüentes, cujo pagamento será comprovado através de recibo da administradora ou quitação bancária.

[REDACTED]

Fonte: Arquivo pessoal de um interlocutor

Geraldo Amorim permaneceu como administrador da Feirinha da Madrugada até 2010, pouco antes de sua morte, em 2011, assassinado em condições suspeitas num assalto ao



seu sítio<sup>25</sup>. A concessão à GSA foi rompida, após intervenção do Ministério Público Federal, que questionava o baixo valor pago aos cofres públicos pela concessão de um terreno tão valorizado (R\$130 mil mensais) e a ausência de licitação para a administração do espaço. A União repassou provisoriamente a gestão da Feirinha à Prefeitura, mas quem assumiu o controle na prática foi Ailton de Oliveira. Considerado por muitos, e por si mesmo, como um dos idealizadores da transferência dos camelôs para o Pátio do Pari, Oliveira, que chegou a ser funcionário da GSA, possuía boas conexões com os comerciantes<sup>26</sup> e tinha relativa legitimidade na organização da Feirinha, onde era conhecido como “Doutor Ailton”. Há relatos de que Oliveira, advogado e que nunca foi comerciante, já se apresentava desde o início da Feirinha como representante dos camelôs<sup>27</sup>; essa representação teria sido outro fator de enfraquecimento da atuação do SINDCISP, na medida em que Oliveira ganhava terreno à frente da Associação Novo Oriente, que atuava na Feirinha (HIRATA, 2015).

É tarefa difícil recuperar o histórico de formação da Feirinha da Madrugada. A falta de documentos, as informações contraditórias (mesmo entre os enunciados de agentes de instituições públicas) e as conexões obscuras entre agentes estratégicos da Feirinha e representantes do poder público denotam a complexidade e ilegitimidade do funcionamento desse espaço comercial. Mesmo os comerciantes, testemunhas vivas desse processo, não tinham clareza das muitas negociações feitas para manter o funcionamento do local. Cláudia, comerciante na Feirinha desde 2007, lembra que pagava as taxas, mas reconhece não ter certeza quanto aos destinatários:

Na época, não lembro como era feita a transação, mas quem estava no meio, na época, era o Doutor Ailton [de Oliveira], ele que estava à frente dessas coisas, era ele. [...] Sim, ele que administrava tudo, era ele e os companheiros

---

<sup>25</sup> Geraldo Amorim era testemunha de uma investigação federal sobre um esquema de corrupção envolvendo o deputado Valdemar Costa Neto, do Partido da República (PR), na época ministro dos Transportes, pasta responsável pela gestão do terreno no Pátio do Pari. Em carta enviada a Amorim, o vereador Agnaldo Timóteo menciona o pagamento de propinas no valor de R\$300 mil, do empresário ao PR. Desavenças entre Amorim e Costa Neto teriam feito com que o empresário perdesse sua “galinha dos ovos de ouro”, nos termos de Timóteo. O terreno, que estava sob concessão nos termos do TPU – um título precário que pode ser suspenso a qualquer momento -, foi alvo de reintegração de posse, sendo Amorim retirado da administração da Feirinha.

<sup>26</sup> Em entrevista concedida à Folha de S. Paulo, Geraldo Amorim acusa Ailton de Oliveira de receber mensalidades dos camelôs e não repassar à administradora, na época em que este ainda era funcionário da GSA. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2307201107.htm>> Acesso em 30/10/2018.


Relatos de comerciantes sugerem que esses pagamentos se deviam a boxes não registrados, ou seja, mesmo antes de assumir oficialmente o comando da Feirinha, Ailton já atuava na gestão dos pontos e negociava espaços para comerciantes que queriam trabalhar ali.

<sup>27</sup> Amorim faz essa afirmação na entrevista à Folha de S. Paulo citada na nota de rodapé 26

dele, que, na época, a gente não tinha o conhecimento, não sabia quem era exato, só ia lá o cara receber e a gente dava, mas a gente sabia que na época era ele. (Cláudia)

Quando Oliveira assume o controle do espaço, a Feirinha da Madrugada passa a ser denominada “Complexo Novo Oriente de São Paulo”, e o centro comercial passou a ser sistematicamente apresentado como o “maior projeto social do Brasil” (Hirata, 2015). Tanto a mudança no registro quanto a concepção enquanto um “projeto social” são expressas no documento assinado pelo Ministério dos Transportes e por Oliveira, firmando um convênio entre a concessão da Feirinha e a Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de São Paulo, que passaria a receber os lucros da gestão do espaço. Esse documento representa uma das inúmeras tentativas de organização da Feirinha, em termos dos contratos dos pontos e regularização dos pagamentos das taxas.

**FIGURA 11 – DOCUMENTO DA FEIRINHA ASSINADO POR AILTON DE OLIVEIRA**

  
 MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES  
 Inventariança da extinta Rede Ferroviária Federal S. A. – RFFSA  
 COMPLEXO NOVO ORIENTE DE SÃO PAULO  
 “FEIRA DA MADRUGADA”  
 “HORTIFRUTI”  
 Largo do Pari S/N - São Paulo – Capital.

---

**COMUNICADO**  
02/2010

São Paulo, 26 de maio de 2010.

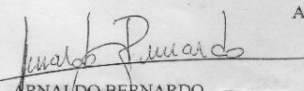
Prezado(a) Senhor(a);


Tendo em vista os trabalhos desenvolvidos pelo **GRUPO DE TRABALHO**, vimos à presença de Vossa Senhoria, **INFORMÁ-LO** que a **UNIÃO**, representada pela Inventariança da Rede Ferroviária Federal S/A, firmou contrato de **GESTÃO ADMINISTRATIVA (TPU)** do **COMPLEXO NOVO ORIENTE DE SÃO PAULO – “FEIRA DA MADRUGADA”**, como carinhosamente é conhecida, com a **INSTITUIÇÃO: IRMANDADE DA SANTA CASA DE MISERICÓRDIA DE SÃO PAULO**, para que possamos formalizar em definitivo a situação de cada comerciante, e dar ao espaço o fim que foi destinado, ou seja, **UM PROJETO SOCIAL**.

Informamos ainda, que a partir desta data (26/05/2010), estaremos recebendo toda documentação na **SECRETARIA DO COMPLEXO**, solicitando, que Vossa Senhoria, compareça **MUNDO DOS TRÊS ÚLTIMOS COMPROVANTES DE PAGAMENTO**, para que assim, possamos regularizar sua situação **CADASTRAL E FINANCEIRA**.

Comunicamos ainda que para que possamos efetuar a regularização cadastral e financeira, estaremos recebendo os pagamentos na própria administração até o próximo dia 30 de maio.

Atenciosamente

  
 ARNALDO BERNARDO  
 RFFSA – UNIDADE SÃO PAULO  
 Inventariança da Rede Ferroviária Federal S/A  
 INTERVENTOR/GESTOR

  
 AILTON VICENTE DE OLIVEIRA  
 ADMINISTRADOR

Fonte: Arquivo pessoal de um interlocutor

Interessante notar que Oliveira, Dr. Aílton, assinava documentos como administrador da Feirinha ao mesmo tempo em que essa posição era questionada pela Prefeitura. “Esse síndico Aílton deve ir para a cadeia porque está arrecadando indevidamente. Não é para arrecadar. Não está autorizado. Portanto, quem ouvi-lo está bancando inocente”, teria dito Gilberto Kassab, prefeito de São Paulo na época<sup>28</sup>. A administração de Oliveira conviveu durante anos com críticas e denúncias de que ele foi colocado no lugar de Amorim para dar continuidade aos acordos ilícitos de pagamento de propinas a agentes públicos<sup>29</sup>, assim como questionavam-se as cobranças das taxas que eram pagas pelos comerciantes. Além disso, ele era criticado por agentes do Estado e por alguns comerciantes por ter permitido o crescimento excessivo do número de boxes, para além daquilo que a infraestrutura suportava e do que era recomendado pelas normas de segurança avaliadas pelo poder público. Segundo Cláudia, “[no começo] Tinha uns 4 mil [boxes], não chegava a 5 mil, o povo fala que tinha, mas não chegava, depois se estendeu para 7, 8 mil, depois se perdeu a conta”.

Oliveira foi formalmente afastado da administração da Feirinha, acusado de cobrar ilegalmente o que era chamado de “condomínio voluntário”, verba que seria usada para a manutenção da Feirinha – limpeza, segurança, iluminação – despesas que a Prefeitura afirmava já estar pagando. No entanto, ele continuou figura influente no cotidiano da Feirinha, e é lembrado por muitos como o responsável pelo período de melhor administração do local.

Tudo bem, o Doutor Ailton ele pecou nesse lado, ele não deveria ter feito tanto box, mas em compensação ele continuava deixando a gente trabalhar. Aí conseguia negociar quando não dava para pagar hoje. Então ele tinha o seu lado ruim, mas tinha seu lado bom também. Querendo ou não, era o lugar de a gente ganhar dinheiro. Querendo ou não, a feira estava lá em pé. Vamos continuar com a feira. (Cláudia)

---

<sup>28</sup> Informação divulgada pelo portal G1. Disponível em <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/07/ex-administrador-da-feira-da-madrugada-diz-que-recebia-ameacas.html>>, Acesso em 30/10/2018..

<sup>29</sup> Diversas denúncias contra Oliveira foram veiculadas na mídia, a exemplo da reportagem da Folha de S. Paulo que destacou as supostas conexões de Oliveira com políticos do PR e a cobrança ilegal de taxas na Feirinha da Madrugada. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2507201106.htm>>, Acesso em 30/10/2018.

Nessa época, o comércio de pirataria era muito comum na Feirinha, apesar das advertências das diversas administrações quanto a esse tipo de comércio. A venda de pirataria era tão disseminada que sua tolerância era percebida quase como autorização:

[...] Na época [meados de 2007] podia pirata na feira, não era proibido, pirata estava no auge. Tanto é que a feirinha ela começou a se erguer graças aos piratas, deu essa alavancada toda por causa da pirataria, era tênis, era bolsa, camiseta, e eu entrei na parte da camiseta. [...] A gente podia trabalhar de boa, não tinha fiscalização, ninguém tomava a mercadoria, a gente podia trabalhar, todo mundo nessa época estava ganhando dinheiro, estava sossegado, bonitinho. [...] A maioria vendia pirataria porque era o que dava lucro, porque, como comprador, você não ia atrás não sendo pirataria, a pirataria que movimentava a coisa lá. Tanto é que os ônibus pagavam escolta para ir, porque quem ia, ia com pirataria, para comprar pirataria, e os ônibus pagavam escolta porque não tinha, eles pagavam dinheiro para a polícia Federal, porque a polícia Federal tinha que deixar os ônibus passar. [...] O movimento começou a despencar quando proibiram a pirataria. (Cláudia)

Oficialmente, a Prefeitura assumiu a gestão da Feirinha no final de 2010. Entre as primeiras ações foram feitas incursões policiais para o combate à venda de artigos piratas (FREIRE DA SILVA, 2014). Além disso, foi feito um recadastramento dos comerciantes, em que foram registrados cerca de 4200 boxes. De acordo com vendedores mais antigos, esse número seria muito maior, como já mencionado. Ocorre que o registro implicou em definir um número ótimo de boxes e criou a possibilidade de classificar aqueles que seriam formalizados, ou seja, os cadastrados. Denúncias sobre fraudes e vendas de cadastro foram feitas nessa época (FREIRE DA SILVA, 2014).

Já nesse período, estava sendo observado a entrada de novos personagens no comércio da Feirinha. Os melhores pontos de venda – esquinas dos corredores e boxes localizados perto da entrada e do estacionamento dos ônibus – já vinham sendo ocupados por lojistas, que utilizavam a Feirinha como um ponto avançado de distribuição de suas mercadorias, e grandes distribuidores chineses. Isso vinha associado com a “inflação do mercado de extorsão” (HIRATA, 2015), que, com a maior presença de pessoas mais capitalizadas, provocava o aumento do preço das mercadorias políticas.

Mudanças na infraestrutura da Feirinha também ocorreram ao longo dos anos. Das lonas e tripés, passou-se para as bancas de ferro cobertas com lonas; foi introduzido um baú com cadeados onde as pessoas poderiam deixar guardadas as mercadorias; após a primeira grande reforma, foram construídos os boxes com paredes de alvenaria e portas de metal; houve ainda uma última grande reforma, em 2013, em que os corredores foram alargados, sob a justificativa de aumentar a segurança contra acidentes.

**FIGURA 12 – MUDANÇAS NA ESTRUTURA DA FEIRINHA**



Foto: Reprodução/Internet<sup>30</sup>



Foto: Juliana Cardilli/G1 – 2011

<sup>30</sup> Disponível em < <https://www.abcdabc.com.br/abc/noticia/nova-feira-madrugada-sera-inaugurada-agosto-2020-85473>>, Acesso em 22/07/2019.

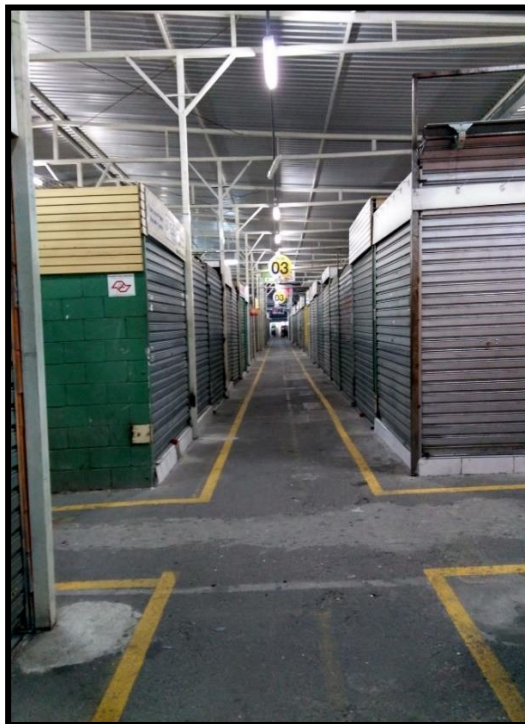


Foto: Felipe Rangel, 2016

Com o crescimento da Feirinha, aumentou também a prática de venda de boxes, em tese, ilegal, mas corriqueira. Não raro, ao longo da pesquisa, ouvi relatos de que boxes na Feirinha haviam sido vendidos por mais de R\$200 mil reais, o que também foi verificado por Freire da Silva (2014). Para muitos comerciantes, com o crescimento da competição dentro da Feirinha, alugar o próprio box passou a ser mais rentável do que trabalhar nele. Cláudia fala sobre isso a partir da própria experiência:

Na época paguei R\$14 mil no meu [box]. [...] A gente deu uma entrada de R\$7 mil e o resto foram parcelas de R\$1 mil. Um box que custava R\$14 mil na época começou a valer R\$50, R\$80, R\$100 mil, principalmente os de ponta [esquina dos corredores]. Foi aí que começou a “brigaiada”. [...] Foi a hora que todo mundo foi para a feira, as lojas saíram e começaram a ir para a feira. Então quem estava na feira era megaempresário, não eram mais aqueles operariozinhos que não sabiam de nada direito, já era gente de mercado de longa data. Eram os coreanos, principalmente os coreanos, e alguns brasileiros também, mas brasileiros que já tinham a sua bagagem, aí foi onde a feira começou a encher. [...] E aí foi que a feira começou e a gente falou “já era, essa feira é para os grandes, não é para a gente”. Aí foi a hora em que eu aluguei meu box e fiquei em casa. [...] Aluguei acho que por R\$1500 ou R\$2 mil. (Cláudia)

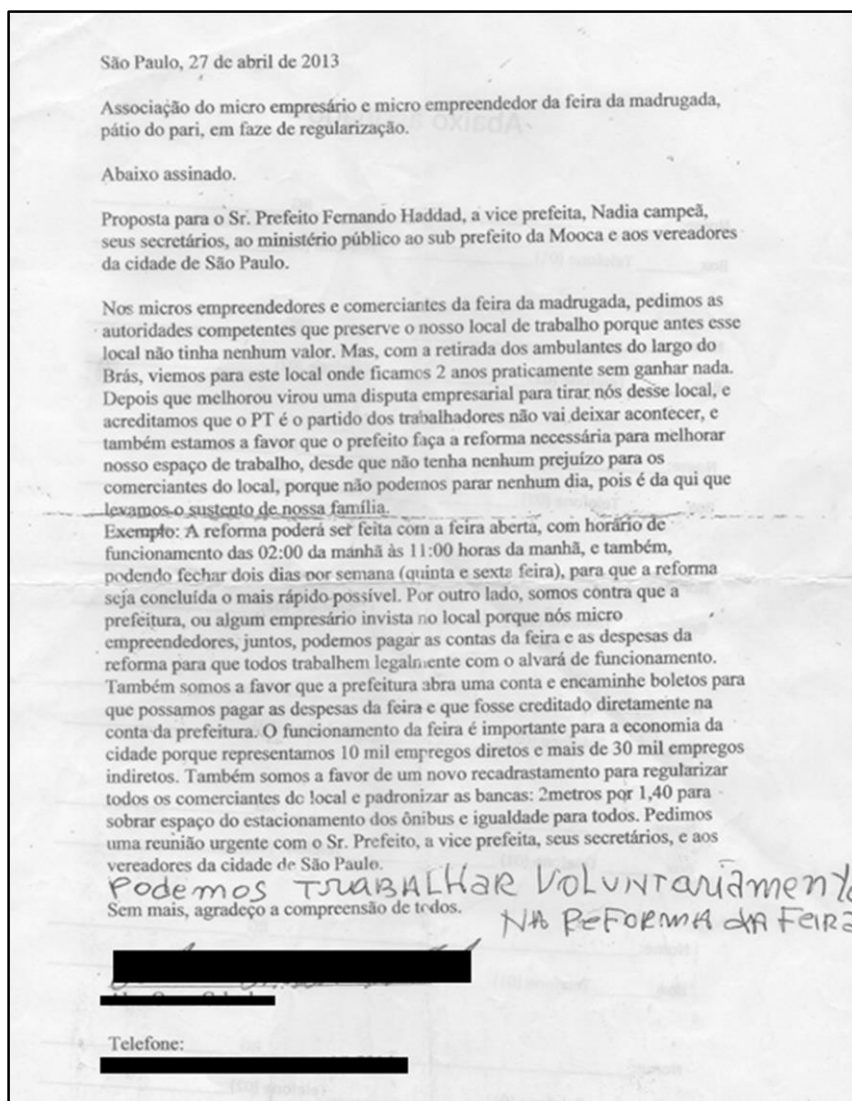
A partir de 2010, a Prefeitura passou a atuar mais intensamente na organização da Feirinha. Em maio de 2013, sob a gestão de Fernando Haddad, a Prefeitura decidiu por realizar uma grande reforma no espaço. O corpo de bombeiros havia apresentado um relatório que apontava comprometimento da segurança no local por conta de corredores estreitos e saídas de emergência bloqueadas. Além disso, incêndios vinham ocorrendo em outras galerias comerciais da região, o que atribuiu um aspecto preventivo à reforma.

Perante o risco de fechamento, grupos de comerciantes se organizaram para negociar com a prefeitura o processo de reforma, de maneira a não atrapalhar o funcionamento da Feirinha e, conseqüentemente, prejudicar financeiramente os trabalhadores que ganhavam a vida ali. Em uma carta que circulou na época, os comerciantes apelavam para o viés social e de proteção ao trabalhador historicamente associados ao Partido dos Trabalhadores (PT), na época o partido que estava à frente da prefeitura. Sugeriu-se também a regularização dos comerciantes e padronização dos boxes, assim como os trabalhadores se dispunham a contribuir financeiramente com a reforma e, inclusive, participar voluntariamente dos trabalhos. Tudo para que não houvesse interrupção das atividades da Feirinha.

Contudo, a reforma exigiu a interrupção do funcionamento do espaço. A princípio, a Feirinha ficaria fechada por pouco mais de dois meses, para a realização das obras. No entanto, a reabertura só ocorreu sete meses depois, em dezembro de 2013. Nesse intervalo, outros shoppings populares foram abertos no Brás e passaram a atender a clientela que antes se dirigia à Feirinha. Quando da reabertura desta, o movimento já não era o mesmo. Pude acompanhar a diminuição do movimento na Feirinha desde a primeira vez que visitei o local, no início de 2014, até a pesquisa de campo realizada para a pesquisa de doutorado, ao longo de 2016 e início de 2017. Muitos comerciantes reclamavam que a circulação de pessoas na Feirinha havia diminuído drasticamente por conta do período em que esteve fechada, o que se refletia em redução substantiva de seus rendimentos. “Antes da feira fechar, só tinha aqui dois shoppings. Dois, três shoppings. O Mega polo, o Azulão e o Vautier. Hoje tem mais de dez, fora as galerias que abriram. Isso que atrapalhou bastante”, explica um comerciante.



### FIGURA 13 – CARTA DOS COMERCIANTES DA FEIRINHA À PREFEITURA



Fonte: Arquivo pessoal de um dos interlocutores

Além disso, antes da reforma, contabilizava-se um número de 4.561 boxes, na contagem de comerciantes, tendo como referência a numeração dos pontos; esse número total estaria concentrado nas mão de 2,9 mil pessoas, segundo informações veiculadas na época pela mídia<sup>31</sup>. Muitos comerciantes detinham mais de um box. Após a reforma, a Prefeitura realizou um novo recadastramento, em que estava determinado que cada pessoa poderia

<sup>31</sup> Informação disponível em <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,feira-da-madrugada-reabre-com-muitos-boxes-fechados-e-movimento-fraco,1110448>



ter registrado apenas um ponto em seu CPF. Assim, muitos comerciantes perderam investimentos realizados na compra de boxes em anos anteriores.

Outro sorteio foi realizado, visando preencher as vagas disponibilizadas pela redistribuição dos pontos. No entanto, como o movimento da Feira havia diminuído, muitos comerciantes não conseguiam mais lucrar o suficiente nem para pagar o TPU, R\$910. Em consequência, muitos boxes foram fechados, atribuindo um aspecto decadente aos corredores, o que tornou o espaço ainda menos atrativo para os consumidores que permaneciam frequentando a Feirinha. “Sem contar que dois anos depois que voltou a feira, 30% das bancas, ou mais, está fechada. Isso que atrapalhou. A gente tá aí, né. Tentando sobreviver como os outros. Mas é difícil”, argumenta Luís em uma estimativa improvisada.

A Feirinha, grande responsável pela dinamização do comércio na região do Brás nos últimos 15 anos, deixou de ser o principal ponto de atração dos consumidores e sacoleiros que vêm de outras cidades. Passou a concorrer com os novos e modernos shoppings, ao mesmo tempo em que vinha sistematicamente sofrendo com fechamentos e suspensões de suas atividades. No entanto, outro aspecto precisa ser destacado. O confinamento da feira que ocorria na rua dentro do espaço do Pátio do Pari e seu posterior sucesso, já indicava uma nova modalidade de comércio possível e rentável na madrugada. O que vai estabilizar diferentes formas de engajamento de trabalhadores e atrair novos e grandes investimentos para a “modernização” desse mercado, agora percebido em seu potencial lucrativo.

## 6. A EMPRESARIZAÇÃO DO COMÉRCIO POPULAR

Se até os primeiros anos da década de 2000 as estratégias de intervenção sobre o comércio popular eram principalmente voltadas para a repressão ou, na melhor das hipóteses, à manutenção de contingentes de trabalhadores em atividades de subsistência, visto a dificuldade de integrá-los no mercado de trabalho, os anos 2000 marcaram uma inflexão nesses processos. Junto às estratégias de repressão e políticas de cunho populista, uma série de intervenções públicas e privadas amparadas nos discursos de desenvolvimento e modernização têm sido observadas. Sob propostas de converter atividades associadas à pobreza, informalidade e ilegalidade – percebidas então apenas em sua negatividade – em espaços de desenvolvimento urbano, social e econômico, tem ocorrido uma positivação dos mercados de comércio popular. Algo praticamente impensável há até pouco tempo atrás.

