

O COMÉRCIO INFORMAL NO CENTRO DA METRÓPOLE PAULISTA

AGUIAR, Karina Barbosa de.
ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri.

“O povo é como um rádio, é como um político, vai no vai da onda. Compra barato hoje, amanhã reclama da confusão. Comove-se com o velhinho vendedor de bonecas, mas se incomoda com a falta de espaço para andar nas calçadas. Ora deglute um cachorro quente ambulante, ora se arrepia com a idéia de engolir um pastel de carne de gato. Alguns desfilam pomposos com etiquetas e trajes baratos, mal copiados de um fabricante famoso, enquanto outros são homens ocupados para quem a paisagem é indiferente. As vezes nem bem o cidadão caminha e rodopia. Perde para uma casca de melancia ou de banana. Escapa-lhe o equilíbrio a ideologia, a pressa, a condição financeira, a noção do contexto e a calma. Com as nádegas doloridas, o cidadão põe a boca no trombone. Entra no ar e esquentam o debate: os charutos dos políticos se acendem, os cachimbos dos doutores se inflame o óleo queimado volta a esquentar. Soltam muita fumaça, que se mistura no céu; formam-se nuvens, que são alvos, é claro, da antena do meu rádio colocado na vertical”

(COSTA, 1989, p.121/122).

INTRODUÇÃO

Busca-se nesta pesquisa um levantamento de dados que fundamente uma proposta de reflexão baseada no comércio informal articulado e atrelado às funções do centro como expressão de novos espaços de consumo frente à popularização e generalização dos produtos, reafirmando e restabelecendo a centralidade intra-urbana. Assim, não se pretende enfatizar a viabilidade ou não das atividades do comércio informal, pois são elementos que fazem parte do conteúdo que caracteriza o próprio centro como “uma paisagem arquitetural e humana muito mais complexa” (SANTOS, 1981, p.181).

Para esclarecer esse assunto, torna-se necessário traçar alguns pressupostos sobre o significado do comércio informal e o perfil das pessoas envolvidas na atividade, além de enfatizar a distribuição do mesmo na cidade de São Paulo, criando, assim, novos e/ou velhos espaços destinados ao consumo, ou seja, a constituição dessa nova e/ou velha atividade econômica. Esta temática surgiu a partir da tentativa de compreender a dinâmica do comércio informal nas principais ruas comerciais do centro da cidade em questão, como a região da Rua 25 março, a tradicional região do Vale do Anhangabaú, Brás e Bom Retiro, pois é preciso discutir o centro como lugar de apropriação e uso pelos camelôs e ambulantes, além do enfoque sobre o comércio e consumo do/no espaço, fato este que aponta o comércio desenvolvido como atividade articuladora no contexto das funções exercidas no centro das cidades. Assim, propõe-se analisar a centralidade urbana como fator principal de constituição desses espaços de consumo, o que permite traçar um paralelo entre o comércio informal, a própria centralidade e o consumo da/cidade.

O espaço urbano é o lócus da produção e reprodução das relações sócio-espaciais sob as novas formas de comercialização e estratégias locacionais das atividades inseridas no contexto da (re)produção do capital no interior das cidades, mais precisamente, na área central. Assim sendo, a dinâmica da (re)produção do espaço e as relações sociais imbricadas pela lógica

capitalista assume o papel que desencadeia novas e/ou velhas formas espaciais com novos/velhos usos, o que pode significar novas/velhas formas comerciais.

Essa análise sobre a (re)produção espacial, tendo como base o consumo no/do centro da cidade, envolve uma discussão sobre a questão da centralidade urbana expressa pelos fluxos estabelecidos na área, como também as características do comércio popular e do próprio comércio informal, com os chamados camelôs e ambulantes que apropriam-se de grandes áreas intra-urbanas. Muitas destas áreas são públicas e, portanto, acessíveis para a realização dessas atividades. Assim, é importante avaliar tal dinâmica na cidade de São Paulo, que se configura como uma cidade global, expressiva na América Latina.

É preciso compreender a estruturação de algumas ruas do centro da cidade que apresentam um dinamismo e que concentram em maior escala os camelôs e ambulantes, além da própria localização dos camelódromos e dos *Shoppings* Populares, podendo ser considerado um camelódromo novo, ou seja, uma extensão do anterior, mas com um novo aspecto, visto que vivemos a chamada “era dos *shoppings centers*”, fato que propiciou o nome dado a este espaço.