### 6.1. Precedentes

Nenhuma discussão sobre o problema do comércio informal de rua chegará a resultado frutífero se dela for excluída, por algum motivo, a seguinte reflexão: o camelô não é um desassistido. O seu ofício não é mendicância. O camelô nada tem a ver – nada, em absoluto – com a criança que procura vender balas ou bugigangas nos cruzamentos da cidade. O camelô é um indivíduo que escolheu a profissão e aceitou riscos. É adulto e consciente. [...] O camelô, seja “empregado” ou “patrão”, é o anti-menino das balas dos semáforos. Ambos nos incomodam à sua maneira, é certo. Mas, enquanto o menino nos martela com a evocação do desespero instalado em plena infância, o camelô nos adverte, em sua auto-suficiência arrogante, que o mundo (e a verdade) são daqueles que se organizam mais espertamente - e só. (ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO, 1994)

Refletindo sobre a questão do comércio de rua no Brasil, pode-se observar a maneira ambígua pela qual sempre foi percebida socialmente a atividade daqueles que ganham a

vida vendendo produtos diversos nas vias públicas: ora com alguma tolerância, identificando essas pessoas como vítimas de uma estrutura socioeconômica desigual e que, por falta de outras opções, precisam sobreviver através de um trabalho informal, precário e que provoca determinados problemas para a ordem urbana; ora como sujeitos que, em sua “auto-suficiência arrogante”, incomodam parte da população ao ocupar “espertamente” o espaço público para perseguir objetivos privados, em detrimento do interesse supostamente coletivo.

Nas tensões entre essas duas perspectivas, diversas propostas de organização do comércio popular de rua foram elaboradas pelo poder público ao longo de muitas décadas na cidade de São Paulo. Algumas delas nunca saíram do papel, outras foram implementadas – sem sucesso, cuja evidência é o presente cenário -, e outras estão ora em curso.

Desde o início do século XX, políticas de controle dessas atividades comerciais podem ser identificadas, como registram Guerreiro (2000) e Pamplona (2013). Guerreiro destaca que o primeiro regulamento específico para o comércio de rua na capital paulista data de 1898, proibindo os ambulantes de atuarem na região central da cidade e no entorno das estações de trens – ressaltando-se que, na época, o comércio ambulante consistia na venda de itens ligados mais diretamente ao consumo doméstico, como cestos de vime, espanadores, ferramentas, frutas e outros alimentos. Nas décadas seguintes, outras formas de controle foram tentadas, como a proibição do comércio de gêneros alimentícios e itens inflamáveis e a implementação de licenças para o exercício legal dessas atividades (PAMPLONA, 2013).

Na década de 1980, os esforços de ordenamento do comércio informal de rua são deixados de lado em favor de ações predominantemente repressivas. Tendência que será momentaneamente interrompida sob a gestão de Luiza Erundina, do Partido dos Trabalhadores (PT), que assume a Prefeitura de São Paulo em 1989 e passa a emitir novas licenças através do estabelecimento de prioridades para trabalhadores deficientes e sexagenários. Fica explícita nessa norma os casos em que seria mais tolerado e legítimo o trabalho no comércio ambulante, ou seja, quando se tratava de uma população dificilmente integrável no mercado de trabalho, por condições físicas ou etárias.

No entanto, em todas essas políticas, seja de cunho mais repressivo ou regulatório, grande contingente de trabalhadores sempre permaneceu no comércio ambulante em tensão com as leis. Além disso, na heterogeneidade que compõe as atividades de comércio popular

contemporâneas, a venda ambulante, de modo mais específico, é a mais antiga e também a mais suscetível às oscilações do mercado de trabalho formal, o que implicaria no aumento do número de trabalhadores ambulantes em contextos de alto desemprego. Como apresenta Pamplona (2013), só na Região Metropolitana de São Paulo, entre os biênios 1988-1989 e 1998-1999, a participação de trabalhadores em ocupações informais passou de 25% para 33%, estando os ambulantes entre eles.

É nesse cenário de expansão do comércio de rua que sua concepção enquanto um grave problema trabalhista e urbano passa a ocupar ainda mais o debate público. Não só as organizações de trabalhadores e as instituições governamentais se debruçam sobre isso, mas também entidades empresariais e organizações civis que atuam na elaboração de alternativas para a revitalização da cidade, “degradada” pelo crescimento dessas ocupações informais.

Invadindo o espaço público para fins de comércio, sonhando impostos, burlando as leis trabalhistas, envolvendo-se em contrabando e outros delitos, corrompendo a administração pública e agredindo o ambiente urbano, o comércio informal de rua é um dos maiores obstáculos à requalificação do Centro de São Paulo. (ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO, 1994).

A Associação Viva o Centro, cujo um dos relatórios contém o trecho citado acima, é uma dessas organizações formadas para atuar junto ao poder público e agentes do mercado nas ações voltadas a intervenções urbanas, em que a questão do comércio popular ocupa lugar central. Esta associação foi criada em 1991, período em que o “problema dos ambulantes” estava na agenda principal das propostas de revitalização da região central da cidade, assim como a questão das habitações populares, cortiços e população de rua. Entre seus patrocinadores, encontram-se bancos, seguradoras, universidades privadas e sindicatos patronais; e entre os associados, além do mesmo perfil dos patrocinadores, também estão presentes associações empresariais e de profissionais liberais, instituições públicas, alguns sindicatos de trabalhadores, condomínios e grandes empresas. Tomada por seu perfil societário mais marcante, a entidade pode ser definida então como uma “associação de proprietários urbanos” (FRÚGOLI JR, 2001), cujo objetivo central de suas ações é apresentado, em sua página virtual, da seguinte forma:

A Associação objetiva o desenvolvimento da Área Central de São Paulo, em seus aspectos urbanísticos, culturais, funcionais, sociais e econômicos, de forma a transformá-la num grande, forte e eficiente Centro Metropolitano, que contribua eficazmente para o equilíbrio econômico e social da Metrópole, para o pleno acesso à cidadania e ao bem-estar por toda a população. (ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO<sup>32</sup>)

Dito isso, interessa aqui trazer a Associação Viva o Centro para a discussão sobre as transformações no comércio popular paulistano na medida em que esta aparece como uma espécie de síntese do debate hegemônico sobre as estratégias de gestão desses mercados. Frúgoli Jr (2001) destaca o caráter complexo dessa associação, que, de um lado, mobiliza o discurso democrático e coletivista como princípios de suas ações e, de outro, dada a origem dos financiamentos e a posição social da maioria dos seus associados, suas práticas concretas, norteadas pelo mercado, tendem a privilegiar interesses das classes médias e altas. Ao combinar discursos de inclusão e democracia com propostas de retirada das populações e atividades indesejáveis do centro da cidade, os workshops, consultorias e publicações da Associação aparecem como espaços de produção de consensos, que tanto traduzem as principais lógicas que informam as intervenções públicas e privadas no comércio popular, quanto contribuem ativamente para a efetivação dessas ações.

Nesse sentido, vale recuperar o relatório final do workshop “O Comércio Informal de Rua e a Requalificação do Centro de São Paulo”, promovido pela Associação Viva o Centro em 1994. Intitulado “Camelôs: subsídios para o equacionamento do problema do comércio informal de rua e sua solução”, este relatório, além de apresentar as principais tensões em torno da questão dos camelôs na cidade de São Paulo, sugere possíveis soluções para o “problema” que em muito se assemelham às estratégias de ordenamento dos mercados populares atualmente em desenvolvimento e das quais trata esta tese.

Em tal documento, é reconhecida a relação do trabalho dos camelôs com a reestruturação econômica da época, que implicou em aumento do desemprego e da informalidade. Ao mesmo tempo, o comércio popular da região central da cidade era apresentado como uma “estrutura altamente oligopolizada onde cada vez menos há lugar para o trabalho individual e autônomo”. Ademais, recorrendo a uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) – que apontava que 81% dos camelôs

---

<sup>32</sup> Disponível em <<http://www.vivaocentro.org.br/quem-somos/a-associa%C3%A7%C3%A3o-viva-o-centro.aspx>>, Acesso em 03/04/2019.

pretendiam continuar na atividade e 32% apenas aceitariam um emprego formal por uma remuneração maior do que atingiam no comércio –, argumentava-se que muitos dos que estavam na ocupação não o faziam por conta do desemprego, mas para “melhorar de vida”.

Além disso, o relatório apontava prejuízos provocados aos cofres públicos pelo comércio informal – com perda de até 5% na receita estadual. Denunciava-se que mesmo as indústrias acabavam recorrendo a essas formas de comércio para escoar seus produtos, implicando em “dupla sonegação”. Dessa forma, os camelôs ofereceriam concorrência desleal ao comércio regular, ofertando em condições precárias bens de “qualidade e origem discutíveis”.

A população mais pobre suporta as ruas congestionadas e sujas, ignora a deterioração das áreas urbanas e aceita o comércio de rua porque este é, quase sempre, a sua única oportunidade de comprar o que lhe é inacessível ou excessivamente caro numa loja ou supermercado, ainda que, quase sempre, nada exista em comum entre produtos aparentemente os mesmos, a não ser no preço e na forma de comercialização<sup>33</sup>. (ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO, 1994)

A corrupção de agentes públicos já aparecia como outro aspecto negativo do comércio popular. Os camelôs corromperiam a administração pública para manter seu trabalho em espaços irregulares e vendendo mercadorias contrabandeadas.

Por último e com grande destaque, o documento abordava o tema da “qualidade de vida”, supostamente prejudicada pelo comércio de rua:

Qualidade de vida é tudo o que envolve a saúde da população, o seu bem-estar físico e psicológico, a sua produtividade, o seu aperfeiçoamento cultural e social. É a soma do que a cidade oferece de “bom”, “agradável”, “confortável”, “estimulante” e “desejável”. Sabe-se que, onde as pessoas se sentem bem, há qualidade de vida. E que o que é cansativo, irritante, desestimulante, difícil e perigoso - como, por exemplo, a circulação de pedestres e automóveis em ruas atravancadas

---

<sup>33</sup> De fato, o que se verifica atualmente no comércio popular é que muitos dos produtos vendidos nas ruas podem ser semelhantes àqueles vendidos nas lojas e shoppings. Como apresentado no primeiro capítulo, mesmo as origens podem ser idênticas.

por camelôs atenta contra a qualidade de vida. (ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO, 1994, p. 12)

“Qualidade de vida” vem então associada a aspectos estéticos, sensoriais, econômicos e securitários, que estariam sendo prejudicados pelo comércio de rua, “cansativo, irritante, desestimulante, difícil e perigoso”. Como forma de garantir melhor qualidade de vida, o problema dos camelôs precisava ser resolvido. Para isso, prioridades tinham que ser estabelecidas, e, como expresso no relatório, elas estariam hierarquizadas da seguinte forma: 1) primeiramente, seria necessário priorizar os interesses do cidadão enquanto usuário dos serviços urbanos e dos bens culturais, históricos e paisagísticos da cidade; 2) em segundo lugar deveriam ser contemplado os interesses do consumidor, observando-se a qualidade e procedência dos produtos comercializados; 3) por último, e “onde houver espaço para isso”, buscar-se-ia atender os interesses do camelô, que poderia continuar trabalhando, mas sob um novo regramento da atividade. Verifica-se que a escala das prioridades também responde a uma hierarquia social, de classe. Primeiro viriam os interesses das classes que usufruem da cidade em termos “culturais” e “paisagísticos”, depois os consumidores do comércio popular, cuja posição social tende a ser homóloga aos próprios camelôs, que, como já nos mostrou Oliveira na década de 1970, terminam por garantir o rebaixamento dos custos de reprodução da força de trabalho.

Mas as propostas da Associação não se restringiam, contudo, à dimensão normativa. Uma solução prática também foi apontada:

O encaminhamento da solução está na transformação do camelô em comerciante regularmente estabelecido, organizado em empreendimentos comerciais coletivos mais ou menos no estilo dos shopping centers, mas com estrutura simplificada e muito mais barata - os “pop shoppings”. Estes seriam construídos através de uma parceria do poder público e da iniciativa privada. [...] A sugestão é bastante simples, factível e ancorada na mesma lógica comercial dos shopping centers. (ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO, 1994)

Evidentemente, a ideia não era exatamente nova. Propostas semelhantes já vinham surgindo em outras cidades do país, onde inclusive foram implementadas experiências de construção de shoppings populares antes mesmo da capital paulista, como ocorreu com a

“Feira dos Importados” em Brasília, criada em 1997 (CANEIRO, 2017), ou mesmo o Mercado Popular da Uruguaiana, no Rio de Janeiro, criado em 1994 (DURÃES, 2010). No entanto, essas experiências carregavam a imagem dos “camelódromos”, em que, fora o problema de ocupação das vias públicas, a presença dos aspectos negativos ligados aos camelôs permanecia – em especial aqueles relativos à sonegação, corrupção, contrabando, informalidade e pirataria. Nesse sentido, os camelódromos eram vistos como uma “solução tímida e inadequada”.

A proposta dos “pop shoppings”, por sua vez, era defendida como mais eficiente. A primeira tentativa de implementação desse projeto em São Paulo foi com o “Pop Center do Brás”, em 1998. O empreendimento se ergueu como fruto da cooperação entre a Prefeitura, o Sindicato dos Trabalhadores da Economia Informal e o SEBRAE. Além disso, contava com a administração de uma empresa especializada em gestão de estabelecimentos comerciais. No entanto, visto ter sido colocado em uma área fora da circulação habitual dos pedestres e consumidores regulares e a ausência de publicidade eficiente, o projeto fracassou, não conseguindo adesão dos comerciantes (GUERREIRO, 2000). No entanto, mais de 10 anos depois, após a dinamização do comércio do Brás, a pretendida modernização desse mercado tem encontrado um ambiente mais oportuno e obtido relativo “sucesso”.

## **6.2. Sobre a empresarização do comércio: uma perspectiva comparada**

Nos últimos anos temos assistido à mobilização de grandes investimentos para a “modernização” dos mercados populares. Isso demonstra o reconhecimento de que estamos diante de um universo com uma circulação substantiva de riqueza. E isso não se restringe apenas à atividade específica de compra e venda de produtos de origem indiscernível – que podem ser resultados de contrabando, de trabalho escravo ou tão “legais” quanto em qualquer grande empresa capitalista. Como demonstrado, a riqueza produzida ali também está relacionada a toda a rede de produção e serviços que gira em torno do comércio e dá suporte ao turismo comercial, movimentando circuitos em muito distantes desses territórios, quais sejam a produção das mercadorias em diferentes localidades, serviços de transporte, hotéis, restaurantes, mercados financeiros, etc.



Vale observar que os avanços de novos investidores e a criação de novos modelos de gestão do comércio popular não é uma especificidade da cidade de São Paulo, como mostram pesquisas registrando processos semelhantes em Belo Horizonte (ARAÚJO FILHO, 2018), Porto Alegre (KOPPER, 2015a), Cuiabá (FONSECA, 2018) no Polo do Agreste Pernambucano (VERAS DE OLIVEIRA, 2013; SÁ, 2018), entre outros. Tampouco é um fenômeno verificado apenas no Brasil. Um conjunto de estudos têm apontado estratégias de reordenamento dos espaços urbanos de mercado associados ao consumo popular em diversos países, como na Argentina (KOPPER, 2015b), México (CROSSA, 2016), Equador (BROMLEY, 1998), Peru (BROMELY; MACKIE, 2009), África do Sul (SKINNER, 2008) e também em países mais desenvolvidos, como demonstra Gonzáles e Waley (2013) no caso de cidades inglesas.

Os discursos que orientam as ações de incidência sobre os mercados populares partem de diferentes questões – propostas de revitalização urbana, segurança pública, combate à informalidade – que convergem no mesmo ponto: a necessidade de ordenar essas atividades comerciais de modo a controlar determinados “ilegalismos” – no sentido de Foucault (2010). Ao mesmo tempo – e este é o elemento novo nesses processos –, são identificadas as possibilidades econômicas naquilo que antes era visto quase exclusivamente sob o prisma da precariedade. Logo, não se trata mais de gerir o comércio popular apenas como um problema urbano e trabalhista, mas de enxergar nesses mercados possibilidades de investimento e lucro.

Para então sobre os mercados populares uma ambivalência entre seu papel desbravador de um nicho econômico importante e o estigma da atividade que o promoveu. Como vimos, o mesmo comércio ambulante que ajudou a construir a fama comercial da região do Brás é associado ao processo de degradação urbana e a práticas ilegais – como circulação de produtos “piratas” e contrabandeados –, além de dificultar a circulação pelas vias públicas, de modo que sua repressão é vista como uma forma de “revitalizar” esses espaços. Essa mesma maneira de conceber os mercados populares como um problema urbano, assim como a formulação de estratégias para modernizá-los sob determinados padrões “civilizatórios” – o que significa uma estética mais adequada às classes médias –, tem sido verificada em diversas localidades por diferentes autores.

Bromley e Mackie (2009) destacam uma série de problemas geralmente concernentes às formas de representação dos mercados populares, entre eles o congestionamento das vias, a falta de higiene, a produção de lixo, a disseminação de doenças e a criminalidade, dada a grande concentração de pessoas e a dificuldade de controle dos movimentos humanos e de mercadorias. Spector (2008) observa a partir de estudo sobre um grande mercado popular em Almaty, no Cazaquistão, que as iniciativas políticas e a mobilização de significativos recursos econômicos e administrativos para a reestruturação dos espaços de mercado se justificam publicamente como um esforço para tornar “legíveis”, do ponto de vista do controle estatal, esses “espaços de desordem”. No entanto, esses reordenamentos também expressam interesses econômicos, na medida em que são identificadas oportunidades de apropriação da riqueza que circula em torno dessas atividades, e o que entra em disputa é justamente a possibilidade de controle desses mercados reconhecidamente lucrativos (SPECTOR, 2008).

No caso de São Paulo, Freire da Silva (2014) já destacou parte desse processo ao analisar o crescimento da demanda por espaços nos shoppings populares associando esse movimento ao recrudescimento da repressão ao comércio de rua, o que fez convergir investimentos privados e produção violenta da ordem urbana. Hirata (2014) também discutiu essas mudanças apontando a tendência de formalização das atividades de comércio informal sob novos ordenamentos, que respondem concomitantemente tanto ao enquadramento via empreendedorismo quanto a estratégias de controle “militar-securitário” dos espaços da cidade. Situação parecida tem sido observada por Araújo Filho (2018) a partir do contexto empírico de Belo Horizonte, em que ações de “limpeza” urbana, cada vez mais militarizadas, se associam a propostas de combate ao trabalho informal dos “toreros” e identificam no confinamento do comércio uma medida para resolução conjunta desses problemas.

É considerando as lógicas e o formato das estratégias de exploração desse potencial econômico que observo um processo de “empresarização” do comércio popular; na região do Brás em particular, mas guardando afinidades com dinâmicas semelhantes em curso em outras localidades no Brasil e no exterior, como demonstrado.

Durães (2010), ao estudar o comércio no camelódromo da Uruguaiana, no Rio de Janeiro, já usa o termo para se referir ao que ele chama de “empresarização da rua”. No entanto, vale observar que ao se tratar de um camelódromo (espaço confinado, portanto), não é exatamente o comércio de rua que tinha sido empresarizado, mas as práticas de comércio popular, em sentido mais amplo, que passavam por reconfigurações. Marcar essa diferença, além de um esforço para “des-homogeneizar” o comércio popular, implica também no reconhecimento de importantes distinções produzidas institucionalmente e negociadas diariamente nas práticas cotidianas dos sujeitos – tal como se manifesta nas distinções capciosas entre camelôs e comerciantes no Brás. Ademais, há de se destacar que retirar o comércio da rua é uma questão central para os processos de empresarização dos mercados populares em geral, aparecendo tanto como estratégia de operação desses processos quanto como sua justificativa e fonte de legitimação. E esse é um dos aspectos que permitem a análise transversal das experiências situadas e processos semelhantes ocorrendo em outros lugares. Não obstante, a dinâmica contraditória dos sistemas que buscam atribuir algum estatuto formal a essas atividades, que Durães (2010) chama de “formalização às avessas”, certamente representam reconfigurações do trabalho no comércio popular, conduzindo a uma feição mais empresarial desses mercados, cujo desenvolvimento pode ser comparado a processos análogos em curso em outras situações.

Nesse sentido, o caso de Santa Cruz do Capibaribe merece registro. A cidade faz parte do “Polo de Confecções do Agreste Pernambucano”, composto também pelas cidades de Caruaru e Toritama. Santa Cruz é considerada como região de origem da *sulanca* (VÉRAS DE OLIVEIRA, 2013), a produção de confecções realizada com retalhos de tecidos trazidos do Sudeste. Numa região sem tradição industrial, a circulação desses retalhos alimentou um sem número de unidades produtivas familiares, cuja produção fez nascer um importante polo produtivo de confecções. Esse polo tem como principal sistema de comércio da produção às chamadas “Feiras da Sulanca”. Já há alguns anos, essas feiras, que tomavam as ruas das três cidades mencionadas – e ocupavam a posição ambígua de principal atividade econômica e problema para o desenvolvimento urbano –, têm sido deslocadas para shoppings populares. Junto com a mudança nos espaços de comércio, observa-se também um novo arranjo institucional na região, envolvendo atores públicos e privados, originados na dinâmica do polo ou exógenos, e que passaram a atuar

ali por perceber o potencial de crescimento das atividades locais (VÉRAS DE OLIVEIRA; PEREIRA, 2013). Entre as instituições envolvidas, destacam-se diferentes níveis do poder público, sindicatos, SEBRAE, SENAI, entre outras. As ações de modernização da infraestrutura e das atividades de produção e comércio vêm acompanhadas de políticas de formalização do polo, que se origina e se desenvolve marcado pela informalidade em seus múltiplos aspectos.

A partir da menção a essas situações e do que foi apresentado acerca das transformações no comércio do Brás – que é a principal referência empírica da análise –, acredito poder traçar as características principais do que chamo aqui de empresarização do comércio popular. Por “empresarização” entendo a ação combinada de três aspectos: 1) as mudanças infraestruturais, com os investimentos nos novos shoppings populares, bem como em hotéis e serviços para atender os consumidores; 2) a disseminação de novas formas de regulação, destacando-se predominantemente a conversão dos camelôs em microempreendedores através da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI); e, 3) no plano dos sujeitos, as novas formas de experienciar as atividades, com a incorporação do discurso empreendedor e naturalização da instabilidade característica do mundo do trabalho contemporâneo. A seguir, trato dessas dimensões de maneira mais detalhada.

### **6.3. Os shoppings populares**

Nos últimos dez anos, podemos observar a multiplicação de shoppings populares na região do Brás. São grandes espaços segmentados em lojas e boxes adaptados para a exposição e armazenamento das mercadorias a serem comercializadas. Esses novos empreendimentos são resultado do investimento de grupos privados que, com o apoio do poder público, trazem a promessa de modernização do comércio popular, o que, supostamente, resultaria em benefícios coletivos. Como argumenta Araújo Filho (2018), o “abrigo” do comércio nos shoppings tem se operado discursivamente como método de inserção social pelo mercado, o que, supostamente, melhoraria as condições de trabalho de sujeitos percebidos como excluídos do assalariamento. Isso se daria através

da conversão à “fantasmagórica” – tendo em vista a dificuldade de definição precisa – condição de “trabalhador formal” ou donos de um “negócio formal”.

A esses empreendimentos é associada a expectativa de atração de outros perfis de clientes para o comércio popular, bem como estão presentes discursos morais e políticos, uma vez que a conversão dos camelôs em microempreendedores que alugam espaços nos shoppings supostamente implicaria em redução das atividades criminais no comércio – principalmente pela maior possibilidade de controle dos produtos falsificados – e em mudanças estéticas nesses mercados, associados à pobreza e desordem.

Além disso, é manifesta a proposta de atender demandas do poder público, de parte dos consumidores e de segmentos da sociedade quanto à segurança e organização dos espaços e reverter a representação histórica do comércio popular urbano como espaços de sujeira, pobreza e precariedade das transações e dos produtos. Nesse processo, não apenas os consumidores e investidores seriam recompensados nesse negócio “rentável”, mas também os próprios trabalhadores, agora tratados como empreendedores, comerciantes ou mesmo “lojistas”.

É sustentado na imagem de um negócio “bom para todo mundo” que os shoppings populares têm se multiplicado pelo Brasil, especialmente em cidades onde o comércio de rua é identificado como um importante problema urbano. Lendo a contrapelo, quando o comércio popular é percebido como um “problema” (HIRATA, 2014), em geral significa que há grande concentração de atividades econômicas, com a presença de muitos comerciantes e intensa circulação de mercadorias e compradores, enfim, de riqueza. São justamente nesses espaços “problemáticos” que os shoppings populares aparecem como solução.

Assim, em contraste com a desordem e sujeira associadas ao comércio de rua, os novos shoppings populares podem oferecer ambientes modernos e infraestrutura semelhante aos shoppings centers convencionais. No entanto, os preços das mercadorias, a organização em boxes, o perfil do público alvo (principalmente sacoleiros) e a característica de comércio de atacado, fazem com que esses empreendimentos mantenham seu aspecto “popular”. Evidentemente, a faixa de preço e o perfil das mercadorias podem variar em cada shopping. Inclusive, alguns shoppings já têm sido construídos visando receber um perfil de sacoleiro que busca mercadorias de maior qualidade, em geral para revender em lojas que atendem às classes médias nas suas cidades de origem. “Não compro muito na

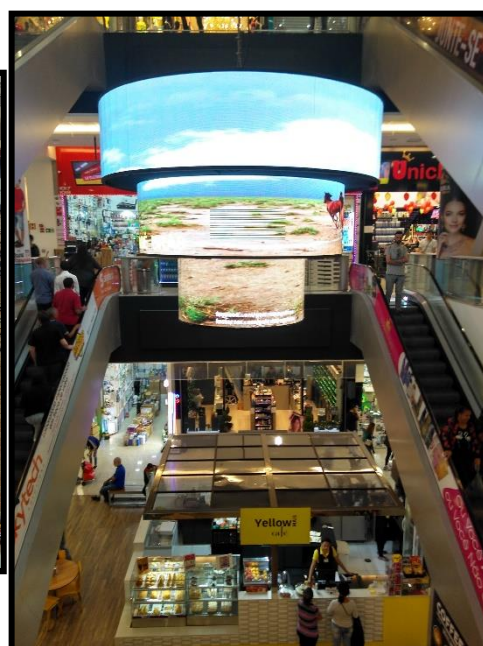
Feirinha porque não atende o meu perfil de cliente; costumo ir mais no Mega Polo e no Vautier Premium [shoppings com melhor infraestrutura e cujas mercadorias são consideradas de melhor qualidade]”, disse-me certa vez um proprietário de lojas no interior de São Paulo que se abastece no Brás. Em outra oportunidade, Jorge, um comerciante da Feirinha que também trabalha no Shopping Porto Brás, um dos novos shoppings da região, tentou me explicar as mudanças no comércio do Brás através da comparação entre os dois espaços:

Isso aqui pra Brás é velho [referindo-se à Feirinha. Ela [a Feirinha] começou isso daqui. Mas hoje, no Brás, a clientela quer segurança, uma praça de alimentação, eles querem lugar iluminado. Olha isso. Isso daqui é uma favela. A clientela hoje exige uma certa...entendeu? E aqui não evoluiu. Na minha opinião. E olha que eu sou daqui [da Feirinha]. Em contrapartida, lá onde eu estou [no Shopping Porto Brás], no Vautier, pra lá evoluiu. E é por isso que essa clientela hoje vazou pra lá. Eu não tô falando mal da feira. Eu tô dizendo que ela não evoluiu. [...] o cliente quer comodidade. Eu senti isso. Ele quer uma boa iluminação, ele quer uma praça de alimentação, ele quer um bom banheiro, ele quer tudo isso. E ele paga por isso! Porque lá no Porto, para usar o banheiro é um real cada pessoa. E ninguém reclama. A lanchonete, na lanchonete do Porto, um pão de queijo e um café com leite custa 6,50. O que eu comi lá hoje: eu comi um misto frio – um pãozinho com uma fatia de queijo e presunto – mais um café com leite. 12 reais. Nossa! Pago. Acabou, é assim. Infelizmente. (Jorge)

#### FIGURA 14 - OS SHOPPINGS POPULARES



*Galeria Pagé Brás*







*Shopping Vautier Premium*



*Shopping Vautier*





*Shopping*

*Mega Polo Moda*

Segundo notícia do jornal O Estado de S. Paulo<sup>34</sup>, hoje seis famílias são proprietárias de 11 shoppings na região do Brás, num patrimônio estimado em R\$1,6 bilhão. Esses empreendimentos, em particular, são resultado do investimento de empresários de origem árabe e judaica –, e, ainda de acordo com a notícia, foram criados para “concorrer com os camelôs que sempre dominaram as ruas durante a noite”. Entre discursos antipirataria e contra a “bagunça” promovida pelo comércio popular, esses novos espaços de comércio se mostram como mais legítimos perante o Estado e setores da sociedade. Contudo, mais do que concorrer, os shoppings se beneficiam de um nicho econômico criado pelas atividades que buscam extinguir.

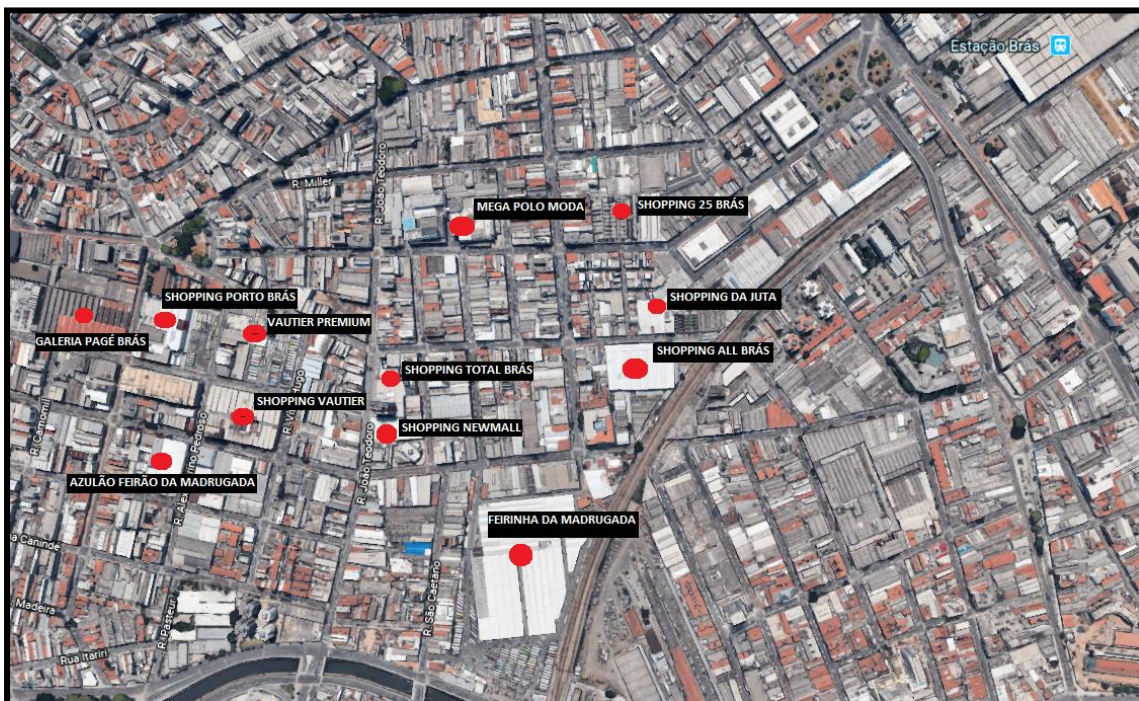
Muitos desses e outros shoppings na região funcionam em antigos galpões industriais, como o shopping Vautier, que ocupa o prédio antes utilizado pela fábrica de biscoitos Tostines. O horário de funcionamento desses empreendimentos busca acompanhar a dinâmica criada pelo comércio da madrugada e aproveitar o horário comercial diurno, indo das 2h até por volta das 16h. É importante destacar que o extenso horário em que funcionam só é possível pelas longas jornadas de trabalho realizadas pelos comerciantes que alugam boxes e lojas em suas dependências.

---

<sup>34</sup> Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,um-imperio-bilionario-do-varejo-no-bras,70002249579>>, Acesso em 19/01/2019.



FIGURA 15 - PRINCIPAIS SHOPPINGS DO BRÁS



Fonte: Elaboração própria a partir do Google Earth

Ademais, esses empreendimentos são muito mais do que simples espaços comerciais. Efetivamente, funcionam como dispositivos econômicos e de disciplinamento do trabalhador comerciante. Como observa Vêras de Oliveira no caso dos centros de compras no Polo de Confeções do Agreste Pernambucano, “suas implicações têm sido duras para os feirantes, submetidos a um ‘rigoroso recadastramento e a uma ação permanente de ‘fiscalização’ dos mesmos e de controle de seus espaços (incluindo o uso de câmeras, instaladas em diversas partes da *feira*)” (VÉRAS DE OLIVEIRA, 2013, p.250). O mesmo foi verificado por mim no Brás. “Está vendo? Esses aí são seguranças disfarçados? Você acha que eles estão aqui para proteger a gente? Eles estão aqui para fiscalizar a gente”, afirmou um comerciante na Feirinha da Madrugada, poucos meses após esta passar à administração de um consórcio privado.

Claramente, mercadorias ilegais continuam a ser comercializadas em determinados shoppings e galerias comerciais. Os comerciantes já sabem em quais espaços a venda desses produtos será aceita e em quais será constrangida ou mesmo interdita. Da mesma forma, os consumidores sabem em quais galerias encontrarão falsificações de grandes marcas. Como observa Araújo Filho (2019), os shoppings podem aparecer como

extensões dos mercados, das sociabilidades e circuitos da rua, mas agora mediados por novos interesses capitalistas típicos da globalização por baixo – e, acrescentaria eu, cada vez mais mobilizados pelos circuitos econômicos hegemônicos, no sentido dado por Ribeiro (2010).

Se na rua esse comércio de mercadorias piratas é mais reprimido, nos espaços fechados é negociado. Em geral, não individualmente, mas no “atacado” (HIRATA, 2014). Alcione, por exemplo, trabalha em uma galeria e comercializa réplicas de marcas de roupas conhecidas que ela mesma fabrica. Ela paga mensalmente R\$800 para o segurança da galeria, assim como os outros comerciantes. “Uns pagam mais, outros pagam menos, depende do tanto de mercadoria, do tamanho da banca, sei lá”. O segurança, supostamente, repassa o dinheiro coletado para algum agente do Estado responsável pela fiscalização e apreensão de mercadorias ilegais. “Pra eles não virem aqui [na galeria]. [...] Eles pagam pra polícia federal, polícia civil, sei lá”. Ainda assim, “de vez em quando eles vêm”. Nesse sentido, ainda que sujeita a quebras, a negociação de mercadorias políticas (MISSE, 2006) é o que vai permitir que uma galeria ou um shopping no Brás distribua grande quantidade de produtos falsificados e um haitiano seja violentamente reprimido na rua pela mesma prática.

Por outro lado, em muitos dos novos shoppings, sobretudo os mais modernos, certo regramento das condutas e das formas comerciais é verificado. O respeito a essas regras é implementado pelos contratos, pelos investimentos necessários e pela fragilidade da condição de locatário nesses empreendimentos. Alguns shoppings têm regras mais ou menos rígidas quanto à proibição do comércio de pirataria, forma de exposição das mercadorias e horários para abertura e fechamento dos boxes, que, se não cumpridas, podem levar à quebra contratual e expulsão do comerciante. Tendo em vista os investimentos em luvas<sup>35</sup>, aluguéis e construção de clientela, esse é um risco que não vale a pena correr. Além disso, a distância entre os comerciantes e as pessoas que controlam efetivamente os shoppings dificulta formas de organização coletiva para a disputa dos modos de organização ou resistência a ações consideradas injustas (como aumento excessivo dos aluguéis). Diferentemente do que se verificava na Feirinha em relação aos

---

<sup>35</sup> “Luva”, no jargão empresarial, refere-se ao valor pago pelo inquilino por conta do valor comercial adquirido por determinado ponto. É uma prática comum em pontos comerciais, em geral sendo cobrada apenas uma vez, no momento da entrada do inquilino. Mas dada a fragilidade dos contratos no comércio popular, há relatos de cobranças anuais e o valor tende a variar com a dinâmica do fluxo comercial de cada shopping.

membros das administrações e à própria prefeitura, percebidos como “quase patrão” dos comerciantes (HIRATA, 2014).

Isso não quer dizer que os comerciantes se vejam apenas como oprimidos pela dinâmica fria do mercado e dos contratos. Há também consentimento e legitimação da relação de propriedade e locação, bem como da dinâmica mercadológica que informa as altas dos preços dos aluguéis e dos serviços nos shoppings mais valorizados. Afinal, como já observou Durkheim (2010), qualquer contrato só é efetivo na medida em que que tenha conseguido justificar seu “valor social”. No caso, o valor social é identificado na suposta maior capacidade de organização e potencial de desenvolvimento atribuído à gestão privada. “Pago. Acabou, é assim. Infelizmente”, diria Jorge. Este ainda valoriza o maior regramento existente nos mercados em relação ao que é percebido na Feirinha:

Eu pago um aluguel [no Shopping Porto Brás]. Então a hora que eu quiser sair, eu tenho um depósito na casa, então acabou. Lá é assim: “Não pode? Não dá? Não tem problema”. Porque o dono não quer saber. Ele quer dia 28 receber o aluguel. Se eu não posso pagar, sai. Lá não tem esse negócio, “ah, eu não posso”. Não! Ele me alugou um espaço. Eu não posso, eu saio. Não é? É assim que funciona. [Pergunto se ele acha melhor assim] Não é que acho melhor. Eu gosto de coisa que tem regras. Aqui, infelizmente, não tem. E olha que eu sou daqui. Eu sou daqui da Feirinha. Mas aqui não tem regras. Tudo que você marca aqui, o povo daqui mesmo não concorda. Parece que o povo quer que continue assim. (Jorge)

A partir disso, percebe-se o papel de normalização das condutas no interior dos shoppings, que, enquanto modelo de desenvolvimento para o comércio popular, tende a ser tomado como caminho a ser seguido. Ao mesmo tempo, verifica-se a naturalização da lógica do mercado, em que participa quem puder arcar com os custos. Ainda que, contraditoriamente, o mito fundador da empresarização do comércio tenha sido a inclusão dos trabalhadores já atuantes nesses mercados em formas mais virtuosas de trabalho, predomina a “racionalidade neoliberal” (DARDOT; LAVAL, 2016), no sentido da responsabilização individual pela manutenção do trabalhador nesse novo modelo comercial. “É assim que funciona”.

Ao mesmo tempo, é ainda mais evidente a dimensão dos shoppings populares enquanto dispositivo econômico. Primeiramente, há os aluguéis pagos pelos comerciantes, que nas

galerias mais movimentadas podem facilmente ultrapassar os R\$ 5 mil nos boxes e R\$ 15 mil nas lojas. Além disso, existe a possibilidade de exploração econômica de serviços como estacionamentos, praças de alimentação e hotéis. Até os banheiros são cobrados em muitos desses shoppings. Mais recentemente, outras estruturas para comércio dentro dos shoppings têm sido criadas, os chamados “baús”. Estes são como caixas de madeira que servem ao mesmo tempo como mesa para exposição das mercadorias e armazenamento de algum estoque. Visto o espaço ser pequeno, os comerciantes ainda podem alugar armários no mesmo shopping para guardar parte da mercadoria que não cabe no baú. Esta modalidade comercial atende tanto comerciantes menos capitalizados quanto serve como “ponto avançado” para boxes e lojas do mesmo local. O preço para o aluguel de um baú em um shopping com grande circulação pode atingir R\$4 mil mensais.

**FIGURA 16 – OS BAÚS**



Durante os primeiros anos da multiplicação dos shoppings em São Paulo, verificou-se o aumento na demanda no mercado imobiliário em relação aos prédios comerciais resultante, principalmente, da procura de alternativas pelos ambulantes expulsos das ruas (FREIRE DA SILVA, 2014). Essa “demanda produzida” pela repressão ao comércio ambulante, impactou no valor dos boxes nas galerias e shoppings do Brás, que chegou a

superar o preço de lojas comerciais em regiões mais nobres e associadas ao consumo de luxo, como a Rua Oscar Freire<sup>36</sup>.

No entanto, isso não significa que o comércio de rua tenha diminuído, mas que a intensificação do seu combate denota o processo de legitimação estatal de um outro modelo de comércio popular, cujo protagonismo dos grandes investimentos privados precisa ser garantido. Como afirma Freire da Silva:

[...] há valorização imobiliária em curso em toda a região da 25 de Março, Santa Ifigênia e Brás, mas não por conta da diminuição dos ambulantes nas ruas, e sim pela centralidade que a atividade comercial das galerias e feira da madrugada vem assumindo para toda a região” (*idem*, p.76, 2012).

Por outro lado, em um momento posterior já era possível observar o crescimento do número de comerciantes nesses espaços sem que houvessem passado pelo comércio ambulante. Ou seja, é a entrada de novos perfis de trabalhadores no comércio popular após o desenvolvimento dos processos de empresarização, que também tem a ver com novas formas de regulação desse trabalho, oferecendo ao mesmo tempo apoio formal ao trabalhador e novas balizas de identificação e distinção.

#### **6.4. O MEI e a formalização do comércio popular**

A principal estratégia de formalização dos comerciantes do Brás, assim como em diversas outras ocupações informais, tem se dado através do programa Microempreendedor Individual (MEI)<sup>37</sup>. O MEI é uma figura jurídica criada através da lei complementar 128/2008. A principal intenção manifesta para a criação do programa foi desenvolver uma alternativa menos burocrática para que trabalhadores informais viessem a regularizar seus empreendimentos. Esse programa deu continuidade à trilha aberta desde 2006, quando da

---

<sup>36</sup> Informação disponível em <<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/aluguel-no-bras-sai-mais-carro-que-na-oscar-freire/>>, Acesso em 23/08/2018

<sup>37</sup> A evolução no número de empreendedores individuais no Brasil é extraordinária. Se em 2010 o número de trabalhadores classificados nessa categoria era estimado em pouco mais de 700 mil, em 2015 esse número salta para mais de 5 milhões de pessoas (DIEESE, 2017).



criação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, que buscou oferecer condições diferenciadas para a formalização de pequenos negócios.

Na prática, o MEI aparece como uma forma relativamente barata e pouco burocrática de abrir a própria empresa. Após se formalizarem como MEI, trabalhadores antes desprotegidos por qualquer cobertura legal podem ampliar seu acesso a créditos bancários e acessar benefícios sociais tais como auxílio-doença, aposentadoria por idade ou invalidez, salário-maternidade, pensão e auxílio reclusão.

Importante notar que, ao inserir em um registro legal via empreendedorismo segmentos historicamente informalizados, o MEI inaugura um modelo de reconhecimento de direitos que corre numa matriz distinta daquela que orientava a ampliação dos direitos sociais via extensão do assalariamento (COLBARI, 2015). Em outras palavras, é sob a forma empresa que trabalhadores historicamente marginalizados passaram a acessar os “direitos do trabalho”.

De qualquer forma, o papel do MEI enquanto possibilidade de combater a informalidade foi bastante comemorado por alguns analistas, que identificaram o programa como uma estratégia que:

[...] dá musculatura ao sistema previdenciário por elevar a densidade contributiva, incluindo novos grupos de trabalhadores antes desprotegidos. Esse incentivo aumenta a eficiência do sistema e, ao mesmo tempo, redistribui. Em poucos anos, milhões de pessoas tornaram-se MEI, aderindo ao regime geral da Previdência.

Podem aposentar-se apenas por idade, mas terão direito a um benefício no valor integral do piso previdenciário. Assim, pelo lado dos benefícios previdenciários e do seguro social (RGPS), caminha-se para uma cobertura crescente, ampla e que, a partir de status, condições e contribuições diferenciados, assegura um conjunto de direitos equivalentes e uniformes. (LAVINAS, 2015, p.5)

O benefício previdenciário proporcionado pelo MEI, contudo, garante apenas a aposentadoria no valor de um salário mínimo, remuneração abaixo da que é alcançada por muitos trabalhadores informais, o que explica em parte o modo instrumental que alguns comerciantes entrevistados lidavam com essa figura. Em alguns casos ficava

explícita a dimensão pragmática e imediata da formalização, que colocava em segundo plano a avaliação dos benefícios proporcionados pelo MEI em termos de proteção social. “Eu fiz [o MEI] mais porque falaram que ia ser obrigado aqui na Feirinha. Acabou que tem um monte de gente sem e está aí. [...] Então, a bem da verdade, não muda muito [ter o MEI]”. Essa fala foi extraída de uma entrevista com Pará, comerciante na Feirinha. Apesar de reconhecer os benefícios de alguns direitos associados ao MEI – ele menciona principalmente o auxílio saúde, visto que uma das maiores preocupações dos autônomos é a ausência de remuneração no caso de não trabalhar por conta de alguma doença –, Pará deixa claro que talvez não se formalizaria caso não houvesse ameaça de obrigatoriedade.

Sem entrar no mérito das relações macroestruturais – em que seria legítimo argumentar que, de fato, os benefícios vinculados à formalização oferecem uma maior margem de segurança social, sobretudo em uma ocupação tão instável –, temos que, no nível das racionalidades que orientam a adesão ou não dos sujeitos, o acesso à previdência não chega a seduzir essa classe específica de trabalhadores do comércio popular. Ou, pelo menos, não é um fator decisivo para a formalização. Sem dúvida, para outros segmentos de trabalhadores informais, a possibilidade de acesso à previdência exerce um peso muito mais relevante nesse engajamento. Entre os trabalhadores relativamente estabilizados no comércio popular, porém, existem outras formas mais efetivas e rentáveis de buscar estabilidade futura, como adquirir casa própria e investimento em imóveis (RANGEL, 2015). Vale dizer, no entanto, que ainda mais significativa é a ausência de qualquer planejamento futuro objetivo.

Por outro lado, ainda em termos econômicos, o MEI se mostra bastante atrativo para esses comerciantes quando se trata do maior acesso a crédito e à possibilidade de emissão de notas fiscais. Não que sejam emitidas notas para todas as transações, ou mesmo para a maioria delas, mas a possibilidade de fazê-lo é um diferencial e impede que o comerciante perca vendas pela ausência de nota. O MEI não tem obrigação de emitir nota nas operações de venda de mercadorias para o consumidor final, ou quando o destinatário estiver inscrito no CNPJ e emitir nota fiscal de entrada (§ 1º do artigo 106, da Resolução CGSN nº 140, de 2018). Além disso, o microempreendedor individual não paga imposto pela emissão de notas. No entanto, o comerciante consegue descontos na compra de

mercadorias sem nota fiscal junto ao fornecedor, o que pode gerar um conflito contábil na emissão de nota ao cliente.

Em uma das entrevistas, Davi explica porque é importante ter a possibilidade de emitir a nota, tendo a vista a fiscalização dos ônibus de viagem dos sacoleiros. Ao mesmo tempo, visto que apenas parte das mercadorias que ele compra é adquirida com nota fiscal, evita-se ao máximo emitir os comprovantes aos clientes, uma vez que parte do lucro vem justamente do não pagamento dos impostos, no caso, no momento da aquisição das mercadorias.

Até mesmo porque se a gente for tirar nota de tudo, a gente não ganha nada. Porque o lucro da gente que trabalha aqui no atacado é bem pouco. Então a gente tem que ganhar no que gira. Se a gente for tirar nota, fica tudo na nota e não ganha nada. [... ] mas não é todo cliente que pede nota. Só alguns que pedem. Mas eu dou um jeito. A gente vai dando um jeitinho para não tirar muita nota. Eu converso com eles. Mas aí, chegando o fim de ano, eu vou dar nota. Para os clientes que quiserem nota, eu vou dar nota para todos. Porque é mais perigoso para eles viajarem. Tem mais fiscalização. Então é perigoso você perder a mercadoria. (Davi)

A realidade do trabalho no comércio popular é mais complexa do que supõe a imagem construída por um arquétipo de economia popular centrado na subsistência. Sendo assim, outro fator que pode ter contribuído para o aumento da adesão desses trabalhadores ao MEI foi a ampliação do teto de rendimento anual estabelecido para o enquadramento nessa figura jurídica. Inicialmente, quando da criação do MEI, ficou estabelecido que o faturamento anual do microempreendedor individual não poderia ultrapassar os R\$36 mil; em 2011, esse valor foi alterado para R\$60 mil e, mais recentemente, a partir de 2018, o teto anual foi ampliado para R\$81 mil. Tendo em vista o aumento expressivo dos limites estabelecidos à renda do microempreendedor, pode-se dizer que o MEI visa incidir sobre uma definição mais ampla de informalidade, que dissocia a categoria do tema específico da marginalidade, incorporando tanto formas de “viração” quanto profissionais mais qualificados que atuam sem registro (COLBARI, 2015), como também demonstra Rosenfield (2017).

Ocorre que, antes desta última alteração no teto do MEI, alguns comerciantes que chegavam a ganhar mais de R\$60 mil por ano precisavam tomar cuidado para manter a



declaração de rendimentos no patamar estabelecido. Para isso, o controle dos valores que passam pelos circuitos formais – notas fiscais, bancos, máquinas de cartões – precisa ser feito com atenção. É aí que entra o papel dos contadores. Durante a pesquisa de campo em 2016, verifiquei que havia uma contadora prestando serviços para muitos comerciantes na Feirinha da Madrugada, inclusive para um dos meus principais interlocutores. Segundo ele, meses antes ela havia passado pelos boxes entregando o cartão de visitas e oferecendo seus serviços. Esta contadora seria especializada em realizar a contabilidade de MEIs no comércio popular. Além de instruir os comerciantes sobre o funcionamento da microempresa, parte importante de seu trabalho era impedir que estes extrapolassem (oficialmente) o teto do MEI.