O que justifica e reforça a idéia do novo é a questão do público consumidor, a generalização e o fetiche das mercadorias, o tempo de duração não somente dos produtos, mas também das necessidades (a obsolescência), pois não são apenas as pessoas de baixa renda que buscam os produtos que os camelôs e ambulantes comercializam, mas quem precisa de alguma mercadoria que está contida nesses espaços. É como se fosse um espetáculo realizado numa arena, onde uma multidão espera encontrar algo para se satisfazer, portanto, é um imenso e eterno prazer o ato de consumir.

As formas espaciais estão associadas à produção e reprodução do espaço urbano, que por sua vez podem ser interpretadas a partir das formas comerciais criadas para satisfazer as necessidades do consumo, cujo centro tradicional, e muitas vezes principal das cidades brasileiras, abriga formas e funções que se renovam para atender os anseios e necessidades humanas. Nessa perspectiva, a mercadoria desencadeia uma função que faz parte de um processo histórico e que está inserido no contexto da sociedade urbana que é a prática do consumo, que por sua vez expressa a sua relação com o espaço reproduzindo-o continuamente. Por isso aborda-se consumo do e no espaço, além da reprodução do capital que permeia essas relações e a questão da apropriação de uma dada parte desse espaço para que o círculo da mercadoria/consumo/ lucro se concretize, visto que todos os cidadãos são consumidores de algum produto e até mesmo do espaço.

Carreras (1992) aponta para a questão das mudanças no consumo que caracterizam mudanças nos níveis de vida através do automóvel, da geladeira e da televisão, uma vez que o tempo de cada indivíduo é diferente e depende das necessidades a serem suprimidas. O automóvel como transporte individual facilitou a locomoção no interior das cidades, pois é possível chegar onde se quer; a geladeira permitiu armazenar os alimentos fazendo com que o próprio tempo fosse também aproveitado para outras atividades, sem a necessidade de ir ao armazém do bairro buscá-los todos os dias, mesmo porque outros equipamentos comerciais como os supermercados e, posteriormente, os hipermercados e *shopping centers* foram surgindo fora do centro das cidades, processo este caracterizado como suburbano. Contudo, tais equipamentos comerciais e de serviços (*shopping centers* e hipermercados) podem ser considerados uma nova opção para as compras. E por fim, ainda dentro das considerações elencadas sobre as mudanças nos padrões de consumo, a televisão que facilitou o acesso às informações em tempo rápido, além de ser o “portal” de ligação das mais variadas propagandas, além da *internet* que facilitou as compras sem que as pessoas precisassem sair de casa, caracterizando novas formas de aquisição das mercadorias e impulsionando o desejo e o próprio ato de consumir.

Com relação à realidade de São Paulo, o centro da cidade não deixou de exercer sua função concentradora de atividades ligadas ao setor terciário, como o comércio e a prestação de serviços, já que na maioria das cidades houve uma diminuição da importância da área central em detrimento de novas áreas com um novo potencial concentrador. Nesse caso, o centro da respectiva cidade abriga inúmeras funções comerciais e de serviços e que mesmo havendo estas funções em outras partes da cidade, a maior parte da população ainda realiza suas necessidades no próprio centro. Tem-se o crescimento e o fortalecimento do comércio popular que passa a ser diversificado, isto é, apresenta várias opções de consumo, principalmente nos ramos de vestuário, calçados e produtos eletrônicos, o que acirra a disputa entre os lojistas. Isto pode ser observado no próprio comércio de rua, onde se encontram as mercadorias que também estão à venda em outras lojas.

É importante destacar que os centros da maioria das cidades passam por um processo de popularização das atividades, pois as atividades que podem ser agrupadas como as mais sofisticadas estão se (re)alocando em áreas cujo padrão de consumo também foi reestruturado mediante a presença dos novos aparelhos comerciais e de serviços. Estas áreas que recebem estes tipos de comércio mais elitizados tem conteúdos que exercem esta atração, como por exemplo, a presença marcante dos condomínios fechados que permite e favorece a localização de atividades mais próximas destas novas formas de habitat e habitar, uma vez que o centro propriamente dito passa a ser o local em que as pessoas de baixa renda preferem frequentar a fim de satisfazer alguma necessidade, entretanto, vale lembrar que o centro ainda continua sendo um lugar de todos.