Nesse processo de gestão dos rendimentos detectáveis, aspectos da sociabilidade entre os comerciantes da Feirinha também sofreram alterações. Exemplo disso é a interrupção do compartilhamento das máquinas de cartão de crédito. Tradicionalmente e por cortesia, os comerciantes que usavam máquinas de cartão costumavam emprestar o equipamento aos vizinhos que, por algum motivo, não as tinham. Assim, evitava-se que o colega perdesse a venda pela falta do recurso. O comerciante que tomava emprestada a máquina, em geral, era imediatamente ressarcido no mesmo valor pago no cartão ou, em casos de valores mais altos, fazia-se a anotação e o valor era pago em outro momento. No entanto, como as máquinas podem ser associadas ao MEI, essa prática se tornou menos comum.

Tem que controlar aqui na maquininha, justamente. Uma época aqui eu emprestava minha maquininha para um chinês, né, um conhecido aqui chinês. Os caras passavam mil, mil e quinhentos [reais], aí depois eu falei “não”. A Maria aqui, minha amiga, sempre me ajudou a fazer a declaração. Ela falou “Ivo, tem que ter muito cuidado. Se não quando for fazer lá a sua declaração, se você vai declarar um valor e você passou outro, você vai ter problema com a receita”. Então depois eu comecei a ter muito cuidado com isso. Mas graças a Deus eu não tive problema não, com a receita nenhum. (Ivo)

Outro ponto importante, é a atenção com a circulação do dinheiro nas contas bancárias. Davi, por exemplo, evita fazer excessivas transações bancárias, prefere pagar em

dinheiro<sup>38</sup> as mercadorias que adquire junto ao fornecedor. Quando o comerciante vende uma peça, na verdade só parte desse valor pertence a ele, a outra se refere ao custo da mercadoria que ele pagou ou precisará pagar. Logo, se ele depositar os valores totais no banco, estará movimentando uma quantia que não lhe pertence completamente enquanto lucro. Por isso tem receio de ter problemas fiscais. E saber contornar essas questões é fundamental para se manter nessa atividade.

Às vezes você nem está movimentando tanto o dinheiro que entra, o seu, mas os dos outros. [...] A movimentação no Banco é o seguinte, porque o lucro seu é pouco, aí você vai lá, você vendeu hoje aqui, vendeu cinco mil. Seu lucro não é cinco mil. Aí você deposita ele no Banco, e quando for amanhã você tem que tornar a transferir para pagar a conta. Você acabou movimentando dinheiro que não era seu todo, porque você tem que pagar a mercadoria. É melhor você pegar, se você vendeu cinco e vendeu mais cinco você junta dez, e compra mercadoria e fica com seu lucro em cima da mercadoria.

De fato, através do MEI muitos trabalhadores antes considerados informais adquiriram estatuto legal para seus negócios. No entanto, como foi verificado, isso não significa a plena inserção das atividades em bases formais. O MEI, na prática, estabelece outros parâmetros para as conexões praticamente indissociáveis entre empresa formal e práticas informais/ilegais, fórmula que talvez possa ser expandida para praticamente todas as formas de trabalho no Brasil contemporâneo. Em qual estatuto formal inserir um comerciante MEI que vende artigos piratas? Ou que comercializa mercadorias produzidas em condições análogas à escravidão? O MEI formaliza aspectos de determinadas atividades inseridas em relações socioeconômicas informais e ilegais, e que têm esses elementos como condições para o seu funcionamento. Na prática, numa escala um pouco mais distante, o que ocorre é a definição – em um universo determinado – daquelas práticas que serão mais ou menos criminalizáveis. Ou seja, uma versão situada da “gestão diferencial dos ilegalismos” (FOUCAULT, 2010).

É preciso dizer também que, apesar da grande adesão dos comerciantes a essa estratégia de formalização, não se pode pensar seu “sucesso” sem considerar a dimensão da coerção

---

<sup>38</sup> A prática de guardar o dinheiro em espécie, evitando os depósitos bancários, é também um dos principais riscos para os comerciantes, que se tornam alvos notáveis de assaltos a residências.

e do diferencial de poder (econômico e político). Atualmente, muitos dos shoppings populares da região exigem que os comerciantes tenham empresa aberta. Assim, registrar-se como MEI ou abrir empresa sob alguma outra figura se tornou uma pré-condição para trabalhar nos principais espaços de comércio do Brás. Se lembrarmos que a repressão ao comércio de rua foi importante para o êxito e multiplicação dos shoppings e galerias, é possível então traçar uma conexão entre o uso da força estatal, estímulo ao capital (via investimento nos shoppings) e aumento da formalização.

Para além dos benefícios econômicos do MEI, também estão presentes aspectos simbólicos que impulsionaram a formalização dos trabalhadores. É um aspecto importante da já mencionada distinção simbólica entre camelôs e comerciantes, ainda que não seja o critério definitivo. Na perspectiva de Lina, comerciante na Feirinha: “mesmo que cara não tiver o registro, ele não for MEI. Mesmo que ele não tiver. Porque às vezes ele não é [MEI], mas ele fabrica. Ou ele é vendedor, ele tem o box dele. [...] ele está trabalhando direitinho”.

A partir da fala de Lina, é possível reconhecer que a formalização – aqui através do MEI –, surge como a chancela institucional de um novo perfil de trabalhador do comércio popular. É o comerciante que não admite mais ser confundido com o camelô e com outras terminologias associadas a ele – torero, muambeiro, marreteiro, etc. A formalização, ainda que mantenha determinados ilegalismos fundamentais para o funcionamento da atividade, aponta para o caráter mais moderno e empresarial que se quer imprimir ao comércio popular. O que não se encerra na figura jurídico institucional, mas demanda um novo tipo de “modo de vida”, outra forma de se engajar e experienciar esse trabalho.

### **6.5. Novas formas de engajamento no comércio popular**

As transformações recentes no comércio popular, analisadas aqui a partir do caso paulistano, têm se materializado em reordenamentos dos espaços de comércio, na formalização de aspectos dessas atividades e, conseqüentemente, em novos modos de perceber, experienciar e construir expectativas nesse trabalho, que cada vez mais se mostra distante da mera busca pela sobrevivência.

Considerando essa conjuntura, vale traçar as semelhanças com aquilo que foi observado por Kopper em Porto Alegre, onde a empresarização do comércio, com a construção de um novo camelódromo, teve a intenção de “promover uma nova instilação econômica, tratando de reconduzir a classe média – em permanente expansão – para esses espaços” (KOPPER, 2015a, p. 593). A construção desse camelódromo responde ao que venho chamando de empresarização do comércio na medida em que, além de remover sujeitos e práticas indesejáveis à economia formal, submetia os que permaneceram à conversão compulsória à imagem do microempresário, buscando construir assim uma nova “subjetividade comercial” (KOPPER, 2015a).

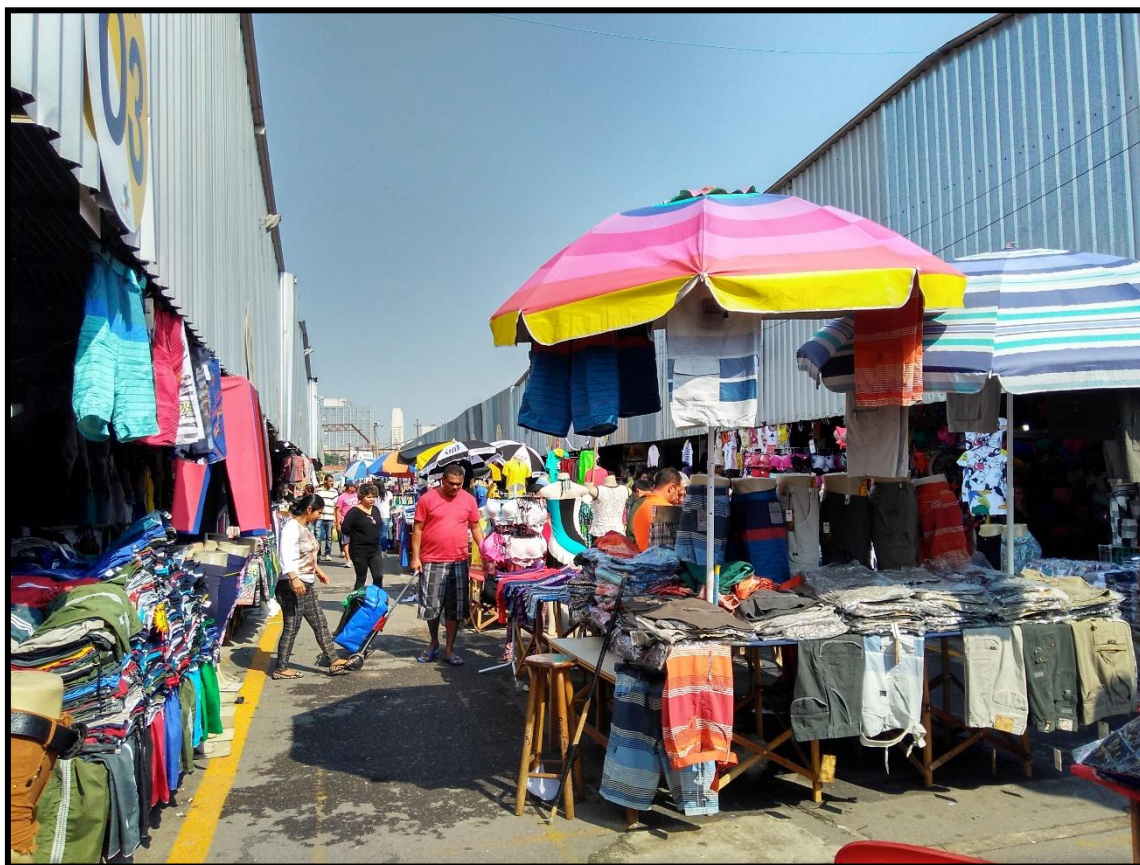
Kopper observa que isso também promoveu a ascensão de um novo perfil de comerciante, “arrojado, atento às tendências da moda e do consumo atuais, preocupado com as oportunidades do momento e em estar à frente de seus colegas” (KOPPER, 2015a, p. 594). Com efeito, novas hierarquias foram estabelecidas entre os comerciantes, no caso, entre aqueles dotados de maiores habilidades comerciais dentro desse novo paradigma e “aqueles que, sem essa sensibilidade, deveriam se contentar com lucros menores, sonhos de expansão mais pacatos” (KOPPER, 2015a, p. 594).

Reconhecendo certo padrão no desenvolvimento desses processos, recupero aqui o trabalho de Bromley e Mackie (2009) em Cusco, onde, nos novos centros comerciais criados para abrigar os comerciantes expulsos do centro da cidade, estes foram instigados, quando não coagidos, a modernizarem seus hábitos comerciais, inclusive em termos práticos, como a forma de disposição das mercadorias e manutenção de livros de contabilidade. Diferentemente do que tem ocorrido no Brás, em que o poder público delega a empresarização do comércio popular à iniciativa privada e garante o apoio repressivo, em Cusco, esse processo foi protagonizado por ações municipais, em que o objetivo explícito foi atrair e promover um perfil de comerciante mais “profissional” (BROMLEY; MACKIE, 2009); nesse sentido, todas as experiências mencionadas vão na mesma direção.

Na Feirinha da Madrugada, a tensão entre perfis distintos de comerciantes era evidente. Haviam os camelôs de longa data, que lidavam com o comércio apenas como uma forma de ganhar a vida – em geral percebida como mais livre e mais rentável do que as

possibilidades efetivamente existentes de emprego –, e um perfil mais “moderno” de comerciante – leia-se, mais imerso na lógica empreendedora –, que via nesse trabalho a possibilidade de ascensão social e econômica por meio do desenvolvimento do próprio negócio. Os comerciantes frequentemente culpavam o comportamento dos camelôs pela desorganização da Feirinha e pelas práticas ilegais que conduziam a batidas policiais e suspensão do funcionamento do espaço. Nas palavras de Marcos, “se não fosse esse povo que só pensa no agora [se referindo aos camelôs], isso aqui [a Feirinha] seria um show. Mas é terra de ninguém”. Na ocasião, ele criticava alguns vendedores que colocaram tripés com as mercadorias no corredor principal da Feirinha. Esses vendedores tinham seus boxes em posições menos privilegiadas, por onde circulavam menos pessoas. Por isso, usavam os tripés como uma forma de atração de clientes ou mesmo como uma estratégia desesperada para conseguir vender alguma coisa no dia. “Isso aí é tudo passa fome”, sentenciaria Bahia, comerciante de relativo sucesso na Feirinha e que começou como camelô.

**FIGURA 17 - TRIPÉS MONTADOS IRREGULARMENTE NA FEIRINHA**



Já nos shoppings essa tensão tende a ser mais difusa, visto que, como mencionado, a obrigação de formalização – que, por si só, carrega certa responsabilidade na gestão do negócio – e as regras internas de ordenamento de cada shopping acabam por atuar normalizando as condutas e moldando ou atraindo comerciantes com uma perspectiva mais empresarial. Pedro é representativo desse novo perfil.

Pedro é nascido na cidade de São Bernardo. É casado, tem uma filha de 7 anos e mora em casa própria no município em que nasceu. Quando o entrevistei, em 2016, ele tinha um box no shopping All Brás, pelo qual pagava R\$3,5 mil de aluguel. O ponto de Pedro não era bem localizado, boxes em pontos melhores chegavam a custar R\$5 mil ali.

O primeiro emprego de Pedro foi como auxiliar administrativo numa empresa de elevadores, após ter feito um curso técnico numa escola patrocinada pelo Rotary Club. Depois, foi trabalhar com o pai, que tinha uma empresa de manutenção e montagem de máquinas industriais. A partir do maior contato com esse trabalho, decidiu fazer um curso no SENAI. Na verdade, Pedro fez uma série de cursos: serralheria, soldagem, usinagem, mecânico de usinagem e mecânico de montagem. Em posse desses certificados, transitou entre diferentes empresas de metalurgia, sempre registrado. “Tenho 14 anos de carteira”.

Foi então que em um período de transição entre um emprego e outro, começou a ajudar a esposa que trabalhava como costureira. “Aí a situação apertou. E a gente não tinha o que fazer, cara. Então eu peguei um último dinheiro que sobrou lá da empresa e a gente meteu as caras. Nos aventuramos”. A família da esposa trabalhava no comércio da madrugada do Brás, na rua Oriente. Pedro e a esposa também entraram na atividade. Quando a Feirinha da Madrugada foi montada no espaço do Pátio do Pari, o preço de alguns shoppings e galerias mais afastados deste que se tornou o epicentro do comércio abaixou. Ele então conseguiu um box no shopping All Brás e, algum tempo depois, um segundo ponto no mesmo shopping.

Pedro trabalha com “modinha” e produz a mercadoria que vende. É fabricante. Ele e a esposa fazem a modelagem e o corte das peças e terceirizam o resto da produção para

oficinas contratadas. Já chegou a ter 80 pessoas trabalhando na produção de suas mercadorias. Para escolher os modelos das peças, acompanha as redes sociais:

O nosso método de pesquisa hoje em dia é o Instagram. Entendeu? Então apareceu no Instagram, começa a ter muita curtida, muito não sei o quê, você pode fazer. [...] Eu acompanho algumas lojas que vendem online. Eles postam, eu vejo as curtidas, e é o que o pessoal começa a comprar. É por isso que é modinha. Porque é uma coisa muito rápida. Isso daí é um pouco difícil para a gente trabalhar por que tipo assim, aí você está vendendo – é uma hipérbole – 100, 200 conjuntos por dia; semana que vem você pode não vender mais nenhum.

Pedro chegou a cursar um ano de engenharia mecânica, mas largou o curso para poder se dedicar integralmente ao trabalho no comércio. Hoje, entre o trabalho na produção em casa e o comércio no box, trabalha mais de 16 horas por dia; jornada que pode aumentar ainda mais no fim do ano, quando as vendas são maiores e precisa tanto ficar mais tempo no box quanto produzir mais.

Atualmente, Pedro tenta se recuperar de dívidas contraídas anos atrás. Um cliente angolano encomendou grande quantidade de mercadorias. Pedro pegou empréstimos para produzir. No entanto, o cliente não efetivou a compra, o que deixou o comerciante endividado com o banco e com fornecedores. Ele perdeu o segundo box, visto que não estava conseguindo pagar o aluguel. “Você tem 30 dias. Não pagou, você perdeu o espaço. Perdeu todo o seu investimento”.

Eu já pensei em parar várias vezes. Eu já quebrei de quebrar, quebrar, quebrar mesmo. Quebrei umas duas vezes e nós estamos aí. Você investe e não tem retorno. E quando você vai ver está com uma dívida monstra. Aí é só Deus pra ter misericórdia disso aí [risos]. Hoje eu não posso dizer que estou bem, mas graças a Deus não tenho mais dívida que nem eu tinha. [...] cara, eu chegue a ter dívida de mais de R\$500 mil. Isso só a dívida, sem contar os juros. (Pedro)

No entanto, hoje ele não pensa mais em parar, mas em consolidar sua empresa. Seu negócio é registrado como Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI),

que também se beneficia da carga tributária no modelo do Simples Nacional, mas, ao contrário do MEI, não tem limite no valor de faturação anual. Visando se capacitar para melhor gerir a empresa, atualmente Pedro faz um curso de empreendedorismo no SEBRAE. Ele deseja fazer sucesso com a própria marca e sonha um dia ter uma franquía.

A Bivik [grande fábrica e loja de produtos jeans no Brás] ninguém botava fé. Algumas marcas que a gente vê aqui hoje em dia ninguém botava fé. A Bivik era pequena, começou como ninguém. A Textil Abril<sup>39</sup>, minha esposa trabalhou pra eles e eles não eram ninguém. São nessas pessoas aí que a gente se inspira.  
(Pedro)

Apesar das dívidas, dos contratemplos e dos inúmeros casos de fracassos ao redor, são nos poucos exemplos de sucesso que Pedro se inspira. Assim como o fazem muitos outros comerciantes. Essa forma de perceber, atuar e construir expectativas no comércio popular em nada se assemelha à imagem do camelô, cuja atividade tende a ser considerada “a negação do trabalho e da cidadania”, “uma forma profundamente degradante de obtenção de renda” (RAMIRES, 2001, p. 216).

Se é fato que tanto os camelôs quanto esses novos empreendedores do comércio popular estão engajados nas mesmas cadeias de produção e circulação de mercadorias que animam a globalização por baixo e os circuitos financeiros hegemônicos, também é verdade que as diferenças nos modos de exercício e estatuto formal das atividades, nas perspectivas desses trabalhadores e mesmo no perfil social dos sujeitos fazem constituir formas de trabalho praticamente distintas. É considerando essas distinções – produzidas pelas tentativas de empresarização do comércio – que tem se operado o reordenamento do comércio popular, através da seleção das atividades e sujeitos que devem desaparecer e daquilo que deve ser incentivado e integrado no novo modelo de mercado.

---

<sup>39</sup> A Textil Abril é uma empresa de vestuário originada no Brás na década de 1970. Atualmente é uma rede de varejista com 12 lojas espalhadas estado de São Paulo e também Minas Gerais e Goiás.



## 7. EMPRESARIZAÇÃO E FORMALIZAÇÃO EXCLUDENTE

A partir do que foi discutido até aqui, pode-se argumentar que a transformação pela qual passa o comércio popular de São Paulo tem se apresentado como uma materialização particular daquilo que Rizek e Georges (2016) chamam de “gestão empresarial do cotidiano”, visto que esse mercado também se mostra um “terreno fértil para a ação de grupos e de empreendimentos privados” que geram e promovem “serviços, ações e práticas”, aqui, no campo do trabalho, turismo e transformação urbana. Em intensa articulação com o Estado, investidores promovem mudanças no espaço, nas formas de exercício das ocupações, nas sociabilidades e nas subjetividades, em termos de percepções e expectativas dos trabalhadores.

Em consequência, o mesmo comércio ambulante que ajudou a construir a fama comercial da região do Brás, por exemplo, é associado ao processo de degradação urbana e a um conjunto de práticas ilegais – desde a circulação de produtos “piratas” e contrabandeados à venda de artigos roubados –, além de dificultar a circulação pelas vias públicas, de forma que sua repressão é vista como uma forma de “revitalizar” esses espaços. Como observado, o processo de empresarialização se justifica pela busca por modernização desses mercados e pelo discurso de formalização das atividades ali desenvolvidas. No entanto, dado que nessa perspectiva de gestão modernizar e formalizar implicam em reorganização sob a lógica de mercado, o pressuposto é de que permanecerão no comércio popular aqueles sujeitos mais adaptados subjetiva e economicamente a esse novo paradigma.

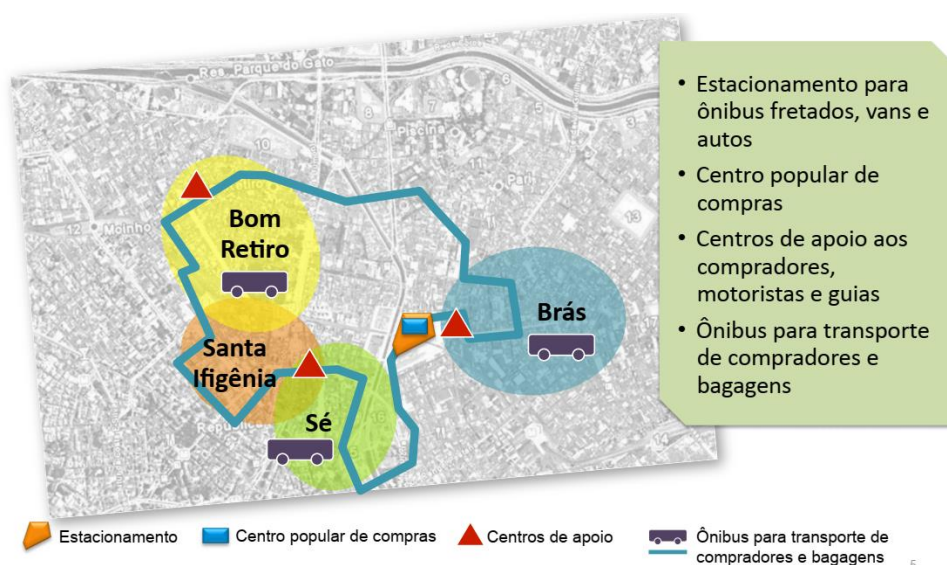
No que segue, apresentarei o que aparenta ser o maior plano de “revitalização” e “modernização” do comércio popular do Brás: o projeto “Circuito das Compras”. A partir da discussão sobre esse projeto e das resistências à sua implementação, pretendo lançar luz sobre os efeitos dessas estratégias de reordenamento, principalmente no que se refere às desigualdades produzidas sob o discurso de formalização desses mercados.

## 7.1. O Projeto “Circuito das Compras”

No momento em que a Feirinha deixava de ser o principal centro comercial do Brás, que, por outro lado, via expandir e multiplicar outros prédios comerciais na região próxima ao Pátio do Pari, a Prefeitura deu prosseguimento a um projeto de modernização e reordenamento do comércio popular na região central da cidade, elaborado há anos antes. Esse projeto ficou conhecido como “Circuito das Compras”, e com sua implementação a Prefeitura de São Paulo busca atrair para a região mais investimentos em parcerias com empresas privadas, aproveitando as possibilidades de mercado abertas pelos tão combatidos ambulantes e pelo comércio informal em geral.

O projeto consiste na construção de um conjunto de equipamentos e serviços que dinamizaria o turismo de compras na região central da cidade, interligando seus principais polos comerciais: Brás, Bom Retiro, Santa Ifigênia e 25 de março. No planejamento, prevê-se a criação de estacionamentos para ônibus fretados; centros de apoio; ônibus para transporte de compradores e bagagens entre os polos comerciais; e ampliação da rede hoteleira.

**FIGURA 18 – PROJETO CIRCUITO DAS COMPRAS**



Como a imagem ilustra, o centro desse circuito se localizaria exatamente no Pátio do Pari, onde funciona a Feirinha da Madrugada. No local, está prevista a construção de um novo e moderno shopping popular, com hotel integrado, armários para armazenamento de compras, praça de alimentação e sala de descanso para os motoristas dos ônibus de sacoleiros. O local foi escolhido para a implementação do novo centro de compras justamente por conta de sua posição estratégica em relação aos tradicionais polos comerciais (MALBURG; PAPELBAUM; MARTINS, 2017). Mas também é preciso considerar a sua proximidade com os eixos comerciais mais recentes, que se expandem do Brás em direção ao Pari, e foram produzidos pela dinâmica do comércio da madrugada.

Para o planejamento do Circuito das Compras, foi realizado um estudo acerca da viabilidade estrutural e, sobretudo, econômica do projeto. Este estudo foi executado pela Estruturadora Brasileira de Projetos (EBP), sob um contrato que previa a remuneração da empresa apenas após firmada a concessão do projeto. A EBP é uma empresa criada em 2008 por um grupo de nove bancos – Banco do Brasil, Banco do Espírito Santo, Santander, Votorantim, BNDES, Bradesco, Citibank, HSBC e Itaú –, e tem atuado no desenvolvimento de grandes projetos de infraestrutura e na mediação de parcerias público-privadas. Além do Circuito das Compras, a EBP também atuou ou tem atuado nos projetos de estruturação de aeroportos, estádios de futebol, estradas e projetos de saneamento básico. Ao longo do processo de estudo e planejamento do Circuito das Compras, os trabalhos da EBP foram acompanhados de perto pelo BNDES, que atuou principalmente na modelagem econômico-financeira da estrutura da licitação (MALBURG; PAPELBAUM; MARTINS, 2017).

Vale mencionar aqui a participação da EBP no processo de licitação tendo em vista que a intenção declarada da empresa é conciliar “interesse público e a atratividade para o setor privado<sup>40</sup>”. Nesse sentido, se, por um lado, a legitimação do projeto vinha atrelada às preocupações anunciadas pelo poder público quanto à degradação urbana, insegurança, prejuízos à mobilidade e diversas atividades criminais associadas ao comércio informal

---

<sup>40</sup> Informação que consta na apresentação da EBP no site do Tribunal de Contas da União – TCU.

Disponível em:

<

ali realizado, o Circuito das Compras também precisava se mostrar atrativo em termos de retorno econômico aos investidores.

Sobre esse aspecto, o cálculo dos investimentos necessários e das receitas esperadas se mostraram bastante lucrativas no estudo realizado pela EBP. Como demonstram Malburg, Papelbaum e Martins (2017), em publicação do BNDES, estava previsto um investimento necessário de cerca de R\$282 milhões divididos entre despesas de infraestrutura, emissão de licenças e seguros, além de mais R\$28 milhões em “despesas pré-operacionais”, como a outorga inicial da licitação. Além disso, previam-se gastos de cerca de R\$60 milhões em despesas operacionais, após implementação do projeto. Em contrapartida, as receitas foram estimadas em R\$127 milhões anuais, além de algo em torno de R\$ 30 milhões em valores suplementares vinculados à possibilidade de exploração econômica de estacionamentos, centros de apoio, transporte de passageiros, hotel e salas comerciais.

No final de 2015, foi anunciado o vencedor da licitação, um grupo de investidores que formaram o Consórcio Circuito SP, sendo principalmente representado pelo Grupo UAI<sup>41</sup>. Haviam sido apresentadas outras três propostas, desclassificadas por supostamente não cumprirem critérios estabelecidos no edital. O valor de outorga pago à prefeitura ultrapassou a casa dos R\$50 milhões de reais, ou seja, mais do que o dobro da expectativa inicial. Segundo Malburg, Papelbaum e Martins (2017), “prova indiscutível da atratividade do negócio”. Ao grupo vencedor, foi concedido o direito de exploração econômica do espaço da Feirinha por 35 anos.

No contrato estabelecido entre as partes, ficou acordado o prazo máximo de quatro anos para a construção do centro de compras no Pátio do Pari, local onde funcionava a Feirinha da Madrugada. Também ficou acordado que todos os comerciantes cadastrados trabalhando ali teriam lugar no novo empreendimento. Ocorre, porém, que muitos desses comerciantes eram locatários de boxes (não permissionários), estavam com a situação cadastral não regularizada ou estavam inadimplentes com o pagamento dos TPUs. Nesses casos, não estava garantido o direito a permanecer no espaço.

---

<sup>41</sup> O Grupo UAI forma uma rede de shoppings populares no Brasil. Além da participação no consórcio que administra a Feirinha da Madrugada, é responsável pela gestão de outros empreendimentos semelhantes em Belo Horizonte - MG (cidade de origem da empresa), Manaus - AM, Feira de Santana - BA e Toritama - PE. Todas cidades com histórico de intensa atividade de comércio popular.

**FIGURA 19 – PROJETO DO NOVO SHOPPING NO LOCAL DA FEIRINHA**

Imagem: Jayme Lago Mestieri Arquitetura

## **7.2. Sob nova direção: a Feirinha gerida pelo consórcio**

Já nos primeiros meses de administração do consórcio vencedor da licitação, algumas mudanças na Feirinha saltavam aos olhos. Nos corredores, novas placas anunciavam a mudança na administração, com o novo logo da Feirinha criado pelo consórcio. Grandes faixas nas entradas também anunciavam ao público a novidade. Câmeras foram instaladas e os seguranças passaram a ter mais visibilidade durante as rondas.

Uma pequena revista passou a circular, onde constavam informes sobre o processo licitação e eram apresentados “casos de sucesso” de comerciantes locais, valorizando o comportamento empreendedor dentro da formalidade. Nesta publicação também se divulgavam mudanças na Feirinha e era um dos importantes veículos de difusão dos informes do consórcio para os comerciantes.

Um novo recenseamento dos comerciantes regularizados também foi realizado, o que acabou constatando o grande número de boxes com pagamentos de TPU atrasados ou sob a responsabilidade de comerciantes que não eram seus permissionários, ou seja, cujo registro constava na posse do TPU. Isso era resultado dos muitos anos de comércio informal de boxes, com aluguéis, compras e vendas que, por vezes, conseguiam quase

misteriosamente serem formalizadas, mas que, em geral, permaneciam numa condição ambígua quanto ao real permissionário. Seguidamente, na revista que circulava eram emitidos informes acerca da necessidade de regularização dos boxes como condição para a permanência na Feirinha. Além disso, houve intensa campanha contra a sublocação de boxes, incentivando as tratativas diretamente com a administração, insistindo na existência de boxes ainda vagos.

O valor do TPU, uma vez que pago à prefeitura, permaneceu o mesmo, em torno de R\$910. No entanto, segundo relatos de comerciantes, para quem não tinha TPU – permissão que a prefeitura havia deixado de emitir -, o valor pago, agora na forma de aluguel, seria em torno de R\$1250. Isso valia tanto para novos comerciantes, que buscavam iniciar seus negócios ali, quanto para trabalhadores antigos, mas que não haviam sido contemplados com o documento de permissão. Esse era então um dos empecilhos para a regularização de boa parte dos comerciantes da Feirinha.

Novos boxes foram construídos, fugindo do padrão adotados na última reforma (3m<sup>2</sup>). Os boxes maiores pagavam um valor muito maior. A quebra das divisórias e união de boxes, se não abertamente permitida, passou a ser tolerada. No entanto, meses depois, os novos boxes construídos precisaram ser derrubados, por intervenção dos bombeiros, que alegaram bloqueio nas vias de emergência. A situação gerou revolta entre os comerciantes, que afirmavam ter negociado diretamente com a administração e tinham os recibos de pagamento.

Se o consórcio buscava implementar mudanças na Feirinha, com novas estratégias de marketing e tentativas de regularização, por outro lado precisava enfrentar a concorrência de outros grupos no que se refere à legitimidade na gestão do espaço. Mesmo antes de vencer a licitação, os investidores interessados já estavam cientes das dificuldades que seriam encontradas. Como destacam Malburg, Papelbaum e Martins (2017), ainda nas audiências públicas que precederam a realização da licitação, comerciantes e investidores se mostravam receosos quanto à capacidade de a empresa vencedora fazer valer suas ações sobre os grupos que já agiam na Feirinha, gerindo de maneira informal certo mercado de boxes e administrando determinados conflitos. Uma situação presenciada por mim durante a pesquisa ilustra essa tensão.

Certa vez acompanhei uma disputa em torno da legitimidade de utilização de um box. Havia um senhor que já há algum tempo não abria as portas e nem pagava o IPTU do

ponto – o que tende a desagradar colegas por influenciar negativamente o movimento no corredor. Sabendo disso, o rapaz do box vizinho entrou com um pedido na administração (já sob a responsabilidade do consórcio empresarial) para alugá-lo. Como o permissionário estava inadimplente, perderia o direito ao uso e o aluguel seria pago diretamente à empresa administradora, no valor do aluguel (R\$1250) e não de permissionário (R\$910). O rapaz ganhou a autorização para ocupar o ponto. Entretanto, o senhor foi informado por alguém de que seu box seria repassado a outro. Na mesma semana, ele apareceu na Feirinha e verificou que a fechadura havia sido trocada. Foi então reclamar com o vizinho que estava em vias de ocupar o box. Houve uma discussão em que ambos gritavam e chutavam a porta de metal. Por pouco, a discussão não evoluiu para agressão física (acredito que a idade do senhor foi determinante para isso). Então, o senhor saiu e voltou alguns minutos depois com dois homens. Houve uma conversa com o rapaz que queria o box e eu soube que, no fim, o ponto permaneceu com o antigo permissionário.

Contaram-me depois, que o senhor era um comerciante muito antigo na Feirinha e que um dos homens convocados para mediar a discussão pertencia a um grupo que controla alguns boxes ali, alugando e vendendo por fora da regulação formal<sup>42</sup>. O rapaz desistiu da locação. Nesse dia ficou evidente para mim que a empresa que administra a Feirinha estava longe de poder decidir sozinha sobre os critérios de uso daquele espaço.

De qualquer forma, a intenção, aparentemente, sempre foi gerir minimamente os conflitos e manter a Feirinha funcionando enquanto se concluí a construção do espaço onde os comerciantes ficariam alocados provisoriamente enquanto o novo centro de compras fosse construído. Na medida em que apenas os comerciantes regularizados permaneceriam na Feirinha, havia a expectativa de que os outros grupos de poder seriam enfraquecidos. Ocorre que o número de comerciantes regulares era de fato muito baixo,

---

<sup>42</sup> Ouvi muitas vezes, em geral em comentários feitos em voz baixa, sobre a atuação de grupos organizados que atuam na Feirinha ocupando boxes vazios ou cujos proprietários ficam algum tempo sem abrir; alugando e vendendo pontos sem a ciência da administração, seja a Prefeitura ou gestão privada. A segurança da transação é dada pelo apoio do grupo no caso de tentativa de recuperação do box pelo ex-proprietário ou pela administração. Segundo alguns relatos, esses grupos são formados por comerciantes muito antigos da Feirinha, organizados em associações, e/ou podem ser associados a organizações criminais como o Primeiro Comando da Capital (PCC).

Algumas denúncias recentes apontam que o PCC tem controlado pontos de comércio ambulante nas ruas do Brás e na Feirinha da Madrugada

<<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,mpe-investiga-acao-do-pcc-em-feira-do-bras-imp-1095387>>, Acesso em 17/01/2019.



algo em torno de 2300, dos cerca de 4000 boxes. De modo que não foi surpreendente a rejeição ao deslocamento da Feirinha para o espaço provisório, muito menor. Havia também, mesmo entre os comerciantes regularizados, certo receio quanto ao potencial econômico do novo espaço, pois, ainda que pouco distante, era relativamente fora do eixo principal do comércio da madrugada do Brás e separado pela linha férrea. Foram então longos meses de negociações e conflitos para a remoção da Feirinha.

**FIGURA 20 – DESLOCAMENTO DA FEIRINHA**



Fonte: Autoria própria a partir de imagem do Google Earth

### **7.3. A CPI da Feira da Madrugada como resistência à empresarização**

Como já vimos, ao longo dos anos de existência da Feirinha, muitos dos que ali trabalhavam haviam ocupado os boxes de maneira irregular – comprando, alugando ou simplesmente ocupando um box vazio –, o que significa que não tinham o TPU emitido pela prefeitura. Quando o consórcio assumiu a administração, ficou acordado com o poder público que a figura do TPU seria substituída pelos contratos de aluguel dos boxes, mas que os ex-permissionários teriam seu direito à permanência garantido, inclusive com a manutenção do valor pago por m<sup>2</sup> de box. Já os que não tinham TPU anteriormente, cerca



de metade dos trabalhadores, só seriam regularizados através do estabelecimento de contratos com a administradora, e pagariam o preço estabelecido por esta – R\$1250, no momento –, além de não terem o seu direito de preferência garantido na ocupação do novo shopping que seria construído no local.

Essa situação provocou então reações dos dois grupos de comerciantes. Os permissionários denunciavam constrangimentos e situações de violências provocadas pela administração com vistas a expulsá-los da Feirinha, de modo que fossem substituídos por comerciantes não permissionários, ou seja, comerciantes que pagariam mais e não contariam com qualquer acordo de preferência. E os comerciantes não permissionários, mas que já há anos trabalhavam na Feirinha, apontavam sua iminente expulsão da Feirinha, visto que não seriam contemplados no espaço provisório onde ficariam os comerciantes durante o período de construção do novo shopping, não tinham garantias de permanência nesse novo espaço e estariam mais sujeitos a implementação do preço de mercado na locação dos boxes – valor que, se tomado pelo preço de outros shoppings da região, poderia superar em mais de quatro vezes os praticados na Feirinha. Os comerciantes antigos, mas não permissionários acusavam ainda erros e ineficiências no sistema de cadastramento da Prefeitura no momento de emissão dos TPUs, que, inclusive, deixaram de ser emitidos nos últimos anos.

A soma dessas insatisfações e as denúncias de irregularidades praticadas pelo consórcio provocaram muitas manifestações dos comerciantes, que protestaram nas ruas, fecharam avenidas e formalizaram junto ao poder público uma série de reclamações contra a administradora, o que culminou na abertura de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI). A chamada “CPI da Feira da Madrugada” teve como função investigar as denúncias feitas pelos comerciantes. Entre elas, destaco as denúncias sobre comerciantes inadimplentes intimidados por seguranças armados, construção irregular de novos boxes, rescisão de contratos de forma arbitrária, apreensão de mercadorias, estratégias para inviabilizar a permanência de concessionários e disparidades no tratamento dispensado às diferentes categorias de comerciantes – permissionários, não permissionários que já trabalhavam no local e novos comerciantes com contratos firmados após a concessão.

O Consórcio alegava que a grande inadimplência dos comerciantes (que seria em torno de 50%) estava gerando prejuízos para a administração. Os comerciantes, por sua vez, alegavam que a insegurança jurídica e a queda no movimento da Feirinha provocada pelos

sucessivos fechamentos do espaço por conta de falhas da administradora vinha dificultando o pagamento dos boletos. O fato é que o Consórcio estava sendo acusado de buscar outras fontes de receitas através de medidas que prejudicavam ainda mais o funcionamento da Feirinha e a renda dos comerciantes.

A construção de novos boxes foi um desses problemas. Buscando aumentar o número de locatários, o Consórcio teria construído ou autorizado a construção de novos e maiores boxes na região do estacionamento e em corredores de passagem de emergência, o que diminuiu o espaço para estacionamento de ônibus – e, conseqüentemente, para a entrada de compradores – e provocou uma interdição do corpo de bombeiros. Esses boxes, já alugados, acabaram sendo demolidos, o que produziu mais revolta por parte de seus locatários. Além disso, foram apontadas a realização de “contratos de gavetas”, ou seja, negociações não transparentes de compra e venda de boxes. A norma define que o contrato dos boxes é personalíssimo, de modo que cada comerciante só pode ter registrado um box, a sublocação é vedada. No entanto, durante a CPI, foi denunciada a venda de boxes pelo consórcio, que, nessas negociações, permitia a posse de vários boxes a apenas um indivíduo, que os sublocavam a outros comerciantes. Um empresário chinês com relações com o Consórcio foi apontado como proprietário de cerca de 300 boxes no local.

Ainda mais grave foram as denúncias sobre intimidações e estratégias de expulsão de comerciantes inadimplentes com os aluguéis. A permanência dos permissionários e a fixação em contrato do preço cobrado destes vinha condicionada ao pagamento em dia dos boletos. De fato, para o Consórcio, era mais rentável tratar com novos comerciantes do que com os permissionários, que pagavam um valor menor e teriam preferência na ocupação dos pontos no novo shopping. Desse modo, multiplicaram-se as denúncias de que o Consórcio estaria intimidando com seguranças armados permissionários inadimplentes para que estes deixassem a Feirinha. Além disso, haviam casos de arrombamento de boxes e confisco de mercadorias ou mesmo de portas soldadas para que os comerciantes não abrissem até que quitassem seus débitos – o que, nesse tipo de atividade, em que se ganha por dia trabalhado, inviabilizaria ainda mais que a dívida fosse paga.

Ao final da CPI, ficou registrado que, mesmo com as inadimplências, a administração do espaço da Feirinha ainda era lucrativa. Por outro lado, apesar de reconhecidas diversas irregularidades nas práticas da administradora, as denúncias mais graves, que poderiam

implicar na revogação da concessão, foram tratadas como improcedentes por “falta de elementos objetivos”. Em sua conclusão, o relatório ainda destaca a importância da concessão e o papel desse modelo de negócio para o desenvolvimento da região, a despeito dos problemas identificados, percebidos apenas como “entraves burocráticos”.

Pois sanado e superado entraves burocráticos que observamos no decorrer dos trabalhos, agora bem encaminhados, o investimento do Centro Popular de Compras – Circuito das Compras proporcionará comodidade aos usuários, segurança aos trabalhadores, fomentará a economia, bem como revitalizará o espaço, até então mal aproveitado e sem infraestrutura, na contramão do desenvolvimento econômico da região.

Assim, diante de tudo do que foi constatado e analisado, entendemos ser o Circuito das Compras um vetor de desenvolvimento da região, que deve ser acompanhado de perto pelo Poder Concedente para se evitar desequilíbrio na busca de seus propósitos, ou seja, entendemos o caráter social de amparo e subsistência ao trabalhador pari passu ao buscar lucratividade aos investidores. (RELATÓRIO FINAL DA CPI DA FEIRA DA MADRUGADA, p. 403).

Em abril de 2018 a Feirinha foi demolida. Os comerciantes permissionários e os regularizados com contratos assinados junto ao Consórcio foram transferidos para a nova Feirinha da Madrugada, no espaço provisório localizado praticamente no mesmo terreno, mas do outro lado da linha férrea. O novo local tem espaço para pouco mais de dois mil boxes, o equivalente à metade do espaço anterior da Feirinha. Assim, aqueles comerciantes que não tiveram suas situações regularizadas precisaram encontrar outro lugar para trabalhar. Alguns alugaram boxes em outros shoppings ou galerias da região, outros foram trabalhar nas ruas ou viraram funcionários de outros comerciantes, alguns ainda deixaram o trabalho no comércio popular.

#### **7.4. Um outro modelo de comércio popular**

Acompanhando os vídeos das audiências públicas na CPI e o relatório final da comissão, foi possível perceber que o cerne do conflito entre comerciantes e Consórcio se encontrava na tensão entre dois modelos contraditórios de comércio popular. De um lado, uma perspectiva que reconhece nessas atividades uma espécie de “função social”, em

parte contida nas percepções hegemônicas acerca do comércio popular e que se refere às estratégias de sobrevivência de trabalhadores que, por algum motivo, estão fora do mercado de empregos formais. De outro, um modelo de mercado popular que parte do reconhecimento público e de grandes operadores de capital de que o comércio no Brás se constitui em um espaço promissor para investimento e lucro.

No caso específico da Feirinha da Madrugada, essa tensão vem ainda associada ao seu histórico de formação e desenvolvimento, que remonta ao exercício do comércio nas ruas, em condições precárias, informais e em uma região relativamente abandonada, e que acabou produzindo um enorme circuito comercial e econômico que hoje é disputado inclusive por grandes representantes do capital financeiro – o que é explicitado pela participação da EBP na avaliação do potencial econômico do Circuito das Compras.

Assim, o relativamente recente interesse de grupos empresariais no comércio popular paulistano, e em especial na Feirinha da Madrugada, produziu um novo campo de tensões e alçou as disputas pela exploração desses mercados a outro nível. Um nível de disputas políticas e econômicas no qual os trabalhadores que, de modo não planejado, construíram o valor hoje atribuído a esse mercado se veem em desvantagem. Essa percepção é expressa pelo depoimento de um antigo comerciante da Feirinha da Madrugada à CPI:

Aquela feira, senhores vereadores, foi criada para tirar o ambulante da [Rua] 25 de Março, da Rua Oriente, da [Rua] Rodrigues dos Santos, da [Rua] Maria Marcolino, do Largo da Concórdia, para impor um local de trabalho para os comerciantes. E ali nós construímos com muita luta. Era dividindo marmitex. Porque não tinha ninguém naquela área. Inclusive, o Pari não valia nada. [...] E nós fizemos o comércio naquela área. Mediante nós fazermos o comércio, se criou um olho muito grande naquele espaço; que foi nós que construímos. Nós só queremos um espaço de trabalho. Mas, infelizmente, numa calada da noite, foram feitas várias reuniões, licitou essa feira para um grupo de empresários. Tudo aquilo que construiu com dinheiro público, que com o nosso dinheiro que pagou, vai ser derrubado para se fazer um shopping onde não vai contemplar... [...]. Então, nós não queremos shopping, porque o shopping já está lá. (Alex, comerciante da Feirinha em depoimento à CPI da Feira da Madrugada)

Alex denuncia o crescimento do interesse empresarial na região do Brás justamente após sua valorização via comércio popular, ou seja, através do desenvolvimento de atividades que convivem com a imagem da ilegalidade, da pobreza e da marginalidade. Essa

percepção é compartilhada inclusive pela comissão que formou a CPI e é expressa no relatório final desta da seguinte forma:

[...] vale destacar que o sucesso da feira se deve, senão na sua totalidade, mas em grande parte aos ambulantes, camelôs, comerciantes informais, empreendedores que de certo modo criaram “o ponto” comercial mais visado e rentável da região, sem eles não existiria a afamada Feira da Madrugada. (RELATÓRIO FINAL DA CPI DA FEIRA DA MADRUGADA, p. 399).

É importante dizer que, além do modelo de concessão da Feirinha adotado, haviam outras propostas de gestão do espaço. Os próprios comerciantes chegaram a apresentar uma proposta para a organização própria da Feirinha, mas, segundo consta no relatório da CPI, esta não pôde ser consideradas por “não atender aos requisitos previamente estabelecidos” no edital. De fato, a própria construção do edital continha a aposta em um modelo específico para a gestão desse mercado, cuja organização fora do paradigma empresarial, da linha das parcerias público-privadas, não poderiam sequer ser consideradas.

Assim, em oposição ao modelo sob o qual a Feirinha foi pensada - inclusive pelo poder público - nos seus primeiros anos, ou seja, um local de inclusão dos trabalhadores do comércio popular sob condições menos precárias do que a rua, atualmente, visto a dinamização do comércio em todo o Brás, um novo modelo de mercado tem se consolidado. Um modelo mais adequado à lógica neoliberal, entendida aqui como um modo de governo fundamentado no “princípio universal da concorrência” (Dardot; Laval, 2016). Consequentemente, ao fazer dos princípios concorrenciais do mercado e da legitimidade última da lei da oferta e procura o critério principal da modernização do comércio popular, efeitos sobre as possibilidades de permanência ou não de antigos comerciantes já podem ser sentidos, assim como a atração de novos perfis de trabalhadores.

Esse modelo idealizado para os mercados de comércio popular, além dos discursos de revitalização, justifica-se publicamente como caminho para a formalização das atividades ali desenvolvidas. No entanto, tem ficado explícito que, apesar do discurso de desenvolvimento social que por vezes é mobilizado no processo de empresarização,

formalizar as atividades do comércio não é o mesmo que formalizar os trabalhadores ali engajados. Além dos já mencionados deslocamentos dos comerciantes das ruas para os shoppings e a exclusão daqueles que não podem pagar os aluguéis, ao longo da pesquisa pude verificar outro importante movimento nesse mercado: a entrada massiva de pessoas nessas atividades sem que haja uma trajetória anterior no comércio popular.

Isso denota os efeitos sobre o perfil dos comerciantes provocados pela transformação física do comércio e pela força do discurso sobre formalização e empreendedorismo que acompanhava esse movimento, que ofereceu possibilidades de redução do estigma e positividade dessas atividades. São pessoas que vieram de outras ocupações, muitas vezes saindo de empregos formais, e se engajaram no comércio popular com expectativas de melhores rendimentos.