O centro, então, passa a vivenciar não somente a disputa e concorrência com relação às mercadorias comercializadas, mas também uma disputa e concorrência mediante a utilização do espaço, uma vez que este acaba sendo considerado uma mercadoria, pois o uso potencializa a experiência humana numa sociedade complexa em que as ações cotidianas caracterizam a cidade como o lugar do vivido. Ainda com base nessa idéia, Lefèbvre (1999) considera que:

“Em conseqüência, a cidade cobre bem a dupla acepção do termo “produzir”. Ora ela mesma, é o lugar onde se produzem as obras diversas, inclusive aquilo que faz o sentido da produção: necessidades e prazeres. É também o lugar onde são produzidos e trocados os bens, onde são consumidos. Reúnem essas realidades, essas modalidades do “produzir”, umas imediatas e outras mediatas (indiretas). Essa unidade, da qual é o suporte social, o “sujeito”, ela a concretiza e a data enquanto continuaria abstrata e sem data.” (p. 140).

Nessa perspectiva é que pretende-se discutir a questão da ocupação dos espaços pelos camelôs e ambulantes em alguns pontos do centro da cidade em análise, considerando-se a centralidade intra-urbana para apreender as especificidades do processo, uma vez que pode-se considerar que é a partir da generalização da mercadoria que esses espaços ditos centrais passaram a ter um significado expressivo, pois a cidade também é o produto de todas as ações.

Assim, ainda segundo Lefèbvre (1999) tem-se uma situação que envolve:

“A relação entre os detentores de dinheiro ou de mercadorias, de um lado, e os detentores somente de sua força de trabalho, de outro lado, não tem nada de natural e nem é, também, uma relação comum a todos os períodos da história. A cidade faz, como tal, parte dessas condições históricas, implicadas no capitalismo. Ela resulta da destruição das formações sociais anteriores e da acumulação primitiva do capital (que se completa nela e por ela). Ela é coisa social, na qual são evidentes (tornam-se sensíveis) relações sociais que, tomadas em si, não são evidentes de sorte que é

necessário concebê-las pelo pensamento, a partir de sua realização concreta (prática)”.(LEFÈBVRE, 1999, p. 140-141).

Uma das hipóteses que norteia este trabalho de pesquisa está pautada no fato de que o comércio informal das ruas, o do camelódromo e do Shopping Popular, configura-se como novo espaço de consumo atrelado à reafirmação da centralidade urbana, que pode ser pensada da seguinte maneira: como uma centralidade múltipla, embora o centro continue exercendo a função de centro potencializador; Não se pode deixar de considerar que as cidades apresentam uma diversificação e uma multiplicação de centros (multipolicentralidade urbana); a centralidade cambiante pode ser avaliada no âmbito dos fluxos que se manifestam no espaço e de sua conseqüente fluidez; a complexidade das funções recentralizadas de forma segmentada e especializada (WHITACKER, 2003) e uma centralidade polinucleada com a inserção de novas áreas que se tornam centrais do ponto de vista da funcionalidade e da sócio-espacialidade.

As tentativas do poder público em “acabar” com os informais que se instalaram nas ruas e calçadas, do centro de São Paulo se deram através da construção do próprio camelódromo e do Shopping Popular, mas esta iniciativa não foi suficiente para contê-los, o que permitiu sua volta para os locais públicos. Na verdade, tem-se um centro principal que comporta inúmeras funções e que se fragmenta nas formas de organização das mesmas, isto é, o comércio formal e o informal que competem entre si na disputa pelo espaço, pelo lugar como autores e atores de uma história de representações entre os diversos grupos sociais. Isto ganha importância nesta dinâmica sócio-espacial do centro, pois cada elemento em sua forma ou em sua função revela o valor do lugar para qualquer tipo de atividade que se desenvolva, isto porque esta trajetória envolve o cotidiano urbano em sua plenitude.

Desse modo, pretende-se utilizar uma investigação indireta com base no levantamento bibliográfico para a preparação da fundamentação teórica, aprofundando os conceitos essenciais para a geografia, mais precisamente na geografia urbana, para compreensão da produção e reprodução do espaço como locus da reprodução da própria sociedade.

Santos, assim, avalia quando discute que “é o espaço, isto é, os lugares, que realizam revelam o mundo, tornando-o historicizado e geografizado, isto é, empiricizado”.(2001, p. 112).