Nesse sentido, pode-se considerar que o processo de empresarização tem construído um cenário em que essas atividades se tornam plausíveis para trabalhadores com perfis sociais diferentes daquele identificado nos tradicionais camelôs. Esse novo perfil de comerciantes parece estar mais adequado objetiva e subjetivamente ao novo modelo de mercado. São trabalhadores que contam com maior capital para investimento, maior escolaridade e um forte discurso empreendedor, justapondo ao processo de empresarização do comércio popular um outro que chamarei aqui de “gentrificação do trabalho”.

### **7.5. Sobre a “gentrificação do trabalho” no comércio popular**

Primeiramente, algumas questões precisam ser esclarecidas quanto ao uso do conceito de gentrificação. O termo foi cunhado por Glass (1964) para descrever os deslocamentos provocados pelos movimentos de moradores de classe média para os bairros de “classe trabalhadora” em Londres. Um movimento que provocou aumentos significativos nos preços dos imóveis, impossibilitando os antigos moradores de permanecerem nos bairros gentrificados.

No entanto, ao longo dos últimos anos, o termo gentrificação tem sido utilizado de maneira mais abrangente para designar diversos deslocamentos excludentes (WACQUANT, 2008; SHAW, 2008; JANOSHKA, 2016; BONDI, 1999; BROMLEY; MACKIE, 2009). Janoschka (2016), por exemplo, expande o conceito de gentrificação

agregando aos movimentos de deslocamento a ideia de “desposseção”, sendo esta uma noção mais ampla, na medida em que, como observa Gonzáles (2016), vai além da perda de lugar no espaço físico, incluindo a privação da realização de atividades tradicionais e a mercantilização de práticas comunitárias.

Já Bromley e Mackie (2009) analisam as políticas de revitalização urbana e modernização do comércio no centro de Cusco, observando que junto com a modificação do espaço houve uma gentrificação da atividade comercial em si, na medida em que se verificou a expulsão de um perfil mais precário de trabalhadores. Retomando a perspectiva de Shaw (2008), os autores também utilizam uma versão mais abrangente do termo gentrificação, entendido como um processo em que “pessoas de baixa-renda são excluídas de lugares onde elas poderiam viver (ou trabalhar ou consumir) se os lugares não tivessem sido gentrificados” (Shaw, 2008, p.193).

É nesse sentido que me parece interessante operacionalizar o conceito de gentrificação junto às transformações do trabalho no comércio popular em São Paulo, observando as mudanças na infraestrutura do comércio e do perfil dos comerciantes. O que tem tornado impeditivo o exercício da atividade por aqueles trabalhadores menos capitalizados, que antes ganhavam suas vidas ali.

Como destaca Bondi (1999), apesar do “caos e complexidade” que envolve seu uso e a dificuldade de estabelecer seus limites, o termo gentrificação tem se mostrado bastante resiliente, no sentido de se manter com uma poderosa “função discursiva” capaz de transmitir a imagem dos deslocamentos forçados, necessitando, porém, de definições precisas acerca do seu uso em cada situação específica.

Assim, quando falo de gentrificação do trabalho aqui, não me refiro exatamente ao processo de substituição de classes populares pelas classes médias. A ideia é evocar a imagem e o sentido desse movimento, visto que, no caso em questão, o que ocorre é a expulsão de trabalhadores com menos capital à disposição por trabalhadores também instáveis, inclusive pertencentes a classes populares, mas com maiores possibilidades de investimento, habilidades administrativas e mais afinados subjetivamente com a lógica empreendedora. Marcos é um representante desse perfil.

*Marcos*

Marcos tem 37 anos. Nascido em São Paulo, mora de aluguel com a esposa, Rose, na Zona Leste da cidade. Ela nasceu no Ceará e veio para a capital paulista ainda criança. Na época da entrevista, em março de 2016, o casal trabalhava junto em um box na Feirinha da Madrugada. Ambos são formados em Administração de Empresas e, antes de chegarem ao comércio popular no Brás, trabalhavam como assalariados no setor de compras em empresas diferentes. Em tom professoral, Marcos me conta a história de como ele e sua esposa deixaram suas carreiras para tentar a vida no comércio.

Em meados de 2006, Marcos foi demitido da empresa em que trabalhava. “Foi aí que eu decidi montar meu próprio negócio. A gente sempre quis ter o nosso negócio. Aplicar o que a gente aprendeu em benefício próprio”. Nessa época, seu cunhado, irmão de Rose, trabalhava no ramo de confecções, produzindo informalmente artigos de vestuário e comercializando através da ainda promissora Feirinha da Madrugada. “A família dela já mexia com isso, já estava envolvida no comércio aqui”. Marcos, em decisão conjunta com a esposa, decidiu investir o dinheiro obtido com a rescisão do vínculo empregatício na tentativa de abrir um ponto de comércio na Feirinha. Ficou sabendo pelo cunhado que haveriam novos sorteios para a atribuição de pontos comerciais.

Eu nunca tinha pensado que ia acabar trabalhando num lugar que nem esse. Uma vez eu vim aqui, uma vez só, para comprar um vestido junto com a minha irmã. Achei horrível! Muita gente se esbarrando, uma confusão. Jurei que nunca mais voltaria aqui. E cá estou eu! [risos].  
(Marcos)

Marcos passou mais de um mês se inscrevendo nos sorteios, sem conseguir ser contemplado com um box. Ele diz que não havia muita transparência sobre o funcionamento desses sorteios. Como estava sem trabalhar já há algum tempo, decidiu alugar um ponto dentro de um pequeno shopping popular, próximo ao Largo da Concórdia. Mesmo já trabalhando ali, continuou indo duas vezes por semana à Feirinha para se inscrever nos sorteios. “Ah, era melhor, né. Naquele tempo aqui era muito movimentado. O povo estava ganhando muito dinheiro. E tem também o aluguel. Eu estava pagando uns R\$1000 de aluguel lá no shopping popular. Aqui [na Feirinha] era uns R\$300”.



Finalmente, Marcos conseguiu um ponto na Feirinha. Na época, a disposição dos pontos não era como hoje, não havia as estruturas de box. Eram montadas bancas com estruturas de metal e cobertas com lonas.

Me deram um ponto lá no fundo. Não passava ninguém, fiquei meses vendendo nada. Eu pagava para vir trabalhar. Não tinha nem piso no chão, naquela parte. Era terra. Quando chovia, virava barro. As pessoas não passavam nem perto da minha banca. [...] Aí foi quando mudaram o estacionamento. Abriam o espaço dos ônibus mais para o fundo. Aí os ônibus passaram a estacionar bem na frente da minha banca. Aí a coisa mudou. Aí comecei a ver dinheiro. (Marcos)

Marcos começou a vender bastante e “ver dinheiro”, como ele diz. Precisou mudar de fornecedor, uma vez que o anterior não conseguia produzir no mesmo ritmo que ele vendia. “Minha mercadoria acabava direto. Aí eu perdia dinheiro, ou melhor, deixava de ganhar”. Com o aumento do movimento em sua banca, ele passou a precisar também de um ajudante. Naquele momento, Rose ainda estava empregada na empresa. Muitas vezes, ela ia com Marcos para a Feirinha, dormia no carro e ia para o trabalho pela manhã. Observando o aumento do movimento na Feirinha e o significativo crescimento na renda, ela decidiu deixar o emprego, em que ganhava pouco mais de R\$3000, e acompanhar Marcos no comércio definitivamente.

No período da pesquisa, o movimento na Feirinha não era mais como antes. Eles não apresentam valores, mas garantem que o lucro do negócio é cerca de um terço do que era no início da empreitada. “Vamos dizer que hoje dá para pagar as contas”, diz Marcos, com um sorriso indicando que a frase pode estar exagerando a restrição da renda.

Um aspecto interessante da entrevista com Marcos é o contraste que ele sempre destaca quando compara os ambientes das empresas em que trabalhou e aquele do cotidiano da Feirinha. Nesse sentido, diz ter enfrentado muitas dificuldades com a sociabilidade entre os comerciantes dali, sobretudo no início.

Aqui, fora o impacto visual, o que estranhei mais foi o contato com as pessoas. Na empresa é civilidade, essa é a regra. Roubo, briga, grito, isso não fazia parte do meu cotidiano. [...] Eu trabalhava com compra. Tinha como se fosse uma regra de etiqueta entre as partes. Aqui tem ameaça, grito. Antes eu nunca tive que lidar com isso. [...] Já fui ameaçado de morte. Eu não vendia e não conseguia pagar a mercadoria.

O cara ficou puto e falou que ia mandar uns caras aqui. Em geral, o povo aqui é rústico. São brutos. (Marcos)

Depois de quase dez anos na ocupação, ele diz que já aprendeu a lidar com os conflitos que eventualmente acontecem naquele ambiente de trabalho. “Eu aprendi que você pode escolher com quem você vai se relacionar. Hoje eu tenho meu fornecedor, meus clientes e só converso aqui na Feirinha com quem é gente boa”. Como ponto negativo, destaca a ausência de lazer. Ambos dizem ficar com a consciência pesada quando fecham. “É abrir mão de ganhar dinheiro. Um dinheiro que pode fazer falta um dia”, diz Rose.

Apesar disso, Marcos e Rose dizem gostar de trabalhar ali e não se arrependem de ter saído de seus antigos empregos. Segundo Rose, em termos de instabilidade, não há diferenças substantivas, o diferencial está na autonomia relativa proporcionada pela condição de autônomo – “na empresa você também pode ser demitido a qualquer hora. Mesmo trabalhando direitinho. Aí seu planejamento cai por terra. Aí toca você entregar currículo tudo de novo”. Atualmente, o negócio do casal é registrado como Micro Empresa (ME), diferente da maioria dos que ali trabalham, que, quando formalizam seu negócio, o fazem sob a figura do MEI. O fato de estar cadastrado como ME indica que a renda anual da empresa pode ser maior do que a permitida pelo cadastro no MEI (na época, R\$60 mil), ou pelo menos que existe a expectativa de que seja.

Eles reconhecem que existe um diferencial que hierarquiza os tipos de trabalho, de forma que independente das possibilidades de lucro, o trabalho no comércio popular é socialmente inferiorizado em relação ao emprego que tinham na empresa.

Muitos dos nossos amigos não entendem até hoje porque a gente veio para cá. A empresa te congela, congela seu modo de agir. [...] Antes eu nunca pensei que viria trabalhar aqui. Depois eu vi que é diferente. Assim, para mim era tudo camelô. Aí eu vim e descobri que era diferente, que tem comerciantes e camelôs. (Marcos)

Muitos, como Marcos, nunca pensaram que um dia trabalhariam no comércio popular. Sua formação educacional e inserção profissional apontavam para o lado oposto dessa ocupação. As redes que estabelecia desenhavam um registro do que era concebível, que não incluía ser de alguma forma associado aos camelôs. Observa-se então que as novas

possibilidades de inserção na ocupação têm oferecido balizas para as diferentes formas de identificação nesse mercado, sendo a mais evidente aquela operada entre os camelôs mais antigos (em geral, ambulantes), e “aqueles que vieram depois” (como me foi dito, várias vezes), os novos “empreendedores” do comércio popular. Principalmente no caso destes últimos, como observado, o comércio popular acaba se mostrando uma atividade que oferece maiores possibilidades econômicas e expectativas de “realização pessoal” do que muitas outras inserções econômicas socialmente mais valorizadas.

Marcos também foi um dos primeiros comerciantes a assinar o contrato para a transferência da Feirinha ao espaço provisório. É um entusiasta do projeto do novo shopping. Além disso, após a possível inauguração do empreendimento, planeja abrir outro ponto em algum dos shoppings mais movimentados do Brás. Para um futuro um pouco mais distante, pretende abrir uma loja.

Ainda que Marcos e Rose estejam no comércio popular há mais de dez anos, pode-se pensar no seu perfil como representativo dessa espécie de gentrificação do trabalho provocada pelo processo de empresarização. Mais especificamente no que tange ao modelo de comportamento, à relação com a regulação formal e à adesão aos projetos de mudança nos espaços comerciais, com todos os custos que isso acarreta. Muito embora eles tenham entrado na atividade em circunstâncias muito diferentes das atuais, o casal representa o perfil que tende a permanecer de maneira mais ou menos estável no modelo de comércio popular que tem sido construído pelas ações articuladas de grandes investidores privados e instituições públicas.

## **7.6. Gentrificação do trabalho e espoliação**

Assim como ocorre com as intervenções nos territórios, o Estado também se apresenta aqui como um dos principais agentes da gentrificação do trabalho, agindo ativamente para abrir espaço à ação do mercado. Essa também é uma característica do processo de gentrificação do trabalho em outros países.

Os municípios da América Latina começaram a retomar o espaço das ruas dos ambulantes, muitas vezes motivadas pela preocupação de criar centros urbanos mais atraentes para o crescente setor de turismo internacional. Assim, o início do século XXI tem assistido a um programa sem precedentes de deslocamento de ambulantes em algumas cidades, o

que transformou ainda mais os padrões espaciais do comércio informal, através da descentralização forçada<sup>43</sup>. (BROMLEY; MACKIE, 2009, p. 1485).

Ainda que o fomento ao turismo internacional não me pareça o principal foco das intervenções no comércio popular de São Paulo (mesmo estando presente), há certa homologia entre o processo descrito por Bromley e Mackie e o que tenho observado através dos investimentos milionários em empreendimentos nos mercados do Brás e nos projetos de revitalização, como o grande projeto de modernização do centro de São Paulo e do comércio local: o chamado Circuito das Compras. Como já discutido, com esse projeto a Prefeitura de São Paulo busca atrair para a região mais investimentos em parcerias com empresas privadas, aproveitando as possibilidades de mercado abertas pelos tão combatidos ambulantes e camelôs informais. Não há, porém, qualquer menção a estratégias para manutenção nesse mercado daqueles trabalhadores que possuem baixa capacidade de investimento, ou seja, grande parte dos comerciantes que animam o comércio popular.

Além disso, os investimentos na infraestrutura dos novos shoppings pressupõem retornos na forma de aluguéis, o que, observando a realidade atual, tendem a ser impeditivos para a maior parte dos trabalhadores, visto que podem passar de R\$4 mil nas galerias mais movimentadas. Como os contratos são precários e podem ser rompidos com facilidade, aqueles com menor condição de investimento são praticamente expulsos dos melhores pontos. Sendo assim, ainda que comerciantes com menos capital não abandonem o comércio na região do Brás, eles são deslocados para pontos com menor potencial comercial e, conseqüentemente, atingem uma renda menor.

Jorge, por exemplo, alugava um baú sobre o qual comercializava na madrugada roupas femininas no Shopping Porto Brás. Ele pagava cerca de R\$4 mil de aluguel pelo ponto e mais R\$180 para poder guardar no prédio os manequins que utiliza. Os baús ficam enfileirados formando um corredor em frente ao estacionamento de ônibus. Atrás deles se inicia a sequência de boxes do shopping, cujos aluguéis ultrapassam os R\$15 mil. O

---

<sup>43</sup> Na versão original: “City councils across Latin America began to reclaim public street space from the traders, often motivated by the concern to create city centres more attractive to the growing sector of international tourism. Thus, the early 21st century has seen an unprecedented programme of trader displacement in some cities, which has further transformed the spatial patterns of informal trade through enforced decentralisation”.

shopping é bastante movimentado na madrugada, sobretudo após a mudança do eixo do comércio de sacoleiros da região da Rua Oriente para próximo à Rua Tiers, entre os shoppings Porto Brás e Vautier. Na época da entrevista, em 2016, Jorge dizia estar vendendo bem naquele ponto, mas não sabia se conseguiria continuar no ano seguinte.

Tem reajuste todo ano. Talvez eles cobrem luva. Aí não sei quanto vai ser, R\$5 mil, R\$10 mil, R\$30 mil. [...] de uma vez só, assim. Aí não dá para mim. [...] Não sei se é proibido, se não é. Só sei que é assim. Vou ter que procurar outro lugar. Com aluguel melhor [mais barato]. (Jorge)

No fim, ele tinha razão em se preocupar. Quando o reencontrei, em 2018, ele havia saído do Porto Brás. Disse-me que vendeu bem no final de 2017, ganhou dinheiro, mas tendo em vista o alto valor do aluguel, não seria capaz de permanecer o ano todo no shopping, durante o período menos aquecido comercialmente. “Ia trabalhar só para pagar o boleto [do aluguel do box]”, resume ele.

A fala de um comerciante do Brás demonstra que a gentrificação do trabalho no comércio popular não é apenas um recurso analítico que dá inteligibilidade ao processo de transformação em curso, mas uma realidade que começa a ser observada e denunciada pelos próprios trabalhadores, ainda que sob outros termos: “Nós não queremos o shopping bonito com ar condicionado. [...] o Consórcio apenas quer o terreno, querem tirar a feira do trabalhador e vender para o rico” (Patrício, comerciante da Feirinha, em audiência pública durante a CPI da Feira da Madrugada na Câmara Municipal de São Paulo<sup>44</sup>).

O “rico”, nesse caso, seriam os comerciantes mais capitalizados, principalmente chineses e coreanos, mas também pequenos microempreendedores como Marcos, com melhores condições de investimento quando comparados a outros comerciantes na Feirinha, que lutavam para manter o negócio rentável. Mais do que um processo local, é importante observar as similitudes com casos semelhantes em outros contextos, como o descrito por Bromley e Mackie no Peru, em que intervenções do poder público removeram ambulantes do centro da cidade para novos centros comerciais:

---

<sup>44</sup> Disponível em

<[http://www.jorbras.com.br/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=4549&Itemid=2](http://www.jorbras.com.br/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=4549&Itemid=2)>, Acesso 08/10/2017

[...] ao lado desses movimentos para melhorar as condições e práticas comerciais, ficou evidente que os gestores municipais esperavam gentrificar o comércio atraindo e promovendo uma classe mais profissional de comerciante. Isso seria sustentado através da provisão de um ambiente de mercado atraente e com bons serviços e de uma alocação de barracas e estrutura de preços que excluísse os comerciantes mais pobres<sup>45</sup>. (BROMLEY; MACKIE, 2009, p.1501)

À semelhança do que venho observando no comércio popular do Brás, os autores verificam que no processo de empresarização do comércio em Cusco, distinções e tensões entre os comerciantes ficaram evidentes, sobretudo no que se refere às diferenças de trajetória dos sujeitos e à abordagem dos consumidores feita pelos novos comerciantes, em comparação com seus colegas, antigos no comércio de rua. No Brás, essa tensão parece ainda mais explícita, até porque a diferenciação das atividades se mostra numa condição mais avançada. As expectativas dos novos empreendedores do comércio popular, suas percepções sobre o trabalho e mesmo as condições em que o exercem, marcam fronteiras significativas em relação ao camelô que se quer extinguir.

Além disso, a gentrificação do trabalho se desenvolve com a banalização e legitimação do poder econômico como critério definitivo para a participação nesse mercado, em detrimento de uma “função social” antes atribuída a espaços como a Feirinha. Durante a CPI da Feira da Madrugada, Carmelo, um dos membros do consórcio gestor, demonstra essa passagem, na qual os interesses de mercado se sobrepõe a qualquer outro. Ao responder sobre a expulsão de comerciantes inadimplentes com o aluguel dos boxes, ele resume: “Problemas nós sempre vamos ter. [...] É conflitante. O negócio deles é vender roupa e o meu é receber aluguel. É conflitante”. Na mesma sessão, Alex, comerciante antigo da Feirinha, evidencia o sentido do modelo de comércio popular em curso: “microempreendedor é para quem tem dinheiro”; mostrando assim que mesmo a política de formalização dessas atividades informais tem possibilitado a exclusão de trabalhadores menos capitalizados dos processos de modernização do comércio popular.

É considerando esse movimento de expulsão que podemos pensar a empresarização do comércio popular em São Paulo como uma espécie de materialização local de um modelo

---

<sup>45</sup> Na versão original: “alongside these moves to enhance trading conditions and practices, it was evident that the municipal managers hoped to gentrify trading by attracting and promoting a more professional class of trader. This would be supported through the provision of a well-serviced and attractive municipal market environment and a stall allocation and pricing structure which excluded the poorest traders”.

de “acumulação por espoliação” (HARVEY, 2005). Ao mobilizar a ideia de acumulação por espoliação, Harvey, em discussão com Rosa Luxemburgo, recupera a noção de acumulação primitiva trabalhada por Marx para registrar sua atualidade no capitalismo contemporâneo, observando que o problema do adjetivo “primitivo” é qualificar a acumulação baseada na força, na violência, na fraude, como uma etapa ancestral do capitalismo, cuja manifestação contemporânea seria apenas resquício do passado, avesso ao processo de acumulação moderno. O autor propõe, então, o conceito de acumulação por espoliação para registrar que as práticas de opressão e despossessão permanecem presentes nas estratégias contemporâneas de produção e concentração de riqueza: “parece estranho qualificar de ‘primitivo’ ou ‘original’ um processo em andamento” (HARVEY, 2005, p. 121).

Segundo Harvey, “todas as características da acumulação primitiva que Marx menciona permanecem fortemente presentes na geografia histórica do capitalismo até os nossos dias” (HARVEY, 2005, p.121). Entre essas características, podemos mencionar a mercadificação da força de trabalho, a supressão de formas alternativas de produção e consumo, o endividamento e subordinação ao capital via sistema de crédito e a violência estatal e sua capacidade de definição de legalidades como fundamental para o avanço dessas práticas. Como exemplo, Harvey destaca a expulsão de populações camponesas e, conseqüentemente, a formação de um contingente proletariado sem terra em diferentes países; a privatização de recursos ambientais fundamentais à vida, como a água; a supressão de comunidades de agricultura familiar pelo agronegócio; a utilização de trabalho escravo em diversos setores produtivos; o endividamento estratégico de famílias de baixa renda; a desvalorização e supressão de modos de vida anteriormente viáveis.

Assim, dada a frequência dessas situações no processo de acumulação contemporânea de capital, o autor observa a dificuldade de se separar “nesse emaranhado de violência política e lutas pelo poder as leis férreas do processo econômico” (HARVEY, 2005, p.124). Sobre esse aspecto, proponho levar ao limite a abertura reflexiva proporcionada pelo conceito de acumulação por espoliação, tensionando a própria ideia de “leis férreas do processo econômico”. Se reconhecermos que as leis econômicas não são leis naturais, inexoráveis, mas leis instituídas, isso nos obriga a reconhecer também que essas formas de espoliação provocadas pelo avanço das elites capitalizadas sobre populações de baixa renda – geralmente sob via legais –, não representam uma subversão das “leis férreas do

processo econômico”, ou seja, da forma “normal” de ampliação do capital, mas sim práticas constitutivas e rotineiras do processo de acumulação. Se o recurso ao uso da força (física e institucional) para a geração ou redirecionamento de riqueza parece exterior àquilo que a lógica capitalista deveria ser, é apenas em relação à sua normatividade, uma vez que completamente coerente com sua realização empírica.

Feita essa consideração, acredito poder caracterizar a gentrificação do trabalho no comércio popular, provocada por sua empresarização, como uma forma de acumulação por espoliação. O que está em jogo é a produção de um arranjo político e econômico que torna inviável a participação nesses mercados daqueles comerciantes de baixa renda que, de maneira coletiva, construíram seu atual potencial de mercado. Potencial este que agora tem sido reconhecido e atraído investidores externos, cujo enraizamento nesse universo se dá tanto pelo convencimento – fundado na promessa de modernização e discurso de eficiência – quanto pelo auxílio do aparato repressivo e regulatório do Estado.

Em alguns casos, as estruturas preexistentes têm de ser violentamente reprimidas como incompatíveis com o trabalho sob o capitalismo, porém múltiplos relatos sugerem hoje que há a mesma probabilidade de serem cooptadas, numa tentativa de forjar alguma base consensual, em vez de coercitiva, de formação da classe trabalhadora. Em suma, a acumulação primitiva envolve a apropriação e a cooptação de realizações culturais e sociais preexistentes, bem como o confronto e a supressão. (HARVEY, 2005, p. 122)

Com efeito, todo esse processo de empresarização representa um novo vetor de desenvolvimento do comércio popular, que tem se realizado pela articulação de situações aparentemente avessas, como repressão e empreendedorismo, formalização e desigualdade. Ao mesmo tempo, a situação dos trabalhadores também apresenta contradições, como a melhoria das condições de trabalho e a expulsão de muitos trabalhadores que não foram capazes de se inserir econômica e subjetivamente na nova configuração.

### **7.7. Formalização excludente**

Pode-se argumentar que o que está em curso é uma mudança na forma de tratar o comércio que tem a ver com deslocamentos na forma de atuação do Estado. Parece claro o



deslocamento da matriz que ainda pensava na integração desses trabalhadores (percebidos como marginalizados) na chave dos direitos e cidadania para a solução através da inserção dessas atividades na lógica do mercado<sup>46</sup>. No caso em questão, vê-se o deslocamento político do debate sobre direito à cidade e geração de empregos para a centralidade da gestão técnica via contratos, aluguéis, empreendedorismo e modernização dos mercados – o que acaba ofuscando o próprio viés político inerente à aposta nesse modelo. Em uma perspectiva mais ampla, Hibou (2013), em sua discussão sobre “burocratização neoliberal”, nos dá algumas pistas para a compreensão do processo em curso.

A doxa neoliberal apresenta o respeito a essas normas, regras e procedimentos particulares como a expressão da “boa governança”, vendo nessas formalidades simples técnicas. Ela coloca o acento sobre a universalidade da racionalidade econômica e, mais precisamente, empresarial, sobre a dimensão tecnocrática desses processos e sobre sua eficácia, sua segurança e sua moralidade, em uma visão despolitizada do governo, que é uma forma muito ideológica de análise do político<sup>47</sup>. (HIBOU, 2013, p. 10)

No caso estudado, mais do que uma estratégia para regular e legitimar a atividade de comércio popular, entendendo sua importância econômica e social, o processo de formalização, por exemplo, tem se mostrado uma tecnologia informada pela lógica competitiva neoliberal. O imperativo da formalização, recebido como um valor indiscutível, é legitimado a despeito das desigualdades que pode produzir quando não informado por princípios de garantia de melhores condições de vida e trabalho. Em termos substantivos, formalizar diz muito pouco quando não são exploradas as lógicas políticas que informam sua operacionalização.

---

<sup>46</sup> Feltran (2014) reflete sobre essa passagem da aposta na integração social via gramática dos direitos para a mediação do conflito social através da lógica de mercado. Nesse sentido, o Brasil contemporâneo estaria diante de uma nova “questão social”, que se desloca do projeto de integração dos pobres através da expansão dos mercados de trabalho e da cidadania para a inserção no Mercado e gestão do conflito via monetarização das relações entre grupos sociais distintos.

<sup>47</sup> Na versão original: “La doxa néolibérale présente le respect de ces normes, règles, procédures bien particulières comme l’expression de la ‘bonne gouvernance’, en voyant dans ces formalités de simples techniques. Elle met l’accent sur l’universalité de la rationalité économique, et plus précisément entrepreneuriale, sur la dimension technocratique de ce processus et sur son efficacité, sa sécurité et sa moralité, dans une vision dépolitisée du gouvernement qui est une forme très idéologique d’analyse du politique”.

A empresarização do comércio tem sido promovida então através de processos de formalização sem “substância solidária”, ou seja, sem que o princípio da proteção social esteja no centro, ainda que essa questão seja mobilizada frequentemente na retórica política de agentes do poder público e investidores. O que se verifica são processos técnicos, próximos àquilo que Hibou (2012) chama de “formalização sistemática”, que se desenvolvem através da criação constante de regras, procedimentos e códigos, promovidos acriticamente – ainda que carregue um sentido fortemente político – e produzindo, como efeito, a generalização do modelo do mercado.

A formalização do comércio popular tem sido colocada em prática sem diálogo com aqueles mais afetados por seus efeitos: os trabalhadores. E ela só pode prescindir desse debate porque carrega uma dimensão moral compartilhada: formalizar é sempre, e a priori, positivo. Desse modo, o poder público se furta de fazer um debate político mais amplo, e o benefício privado extraído dessas políticas públicas fica obscurecido. O importante é a aparência de justiça através da legalidade, meritocracia e criação de possibilidades para a concorrência no mercado.

No entanto, apesar da impressionante coerência dos processos que a promovem, não entendo a empresarização do comércio popular como um projeto elaborado cautelosa e organizadamente por grupos de indivíduos específicos. Ao contrário do que uma “leitura pelos efeitos” pode sugerir, ela não está ligada exclusivamente aos interesses de governantes que buscam controlar e gerir o “caos social”, nem se restringe às ações de capitalistas em busca de lucros a qualquer custo; não se desenvolve como tal por um projeto concebido de maneira coerente desde o princípio. É resultado de uma “constelação de interesses”, para utilizar o termo weberiano. Sobre isso, vale dizer que ela não se dá apenas como uma tecnologia de poder que age sobre os agentes, mas também através deles. Como destaca Hibou a propósito da burocratização neoliberal: “nós somos todos vetores, mediadores, atores mais ou menos conscientes desses processos, e nós participamos da difusão dessas formalidades, mesmo que possamos ser simultaneamente vítimas<sup>48</sup>” (HIBOU, 2013, p.12)

---

<sup>48</sup> Na versão original: “nous sommes tous des vecteurs, des médiateurs, des acteurs plus ou moins conscients de ce processus et nous participons à la diffusion de ces formalités, même si nous pouvons simultanément en être des victimes”.

Esse processo estaria então fundamentado nas racionalidades do capitalismo, do Estado, mas também nos interesses dos próprios sujeitos situados, em suas preocupações particulares. Isso se verifica nas nossas expectativas e demandas, por vezes contraditórias, em matéria de segurança, na busca por facilidades de organização e mobilidade, nos anseios de maior “qualidade de vida” urbana e mesmo nos desejos de autonomia e emancipação frente a formas opressoras de trabalho.

Sobre esse aspecto, são evidentes as demandas que legitimam a formalização excludente no comércio popular em São Paulo. Basta olhar para o conjunto de notícias que retratam o comércio popular como carente de segurança e como espaços que favorecem a comercialização de mercadorias ilegais e o trabalho superexplorado. A partir dessas concepções, qualquer intervenção que produza uma sensação de ordem é justificada, inclusive por muitos que ali trabalham, mesmo que em um segundo momento estes se vejam prejudicados por essas mesmas intervenções.

Esse é, por exemplo, o caso de alguns comerciantes entrevistados que comemoraram a concessão da Feirinha da Madrugada à iniciativa privada, entendendo que a suposta capacidade de gestão dos empresários iria alavancar os empreendimentos ali desenvolvidos. O caso de Jorge é exemplar. Antes mesmo de os comerciantes perceberem a iminência da demolição da Feirinha para a construção do novo shopping, Jorge já discursava sobre os benefícios que supostamente viriam caso se investisse na empresarização daquele espaço, sempre em comparação com o modelo dos shoppings populares:

Lá [no Shopping Porto Brás] evoluiu em qualidade, em iluminação, em segurança, em tudo. Aí o cliente que vinha para o Brás, era assaltado, era roubado, era não sei o que e não sei o que. “Pera aí, mas lá é tudo bonitinho, tem banheiro limpinho, tem lanchonete, tem praça de alimentação”. [Shopping] Total Brás tem hotel. É hotel e shopping. Mega Polo é hotel e shopping. Então neguinho se hospeda e fica três, quatro dias em São Paulo para comprar lá. Então é isso. Agora, bonito seria se isso daqui tudo, talvez não com a estrutura de lá, mas se transformasse mais ou menos no que está lá. [...] É o caminho. Porque esse terreno aqui é o maior terreno do Brás. Se isso daqui se transformasse num shopping mesmo, bonitinho, arrumadinho, vamos dizer assim, com capacidade para trezentos ônibus – lá cabe cem, cento e cinquenta -, então tem como trazer para cá. Mas o povo daqui não deixa, não deixa. Não deixa acontecer isso, não deixa. (Jorge)

Quando da demolição da Feirinha para a construção do shopping no modelo que Jorge desejava, ele não foi contemplado com box no espaço provisório destinado a comerciantes com TPU ou que firmaram contratos de locação junto ao consórcio. Ele também já havia saído do Shopping Porto Brás por não conseguir arcar com os aluguéis. Na última vez que encontrei Jorge, no fim de 2018, este estava trabalhando como funcionário de um grande comerciante de tênis piratas em um importante shopping popular do Brás. Mesmo com formação superior, discurso fortemente empreendedor e com a perspectiva sobre modernização do comércio alinhada com as estratégias de reordenamento em curso, ele se viu obrigado a trabalhar como assalariado informal, ganhando uma remuneração fixa de R\$1 mil, mais comissão por vendas. Segundo ele mesmo, abaixo do que ganhava como autônomo.

A partir disso, parece claro o deslocamento da matriz que ainda pensava na integração dos trabalhadores informais do comércio popular (percebidos como marginalizados) na chave dos direitos e cidadania para a solução através da inserção dessas atividades na lógica do mercado. No caso em questão, vê-se o deslizamento político do debate sobre direito à cidade e geração de empregos para a centralidade da gestão técnica via contratos, aluguéis, empreendedorismo e modernização dos mercados – o que acaba ofuscando o próprio viés político inerente à aposta nesse modelo.

Considerando isso, pode-se estabelecer um nexos de sentido entre essas transformações e aquilo que Roy assinala como uma tendência mundial de conversão de economias informais (*shadow economies*), associadas a espaços de pobreza, em espaços de empresa e lucro (ROY, 2010), um processo sempre complexo e de construção fragmentada. A autora analisa esse movimento através da disseminação mundial dos projetos de microfinança, que, através da expansão do microcrédito e das possibilidades de empréstimos aos mais pobres, tem visado a redução da pobreza e ampliação das possibilidades de crescimento econômico embasado em lógicas de “auto-ajuda”, empreendedorismo e empoderamento (ROY, 2010).

Roy discute a conexão dessa nova lógica econômica e social, centrada nas camadas socioeconômicas inferiores (*bottom billion capitalism*), com o paradigma neoliberal de desenvolvimento. No entanto, mais do que simplesmente um desmonte das funções sociais do Estado e um “fundamentalismo de mercado”, o que ela observa nesse movimento é o caráter construtivista do neoliberalismo, identificado como uma euforia

em “criar bens humanitários que salvam vidas”, através da conversão de economias informais em finanças que circulam globalmente e da transformação de “sujeitos em risco” em “empreendedores que aceitam os riscos” (ROY, 2012).

Na experiência dos agentes, pode-se argumentar que todo esse processo de empresarização tem contribuído para a ressignificação do trabalhador do comércio popular, que passa de “camelô” informal a microempreendedor, e tem sido possível construir uma imagem mais positiva sobre essas atividades. Quando se observa essa ressignificação em um cenário de precarização do emprego formal e “desencantamento do assalariamento” no Brasil (RANGEL 2017), podemos entender a entrada de pessoas com diferentes perfis nesse mercado, que hoje tem se mostrado uma forma de ganhar a vida substancialmente diferente daquela circunscrita a uma economia de subsistência, como historicamente foi construída a imagem do camelô.

Assim, aquilo antes relacionado a “economias da necessidade” tem sido transformado em fonte de lucro, assim como recursos públicos e supostamente coletivos são recalibrados como canais de acumulação privada de riqueza (ROY, 2010). Ao mesmo tempo, trabalhadores menos adaptados e menos receptivos à empresarização são ameaçados pela racionalidade empresarial que informa tanto as estratégias do Estado quanto, obviamente, os investimentos de grupos privados. Processos esses que se desenvolvem com a adesão e engajamento daqueles comerciantes mais afinados com a lógica da competição e da auto-responsabilização, aspectos que podem ser condensados nos discursos e práticas contemporâneas de empreendedorismo.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalhador do comércio popular foi historicamente pensado como alguém num estatuto vacilante entre o trabalhador desesperado e o marginal contraventor. Na verdade, todo o comércio popular – em geral tratado sob os termos da informalidade – foi elaborado como algo que viria a se extinguir com a inserção efetiva do Brasil na modernização capitalista e com a expansão do assalariamento. Obviamente, não foi o que aconteceu. Não só esses mercados não desapareceram como a própria crença de construção de uma sociedade de direitos através da expansão do assalariamento protegido tem se tornado cada vez mais frágil. A dinâmica contemporânea dos grandes mercados populares, em termos de trabalho, reordenamento urbano e conexão com amplos circuitos comerciais, discutidas aqui através do caso do Brás, representa isso.

Já há pelo menos três décadas a região do Brás se constituiu como um importante centro de comércio popular. No entanto, vale observar sua maior expansão e reconhecimento nacional e internacional após a consolidação, nos anos 2000, do comércio realizado na madrugada. Isso catalisou e expandiu o escopo do dispositivo comercial ali operante, em termos de escala, mas também no que se refere a uma nova configuração política, econômica e social, expressa através das disputas em torno da produção contemporânea de um novo modelo de mercado, com traços mais “empresariais”. Esta tese buscou discutir essas dinâmicas.

Em linhas gerais, o argumento apresentado caminhou no sentido de apontar que os deslocamentos estruturais e culturais no mundo do trabalho nas últimas décadas, reconfiguraram as experiências de trabalho na informalidade na mesma medida em que fragilizaram a estabilidade historicamente associada ao emprego formal. Com a perda de consenso em torno de um modelo de desenvolvimento nacional pautado na tríade industrialização, expansão do assalariamento e ampliação dos direitos sociais (MACHADO DA SILVA, 2002), paulatinamente tem sido naturalizada a condição de instabilidade característica do mundo do trabalho atual. A partir disso, o engajamento de trabalhadores em atividades do comércio popular (mesmo com todo o estigma atribuído

a elas) tem se tornado mais plausível, inclusive para trabalhadores mais escolarizados e qualificados. Esse movimento tem sido intensificado nos últimos anos pelo o que chamo de processo de “empresarização” do comércio popular, em que políticas estatais e investimentos privados têm sido direcionados para a “modernização” e formalização desses mercados, que, antes associados a espaços de pobreza, passam a ser identificados como universos de ação empreendedora e em seu potencial de geração e circulação de riqueza. Essa mudança no estatuto do comércio popular é operada também através da criação de shoppings populares e de processos de formalização que incentivam o empreendedorismo e a responsabilização individual, de sorte que os custos para o engajamento formal nesse mercado têm se elevado. Produz-se assim um cenário em que se positiva o trabalho no comércio popular e essas atividades adquirem um aspecto menos precário, ao passo que se opera uma espécie de “gentrificação do trabalho”, em que trabalhadores menos capitalizados são expulsos dos melhores pontos comerciais.

É a partir disso que podemos entender a entrada de pessoas com diferentes perfis nesse mercado, que hoje tem se mostrado uma forma de ganhar a vida diferente daquela circunscrita a uma economia de subsistência, como historicamente foi construída a imagem do camelô. Se, por um lado, essa “gentrificação do trabalho” no comércio popular ameaça a permanência de trabalhadores na ocupação e tem gerado resistências; por outro, conta com a adesão muitos comerciantes, principalmente daqueles “que vieram depois”, ou seja, os que entraram na ocupação depois de iniciado o processo de empresarização, mesmo que estes também estejam ameaçados.

Pode-se constatar que, hoje, o comércio popular tem atraído gente com muito mais capital e com estratégias comerciais diferentes daqueles camelôs que trabalhavam nas ruas ou daqueles comerciantes que ingressaram e permaneceram no comércio popular por falta de alternativas. Estes, inclusive, tem encontrado mais dificuldade para competir na lógica de comércio de shopping, e sua paulatina expulsão não parece ser mera coincidência.

Considerando esses processos, entendo que o engajamento dos trabalhadores nesses mercados não pode mais ser explicado apenas pelas “ausências” (falta de educação, qualificação, capacidades, oportunidades), o que convida a análises sobre a positividade dessas experiências e os sentidos que esse trabalho adquire para os sujeitos ali inseridos.

Ao mesmo tempo, para entender esse processo, é preciso também considerar as mudanças nas práticas estatais em relação ao comércio popular e a concepção desses mercados como uma nova fronteira de investimentos privados.

De fato, o trabalho no comércio popular permanece marcado pela precariedade em termos da ilegitimidade do seu ordenamento e suscetibilidade às instabilidades econômicas e políticas. No entanto, sua positividade aponta tanto para a hegemonia da lógica neoliberal - que naturaliza a insegurança e responsabiliza cada um pelas próprias condições de vida -, quanto revela a naturalização da precariedade dos empregos no Brasil, em termos objetivos (salários e condições de trabalho), mas também naquilo que se refere à submissão inerente à relação de emprego e à possibilidade de encontrar satisfação no trabalho.

Na escala das escolhas, expectativas e ações dos agentes engajados nas práticas contemporâneas de comércio popular, pode-se identificar uma confluência perversa entre discurso neoliberal e a busca por condições de trabalho menos submissas e degradantes. Ou seja, através da maneira em que são recebidos os discursos hegemônicos sobre trabalho e consumo que configuram a imagem do que é uma vida digna de ser vivida, as pessoas elaboram suas expectativas e as balizas daquilo que estão dispostas a fazer para atingi-las.

Ainda que a realidade concreta possa “desmentir” o discurso, a ideia de não ter padrão ilumina as expectativas do trabalhador contemporâneo. Ou melhor, podemos voltar ainda mais e retomar à discussão de Juarez Brandão Lopes (2008) sobre a dificuldade de adequação dos trabalhadores rurais à indústria na década de 1950, uma vez que estes eram resistentes ao disciplinamento e submissão impostos pela relação de compra e venda da força de trabalho assalariada. Isso nos lembra que se a busca por autonomia no mundo atual tem relação com as transformações produtivas e hegemonia ideológica do neoliberalismo, a idealização da relação salarial, por vez, também precisou ser produzida.

Por um lado, a questão latente é saber por que nesse trabalho precário, instável e muitas vezes estigmatizado ainda é muito presente o discurso contrário à submissão salarial. Martins e Lima (2014) observam que para entender a valorização da condição salarial é preciso recuperar seu histórico de situação miserável e desprezada para outra que se



apresenta como desejada, uma vez que proporcionava o acesso a garantias e direitos resguardados pela proteção do Estado Social nos países centrais. Na mesma sequência lógica, para entender a metamorfose do trabalho no comércio popular enquanto algo marginal, provisório e emergencial para uma forma de ganhar a vida cada vez mais legítima e valorizada, é preciso reconhecer que a antes hegemônica condição salarial (ao menos em termos de horizonte a ser alcançado) parece estar sofrendo um processo de desencantamento. Isso se deve aos recentes retrocessos nas garantias atreladas ao trabalho com carteira assinada, assim como à descrença no seu potencial para conduzir à ascensão social. A partir disso, é plausível que muitos optem por uma inserção econômica potencialmente mais rentável e que não chega a ser percebida como uma condição mais instável, visto que a aposta na permanência no mesmo emprego por dez ou quinze anos, como já foi comum na antes idealizada condição operária, já não parece tão partilhada.

Operando esses processos sob uma lógica multiescalar, pode-se observar então que a força dos condicionantes estruturais – materiais e simbólicos – é fundamental para a elaboração das expectativas contemporâneas de autonomia no trabalho (ainda que relativa); assim como é importante considerar as percepções dos sujeitos sobre a submissão e precariedade dos empregos disponíveis e o valor subjetivo atribuído a ideia de liberdade. Nesse sentido, mais do que mera estratégia ideológica, parece haver uma espécie de “homologia semântica” entre o discurso neoliberal e a crítica à submissão inerente ao assalariamento.

É a partir desse foco que se pode identificar as conexões entre os processos de empresarização do comércio popular, gentrificação do trabalho e transformações mais amplas no mundo do trabalho – em especial no que se refere à hegemonia da lógica neoliberal e do discurso empreendedor e o “desencantamento” do emprego assalariado. Esses processos combinados têm produzido novos significados ao trabalho no comércio popular, e olhar para os novos perfis dos comerciantes, assim como para as tensões produzidas entre comerciantes inseridos em diferentes estatutos formais, diferentes espaços físicos e dotados de percepções distintas, é uma forma profícua de apreender essas transformações.

Muito frequentemente surge certa preocupação por parte dos agentes do Estado com a população de autônomos precariamente engajada no comércio ambulante. Muito mais que a defesa dos comerciantes estabelecidos, afigura-se esta preocupação – do ponto de vista dos administradores públicos – como necessidade de pôr fim a uma atividade desprestigiada que enfeia as ruas e praças onde aqueles fazem seus pontos de vendas. Não há, na verdade, nenhuma novidade nessa visão. Estes pequenos e pobres trabalhadores, contrastando com as vitrinas do comércio estabelecido, são vistos como forma de mendicância e na sociedade capitalista não há lugar para os mendigos. São excrescências que devem ser escondidas, ou afastadas para as periferias dos grandes centros. De todo modo, eles mostram uma face que representa uma anomalia. Como os antigos mendigos e vagabundos, são perseguidos e expulsos, a menos que possam revestir sua atividade com uma roupagem capaz de dar a eles um aspecto alternativo “digno”. (PRANDI, 1978, p. 74)

O processo de empresarização do comércio popular tem contribuído para a confecção da “roupagem” capaz de dar a essa ocupação “um aspecto alternativo digno”. Os novos empreendedores do comércio popular dificilmente podem ser retratados como “pequenos e pobres trabalhadores” e sua atividade já não pode ser confundida com uma forma de mendicância. Como demonstrado, no comércio popular paulistano tem surgido modos de engajamento cada vez mais regulados e espacialmente organizados.

A erosão das expectativas de construção de uma sociedade coberta por direitos atrelados ao contrato de trabalho, e sob a supervisão de um Estado protetor, deu impulso às análises do processo de precarização através do léxico da desregulamentação. No entanto, o que temos assistido é um processo de mudanças na regulação estatal e, até mesmo, sua expansão para situações antes pouco controladas. Ocorre, contudo, que a maior regulação não implica necessariamente em maior proteção ao trabalhador e em melhores condições de trabalho, como supunham as expectativas guiadas pela reminiscência da imagem do Estado Social.

Nesse contexto, em vez de desregulamentação das relações econômicas e de trabalho, o que se verifica é o afastamento de uma forma específica de regulação que visava proteger os trabalhadores. Mas esse diagnóstico para no meio do problema. Tendo em vista que o Estado continua sendo um ator importante, inclusive, expandindo suas normas, é preciso

compreender os conteúdos dessas novas regulações, e os seus efeitos para os sujeitos, em termos objetivos e subjetivos.

Exemplo disso é a nova lei de terceirização no Brasil. Antes pouco regulado, o trabalho terceirizado, quando em condições de exploração injusta e ilegal, poderia ser alvo de ações judiciais por parte dos trabalhadores, em busca de seus direitos. Com a nova regulação, a terceirização pode ser expandida até para as atividades fins e os trabalhadores não podem mais recorrer ao auxílio da legislação, visto que esta agora legitima e sanciona a instabilidade e precariedade do mundo do trabalho. No caso da empresarização da Feirinha, por exemplo, com sua concessão à iniciativa privada, não se pode pensar na retirada do Estado ou, simplesmente, seu sequestro por grupos privados. Faz mais sentido entender esse processo como uma estratégia coerente, ainda que não necessariamente planejada, de ação estatal, que se dá em conjunto e através da mediação privada. Ou seja, como lembram Dardot e Laval (2010), para que estratégias neoliberais funcionem, é preciso que o Estado também opere sob a lógica neoliberal.

Busquei observar neste texto como, através de processos de formalização, a priori benéficos, outras desigualdades têm sido produzidas. A empresarização do comércio popular, em que o Estado formaliza as atividades ao mesmo tempo em que elas são legitimadas sob o crivo do mercado, tem produzido novas desigualdades – com melhoria das condições de trabalho para alguns, expulsão de outros e, em qualquer cenário, substantivos retornos financeiros aos grandes investidores. As negociações que antes eram feitas entre cidadãos e poder público, passaram a responder à lógica do direito privado, dos contratos entre empresas. Tem havido retrocesso também nas possibilidades de renda dos comerciantes, que precisam direcionar muito do que ganham aos proprietários dos shoppings populares. Além disso, os trabalhadores precisam lidar constantemente com as mudanças no próprio local de trabalho e com a instabilidade dos contratos. A especulação imobiliária e espoliação da riqueza do comércio fica evidente, assim como a anuência do Estado. Arranjos em que a proteção aos trabalhadores não está no centro.

Com efeito, o projeto que tem se efetivado para a modernização do comércio popular expressa interesses diversos, mas não contraditórios – como requalificação urbana, combate à informalidade, gestão de determinados ilegalismos e exploração econômica da cidade em geral e do comércio popular em particular. O discurso da eliminação da

informalidade do comércio popular vem junto com o incentivo ao empreendedorismo do comerciante formal, que estaria adequado a um modelo de organização do comércio popular virtuoso, e que, supostamente, traria benefícios a todos os envolvidos: comerciantes, consumidores, Estado e investidores.

Nesse sentido, pode-se dizer que essa lógica financeira contemporânea é organizada em torno de uma inter-relação entre razão econômica e a retórica de desenvolvimento social para aqueles grupos mais prejudicados pelas desigualdades produzidas na ordem capitalista. Ou seja, além da necessidade de extração de resultados econômicos, há uma espécie de “ética” na formulação dessas estratégias, que, ao menos discursivamente, sugere atenuar a situação de precariedade dos mais pobres. É esse projeto de mitigar os efeitos funestos do capitalismo sobre os mais pobres – através da construção de oportunidades para que estes melhorem suas condições a partir do investimento em suas capacidades, e sem que, ao mesmo tempo, se elaborem estratégias para as transformações estruturais que produzem essas desigualdades –, que Roy (2010) chama de “populismo neoliberal”. Pode-se dizer que a ideia de empresarização do comércio popular opera sob uma racionalidade semelhante, reservadas, porém, as especificidades de contexto que sempre estão presentes na materialização de lógicas hegemônicas.

O grupo empresarial que ganhou o contestado processo de licitação da Feirinha da Madrugada descreve sua missão como “ser uma rede de shoppings populares que proporcione a inclusão pelo desenvolvimento social, cultural, econômico e político, fornecendo produtos, serviços e atendimento de qualidade, de forma segura e rentável aos consumidores, lojistas e investidores”<sup>49</sup> (Grupo UAI). Apurando os conteúdos que aparecem telegraficamente neste enunciado, pode-se identificar uma fórmula já comum na gestão de populações pobres: a combinação entre discursos de desenvolvimento social e controle (MOTTA, 2017). Nesse discurso, são destacados os elementos-chave da narrativa que legitima a empresarização do comércio popular, e sua eficiência se dá justamente por conseguir articular diferentes dimensões da vida social: o governo moral dos sujeitos (LAUTIER, 2014) – através do seu “desenvolvimento social, cultural e

---

<sup>49</sup> Disponível em <<http://www.uaishopping.com.br/site/grupo-uai/>>, Acesso em: 04/02/2019.

político”; a preocupação com a “segurança” –; e a dimensão que tem norteado essas formas de regulação, qual seja, a necessidade de que isso tudo seja “rentável”.

Enquanto elementos positivos, esses aspectos são anunciados como agenciamentos técnicos, despolitizando suas lógicas de referência e seus efeitos. Portanto, é pela sua combinação na análise que os sentidos políticos (estratégicos e subjacentes) desses processos podem ser reconstruídos, possibilitando ganhos em termos de compreensão das ambivalências que caracterizam as intervenções sobre esses mercados e seus efeitos sobre os trabalhadores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBA, Carlos e FREIRE DA SILVA, Carlos. (2014). Les vendeurs ambulants à Mexico et à São Paulo face à la réhabilitation des centres historiques. In: AZAÏS, Christian. e PEPINLEHALLEUR, Marielle. (eds.). *Modes de gouvernance dans quatre métropoles latino-américaines (Buenos Aires, Caracas, Mexico et São Paulo): Entre logiques institutionnelles et acteurs*. Bruxelles: P.I.E. Peter Lang. pp. 193-242.

AMADIO, Decio. Desenho urbano e bairros centrais de São Paulo. Um estudo sobre a formação e transformação do Brás, Bom Retiro e Pari. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade de São Paulo, 2005.

ANDRADE, Margarida M. de. Brás, Mooca e Belenzinho – “bairros italianos” na São Paulo Além-Tamanduateí. *RDG - Revista do Departamento de Geografia*. v.8, FFLCH-USP, pp. 97-102, 1994.

ARAÚJO FILHO, Tarcísio P. A construção de um controle negociado: o trabalho dos auxiliares de fiscalização da prefeitura de belo horizonte. Dissertação (Mestrado em Sociologia). UFSCAR – São Carlos, 2016.

\_\_\_\_\_. Os toreros de Belo Horizonte: construindo caminhos na contramão das ruas da cidade. *Cadernos CERU*, série 2, v.29, n.2, 2018.

AZAÏS, Christian; TELLES, Vera da Silva; e KESSLER, Gabriel. *Ilegalismos, cidade e política*. Belo Horizonte: Fino Traço, 2012.

AZAIS, Christian. As zonas cinzentas no assalariamento: propostas de leitura do emprego e do trabalho. In AZAÏS, Christian; KESSLER, Gabriel; TELLES, Vera da Silva (orgs.). *Ilegalismos, cidade e política*. Fino Traço, Belo Horizonte, pp. 167-198, 2012.

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

BECK, Ulrich. *Liberdade ou capitalismo: Ulrich BECK conversa com Johannes Willms*. São Paulo, Editora da Unesp, 2003.

BENDASSOLI, Pedro. Público, privado e indivíduo no novo capitalismo. *Tempo Social; Rev. Sociologia USP*. São Paulo. nº 12 (2): 203-236, novembro, 2000.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Éve. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BONDI, Liz. Gender, class and gentrification: enriching the debate. *Environment and Planning D: Society and Space*. v. 17, pp. 261–82, 1999.

BOURDIEU, Pierre. O capital social: notas provisórias. In NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A (Orgs). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1998a.

\_\_\_\_\_. *Contrafogos: táticas para enfrentar a invasão neoliberal*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998b.

\_\_\_\_\_. A ilusão biográfica. In: *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas. Papirus, 2005.

\_\_\_\_\_. *Meditações Pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRAGA, Ruy. A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

BROMLEY, Rosemary. Informal Commerce: expansion and exclusion in the historic centre of the Latin American city. *International Journal of Urban and Regional Research*. 22(2): 245–263, 2002.

BROMLEY, Rosemary. and Mackie, Peter. Displacement and the New Spaces for Informal Trade in the Latin American City Centre. *Urban Studies*. 46(7): 1485–1506, 2009.

BURAWOY, Michael. Manufacturing consent: changes in the labor process under monopoly capitalism. Chicago and London: University of Chicago Press, 1979.

\_\_\_\_\_. *Marxismo Sociológico: quatro países, quatro décadas, quatro grandes transformações e uma tradição crítica*. São Paulo: Alameda, 2014.

\_\_\_\_\_. Manufacturing consent revisitado: uma nova aproximação. *Revista Outubro*, n. 29, pp. 95-122, 2017.

CARDOSO, Adalberto. Uma Utopia Brasileira: Vargas e a Construção do Estado de Bem-Estar numa Sociedade Estruturalmente Desigual. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 53, no 4, pp. 775-819, 2010.

CARNEIRO, Cristianne. Os fios (in)visíveis do comércio informal: um estudo sobre os shoppings populares no Nordeste. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). UFRJ – Rio de Janeiro, 2017.

CASTEL, Robert. *As Metamorfoses da Questão Social: Uma Crônica do Salário*. Petrópolis: Vozes, 2013.

CLAWSON, Dan; FANTASIA, Richard. Beyond Burawoy: the dialectics of conflict and consent on ‘the shopfloor’. *Theory and Society*, vol. 12, pp. 671-680, 1983.

COLBARI, Antônia. Do Autoemprego ao Microempreendedorismo Individual: Desafios Conceituais e Empíricos. *RIGS revista interdisciplinar de gestão social*. v.4, n.1, 2015.

CROSSA, Veronica. Reading for difference on the street: De-homogenising street vending in Mexico City. *Urban Studies*, Vol. 53 (2), p. 287-301, 2016.

\_\_\_\_\_. Resisting the Entrepreneurial City: Street Vendors’ Struggle in Mexico City’s Historic Center. *International Journal of Urban and Regional Research*, v.33(1), p. 43-63, 2009.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEJOURS, Christophe. *A Banalização da Injustiça Social*. Rio de Janeiro, Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.

DURÃES, Bruno. *Camelôs globais ou de tecnologia: novos proletários da acumulação*. Salvador. EDUFBA, 2013.

DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida. Ideia & Letras. 2010.

FELTRAN, Gabriel. *Fronteiras de tensão: política e violência nas periferias de São Paulo*. São Paulo: Editora UNESP: CEM: CEBRAP, 2011.

\_\_\_\_\_. O Valor dos pobres: a aposta no dinheiro como mediação para o conflito social contemporâneo. *Caderno CRH*, v. 27, n.72, pp. 495-512, 2014.



FONSECA, Christiany. “Camelôs” de Cuiabá: um olhar na perspectiva da nova configuração da informalidade. Texto de qualificação (Doutorado em Sociologia), São Carlos – UFSCar, 2018.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da Biopolítica*. São Paulo. Martins Fontes. 2008.

\_\_\_\_\_. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 2010.

FREIRE DA SILVA, Carlos. *Trabalho informal e redes de subcontratação: dinâmicas urbanas da indústria de confecções em São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Sociologia). FFLCH-USP, São Paulo, 2008.

\_\_\_\_\_. *Das calçadas às galerias: mercados populares do centro de São Paulo*. Tese (Doutorado em Sociologia). FFLCH-USP, São Paulo, 2014.

\_\_\_\_\_. Conexões Brasil-China: a migração chinesa no centro de São Paulo. Caderno da Metrópole, São Paulo, v. 20, n. 41, pp. 223-243, 2018.

FRÚGOLI JR., Heitor. Conflitos e Negociações em torno da requalificação do Centro de São Paulo: a Associação Viva o Centro. *Plural*, v. 8, n.8, p. 29-62, 2001.

GEORGES, Isabel; RIZEK, Cibele. Práticas e dispositivos: escalas, territórios e atore. *Contemporânea*, v. 6 (1), p. 51-73, 2016.

GIDDENS, Antony. *A constituição da sociedade*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

GLASS, Ruth. *London: Aspects of Change*. London. MacGibbon & Kee, 1964.

GOFFMAN, Irving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOMES, Sueli de Castro. Uma inserção dos migrantes nordestinos em São Paulo: o comércio de retalhos. *Imaginário*, 12(13): 143-169, 2006.

GONZÁLES, Sara; WALEY, Paul. Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier? *Antipode*. v. 45(4): 965-983, 2013.

GONDIM, Linda; LIMA, Jacob. *A pesquisa como artesanato intelectual: considerações sobre método e bom senso*. São Carlos: EdUFSCar, 2010.

GRANOVETTER, Mark. The strenght of weak ties. *American Journal of Sociology*, v. 78, p. 1360-1380, 1973.

\_\_\_\_\_. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE-eletrônica*, v. 6, nº1, 2007.

GUERREIRO, Alexandre. Pop Center do Brás: de comerciantes nas ruas a inseridos no comércio popular. Dissertação (Mestrado em Serviço Social). São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2000.

GUIMARÃES, Nadya. Trabalho: uma categoria-chave no imaginário juvenil? In. ABRAMO, Helena Wendel e Branco, Pedro Paulo Martoni (orgs.). *Retratos da Juventude Brasileira*. São Paulo, Instituto Cidadania e Editora da Fundação Perseu Abramo, 2004.

GUYER, Jane. *Marginal Gains: monetary transactions in Atlantic Africa*. Chicago and London: University of Chicago Press, 2004.

HARVEY, David. *O novo imperialismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

\_\_\_\_\_. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1993.

HAYDEN, Tiana. Disambiguating Legalities: Street vending, law, and boundary-work in Mexico City. *Ethnoscripts*, 19(2), p. 15-30, 2017.

HIBOU, Béatrice. *La bureaucratisation du monde à l'ère néolibérale*. Paris: La découverte, 2012.

\_\_\_\_\_. La bureaucratisation néolibérale, ou la domination et le redéploiement de l'État dans le monde contemporain. *La Découverte Recherches*: 7-20, 2013.

HIRATA, Daniel. *Comércio ambulante no Rio de Janeiro e em São Paulo: grupos de poder e instrumentos contemporâneos de governo*. In BIRMAN, Patricia; LEITE, Márcia; MACHADO, Carly; CARNEIRO, Sandra. (Orgs.). *Dispositivos Urbanos e a trama dos viventes: ordens e resistências*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

\_\_\_\_\_. Street commerce as a problem. *Vibrant*, v.11, nº1, pp. 96-117, 2014.

ITIKAWA, Luciana. Vulnerabilidades do trabalho informal de rua: violência, corrupção e clientelismo. *São Paulo em Perspectiva*, v. 20, n. 1, p. 136-147, 2006.

JANOSHKA, Michael. Gentrification, displacement, dispossession: key urban processes in Latin American Cities. *Invi*. 3(88): 27-71, 2016.

KESSLER, Gabriel. Trabalho, privação, delito e experiência portenha. *Tempo Social*. V.22, N.2. pp. 79-99. Tradução de Renata Guedes Mourão Macedo. São Paulo: FFLCH-USP. 2010.

KNOWLES, Caroline. Trajetórias de um chinelo: micro-cenas da globalização. *Contemporânea - Revista de Sociologia da UFSCar*, vol.4 (2), pp.289-310, 2014.

KOPPER, Moisés. De camelôs a lojistas: a transição do mercado de rua para um shopping em Porto Alegre. *Caderno CRH*, v.28, n.75, p. 591-605, 2015a.

\_\_\_\_\_. Dos mercados ilegais às políticas econômicas não hegemônicas de valor: olhares cruzados entre Porto Alegre e Buenos Aires na produção de objetos e sujeitos camelôs. *Revista de Antropologia*, nº 58 (2), p. 235-262, 2015b.

KOWARICK, Lúcio. *Capitalismo e Marginalidade na América Latina*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1975.

KREIN, José Dari. O desmonte dos direitos, as novas configurações do trabalho e o esvaziamento da ação coletiva - Consequências da reforma trabalhista. *Tempo Social*, revista de sociologia da USP, v. 30, n.1, pp. 77-104, 2017.

LAUTIER, Bruno. O governo moral dos pobres e a despolitização das políticas públicas na América Latina. *Caderno CRH*. 27(72), pp. 463-477, 2015.

\_\_\_\_\_. *L'économie informelle dans le tiers monde*. Paris: Éditions La Découverte, 1994.

\_\_\_\_\_. Informalidade das relações de trabalho e cidadania na América Latina. *Cad. CRH*, n.18, p.5-48. Salvador. 1993.

LAVINAS, Lena. A financeirização da política social: o caso brasileiro. *Forthcoming at Politika*, n. 2. Rio de Janeiro, Fundação João Mangabeira em colaboração com Humboldt – Viadrina Governance Platform, 2015.

LIMA, Jacob. As artimanhas da flexibilização: o trabalho terceirizado em cooperativas de produção. São Paulo: Terceira Margem, 2002.

\_\_\_\_\_. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? *Sociologias* (UFRGS. Impresso), v. 12, p. 158-198, 2010.

\_\_\_\_\_. Os desafios do presente e o trabalho do futuro. In CATTANI, A. (Org.). *Trabalho: horizonte 2021*. Porto Alegre: Escritos, 2014.

LIMA, Jacob; SOARES, Maria J. B. Trabalho flexível e o novo informal. *Caderno CRH*, n. 37, p. 163-180, 2002.

LIMA, Jacob; CONSERVA, Marinalva. Redes sociais e mercado de trabalho: entre o formal e o informal. *Política & Trabalho*, nº 24, p. 73-98, 2006.

LIMA, Jacob; RANGEL, Felipe. La nouvelle informalité et la flexibilité du travail au Brésil. *Sociologie e Sociétés*, vol. 47, nº1, pp. 47-72, 2015.

LOPES, Juarez Brandão. *Sociedade Industrial no Brasil*. Rio de Janeiro: Biblioteca Virtual de Ciências Humanas do Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

MACHADO DA SILVA, Luiz Antônio. A. Da informalidade à empregabilidade: reorganizando a denominação do mundo do trabalho. *Caderno CRH*, 37: 81-109, 2002.

MALBURG, Bruno; PAPELBAUM, Flavio; MARTINS, Antônio. Parceria público-privada para ordenamento urbano e geração de renda: caso do Circuito das Compras. *Revista do BNDES*, n.45, 2016.

MANEEPONG, Chuthatip; WALSH, John. A new generation of Bangkok Street vendors: economic crisis as opportunity and threat. *Cities*, nº 34, p. 37-43, 2013.

MARTIN, André Roberto; FRÚGOLI JR, Heitor. Braz do Brasil, Braz de todo o mundo. *Revista do Departamento de Geografia (USP)*. São Paulo, v. 6, pp. 105-111, 1992.

MARX, Karl. *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*. São Paulo: Abril Cultural (Os Pensadores), 1978.

MENDES, Luciano; CAVEDON, Neusa Rolita. A atividade de camelô como prática urbana no contexto das cidades. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*. Vol4, Nº1. Curitiba: PUCPR, 2012.

MERTON, Robert. *Sociologia: Teoria e Estrutura*. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1970.

MISSE, Michel. *Crime e violência no Brasil contemporâneo: estudos de sociologia do crime e da violência urbana*. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2006.

MOTTA, Luana. *Fazer Estado, produzir ordem: sobre projetos e práticas na gestão do conflito urbano em favelas cariocas*. Tese (Doutorado em Sociologia), São Carlos-UFSCar, 2017.

NARDI, Henrique Caetano. Transformações contemporâneas do trabalho e processos de subjetivação: os jovens face à nova economia e à economia solidária. *Estudos de Psicologia*, 10(1), p.95-103. 2005.

NUN, José. Superoblación relativa, ejercito industrial de reserva y masa marginal. *Revista Latinoamericana de Sociología*. v. 5, n. 2, p.180-225, 1969.

ODLOAK, Eduardo. *A feira da madrugada*. 05 de junho de 2013. Disponível em: <http://www.eduardoodloak.com.br/a-feira-da-madrugada>. 2013.

OLIVEIRA, Francisco de. *Crítica à razão dualista*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

ONG, Aihwa. *Neoliberalism as Exception: Mutations in Citizenship and Sovereignty*. Durham, NC: Duke University Press, 2006.

PAIS, José Machado. Jovens arrumadores de carros — a sobrevivência nas teias da toxicodpendência. *Análise Social*, vol. XXXVI(158-159), 373-398. 2001.

PAMPLONA, João Batista. Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo. *R. bras. Est. Pop.*, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 225-249, jan./jun. 2013

PERALDI, Michel. Economies criminelles et mondes d'affaire à Tanger. *Cultures & Conflits*, 68, 111-125. 2007.

PERELMAN, Mariano. La construcción de la idea de trabajo digno en los cirujas de la ciudad de Buenos Aires. *Intersecciones en Antropología*, nº12, pp. 69-81, 2011.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. *“A garantia soy yo”*: etnografia das práticas comerciais entre camelôs e sacoleiros nas cidades de Porto Alegre (Brasil) e Ciudad del Este (Paraguai). Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) UFRGS, Porto Alegre, 2004.

\_\_\_\_\_. *Made in China: (in)formalidade, pirataria e redes sociais na rota China-Paraguai-Brasil*. São Paulo. Hucitec: Anpocs, 2011.

PORTES, Alejandro. *Globalization from Below: The Rise of Transnational Communities*. Princeton University. September, 1997.

PRANDI, Reginaldo. *O trabalho por conta própria sob o capital*. São Paulo: Edições Símbolo, 1978.

QUIJANO, Aníbal. Notas sobre o conceito de marginalidade. In: PEREIRA, L. (Org.). *Populações marginais*. São Paulo: Duas Cidades, 1978.p.11-72.

RABOSSI, Fernando. *Nas ruas de Ciudad del Este: Vidas e vendas num mercado de fronteira*. Tese de Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

\_\_\_\_\_. En la ruta de las confecciones. *Revista Crítica en Desarrollo*, n.2, p. 151-171, 2008.

\_\_\_\_\_. ‘Economia popular’ é uma nova forma de falar de pobreza? Projeto Formas de Governo e Práticas Econômicas Ordinárias (CAPES / COFECUB). Texto não publicado.

RAMIRES, Francisco. *Severinos na metrópole: a negação do trabalho na cidade de São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Sociologia). FFLCH-USP, 2001.

RANCIÈRE, Jaques. *O desentendimento: política e filosofia*. São Paulo: Editora 34, 1996.

RANGEL, Felipe. Problem and Power: Informal Commerce Between Repression and Enterprisation. *Journal of Illicit Economies and Development*, 2019. (No prelo)

\_\_\_\_\_. Novas experiências, outros significados: repensando o trabalho no comércio popular. *Revista Colombiana de Sociología*. 40(2): 67-85, 2017.

\_\_\_\_\_. *O trabalho informal no comércio popular: ressignificando práticas na nova cultura do trabalho*. Dissertação de Mestrado (Sociologia). UFSCar, 2015.

\_\_\_\_\_. O trabalho informal na indústria de calçados: experiências e percepções dos agentes. *Primeiros Estudos*, São Paulo, n. 4, p. 178-189, 2013.

RIBEIRO, Gustavo Lins. A globalização popular e o sistema mundial não hegemônico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol.25, nº. 74, 2010.

RIZEK, Cibele. Trabalho, moradia em cidade. Zonas de indiferenciação? *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. 27(78): 41-49, 2012.

ROY, Ananya. *Poverty Capital: Microfinance and the Making of Development*. New York: Routledge, 2010.

\_\_\_\_\_. Subjects of Risk: Technologies of Gender in the Making of Millennial Modernity. *Public Culture*, v. 24 (1), pp.105-108, 2012.

RUGGIERO, Vincenzo. *Crimes e Mercados: Ensaio em Anticriminologia*. Ed. Lumen Juris. Rio de Janeiro, 2008.

SÁ, Márcio. *Filhos das feiras: uma composição do campo de negócios agreste*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2018.

SADER, Eder. *Quando novos personagens entraram em cena: experiências e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo 1970-1980*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

SAKAI, Roberta. *A ocupação da área central pelo comércio ambulante: negociações e produção do espaço urbano*. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). USP, São Carlos, 2011.

SASSEN, Saskia. *Expulsions: brutality and complexity in the global economy*. Massachusetts and London: The Belknap Press of Harvard University Press, 2014.

SCHUMPETER, Joseph. *Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SHAW, Kate. A response to 'The eviction of critical perspectives from gentrification research'. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 32, pp. 192–194, 2008.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). *Mana*, v. 11, n. 2, p. 577-591, 2005.

\_\_\_\_\_. *O estrangeiro*. Sociologia. São Paulo: Ática, p. 182-188, 1983.

\_\_\_\_\_. O conceito e a tragédia da cultura. In SOUZA, J. e ÖELZE, B. *Simmel e a modernidade*. Brasília: UnB. p. 79 -108. 1998.

SKINNER, Caroline. The struggle for the streets: processes of exclusion and inclusion of street traders in Durban, South Africa. *Development Southern Africa*, v.25 (2), pp.227-242, 2008.

SOUZA, André Ricardo. Do bico ao trabalho: a permanência do provisório. *Vir a ser*, v.2, n.3, p. 177-184, 1998.

SOUZA, Jessé. *Os batalhadores brasileiros : nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

SPECTOR, Regine. Bazaar Politics The Fate of Marketplaces in Kazakhstan. *Problems of Post-Communism*, v. 55(6), pp. 42-53, 2008.

TARRIUS, Alain. *La mondialisation par le bas: les nouveaux nomades de l'économie souterraine*. Paris: Balland, 2002.

TELLES, Vera da Silva. Mutações no Trabalho e Experiência Urbana. *Tempo Social*. Vol. 18. Nº1. São Paulo: FFLCH-USP, 2006.

THOMPSON, Edward P. *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

TOMMASI, Livia de; VELAZCO, Dafne. A produção de um novo regime discursivo sobre as favelas cariocas e as muitas faces do empreendedorismo de base comunitária. *Rev. Inst. Estud. Bras.*, São Paulo, n. 56, p. 15-42, 2013.

TORRES, Maria Celestina T. M. *O bairro do Brás*. São Paulo: Secretaria de Educação e Cultura, 1981.

VÉRAS DE OLIVEIRA, Roberto; BRAGA, Bruno. Território comercial de Toritama: persistência e metamorfoses da informalidade. *Política & Trabalho - Revista de Ciências Sociais*, n. 41, pp. 193-225, 2014.

VÉRAS DE OLIVEIRA, Roberto. O Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica. In: VÉRAS DE OLIVEIRA, Roberto; SANTANA, Marco Aurélio (Orgs.). *Trabalho em territórios produtivos reconfigurados no Brasil*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

WACQUANT, Loïc. Relocating Gentrification: The Working Class, Science and the State in Recent Urban Research. *International Journal of Urban and Regional Research*. 32 (1): 198–205, 2008.



ZARIFIAN, Philippe. Engajamento subjetivo, disciplina e controle. *Novos Estudos CEBRAP*, nº64, p. 23-31, 2002.

### **Documentos consultados**

ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO. Camelôs: Subsídios para o equacionamento do problema do comércio informal de rua e sua solução. Documento final do workshop O Comércio Informal de Rua e a Requalificação do Centro de São Paulo, 1994.

RELATÓRIO FINAL DA CPI DA FEIRA DA MADRUGADA. Câmara Municipal de São Paulo - RDP 08-0022/2017, dezembro de 2017.