Quanto à investigação direta, este estudo pauta-se na coleta de dados, e informações obtidas por meio de trabalho empírico com uso de técnicas de aplicação de questionários, enquetes e entrevistas para uma apreensão da realidade levando-se em consideração a dinâmica socioeconômica. No que tange ao método de interpretação desses dados foi escolhido o método dialético. Acredita-se que com base na historicidade valorizada pelo referido método será possível focar a história da cidade de São Paulo, como também, a história do comércio informal, a fim de construir um arcabouço teórico-metodológico para o embasamento da pesquisa, mas sempre tendo como base o presente sem a necessidade de uma volta intensa ao passado, pois é preciso entender a realidade num determinado momento, reconhecendo os principais marcos, para alcançar os resultados e propor soluções ou mesmo tendências para os problemas estudados e pesquisados. A história é sempre importante para a Geografia para se conhecer o objeto em sua temporalidade. A referida análise busca estabelecer e/ou construir uma crítica diante do objeto de estudo, visto que, segundo Santos (1985):

“O movimento dialético entre forma e conteúdo, a que o espaço, soma dos dois, preside, é, igualmente, o movimento dialético do todo social, apreendido na realidade geográfica. Cada localização é, pois, um momento do imenso movimento do mundo, apreendido em um ponto geográfico, um lugar. Por isso mesmo, cada lugar está sempre mudando de significação, graças ao movimento social: a cada instante as frações da sociedade que lhe cabem não são as mesmas”.(p. 2).

Dentro dessa discussão é fundamental a análise histórica, uma vez que o referido autor também considera o seguinte:

“Como os circuitos produtivos se dão, no espaço, de forma desagregada, embora não desarticulada, a importância que cada um daqueles processos tem, a cada momento histórico e para cada caso particular, ajuda a compreender a organização do espaço. Por exemplo, a tendência à urbanização em nossos dias e, mesmo, o seu perfil, vai buscar explicação na importância auferida pelo consumo, pela distribuição e pela circulação, ao mesmo tempo em que o trabalho intelectual ganha uma expressão cada vez maior, em detrimento do trabalho manual. Aliás, a própria segmentação tradicional do processo produtivo (produção propriamente dita, circulação, distribuição, consumo) muito ganharia em ser corrigida para incluirmos, em lugar de destaque, como ramos automatizados do processo produtivo propriamente dito, a concepção (pesquisa), o controle, a coordenação, a previsão, paralelamente à mercadologia (marketing) e à propaganda.” (SANTOS, 1985, p. 3).

Contudo, busca-se construir um referencial teórico partindo das discussões acerca de conceitos ligados à Geografia, mais precisamente, à Geografia Urbana e à própria geografia do comércio, já que se propõe tratar do consumo como categoria de análise imbricado a concepção de espaço, sobretudo mediante aos processos que engendram estrutura, forma e função articuladas por elementos sociais que interagem no urbano. Elaborar-se, aqui, uma reflexão sobre assunto que muitas vezes surgem como novos, mas que já vêm de algum modo sendo pesquisados ou mesmo apenas comentados, como é o caso da informalidade nos dias atuais, e é nessa perspectiva que se desenvolve a idéia de que o comércio informal se configura como um espaço de consumo pela via do público consumidor e que se estrutura em função do centro principal de São Paulo, tendo como fator primordial a “convergência” das atividades para a respectiva área. Estas idéias, embora não sejam novas, nos remetem a novos argumentos firmados na concepção geográfica do problema e, nos leva assim, a discussão de que as estratégias do comércio de rua e a estruturação dos camelódromos embora tenham uma dinâmica própria seu processo de desenvolvimento está atrelado ao sistema capitalista de produção, levando-se em consideração a precarização das condições de trabalho e o perfil dos trabalhadores na informalidade.

A experiência na realização de uma pesquisa científica dessa natureza contribuirá para que possa haver um contato direto com as pessoas que trabalham na informalidade, mas o que é preciso ter clareza nessa situação é que não se pode considerá-los como simplesmente “informais” e nem pensar que se a prefeitura municipal tem o conhecimento da atuação destes os problemas já estão sendo amenizados, pois as relações ente o formal e o informal é uma questão que envolve relações entre indivíduos de uma sociedade que expressa contradições entre as forças produtivas e as relações de produção. Nessa perspectiva, é que utiliza-se como base para explicitar este pensamento as idéias de Damiani (2002) quando, assim, se refere ao dizer que:

“De qualquer forma, o cotidiano, em relação ao econômico e ao político, amplia o universo de análise para tantas outras relações entre os indivíduos e grupos, inclusive particulares, locais. Inclui o vivido, a subjetividade, as emoções, os hábitos e os comportamentos. A integração na sociedade global industrial moderna coloca a questão da dissociação, da contradição dos momentos da vida social. Contradição dolorosa à vida do trabalho esmagando a vida familiar, o que garante que, entre os momentos da vida social, não haja somente composição estrutural. Além disso, nem

tudo é programado, capturado, a cotidianidade, como resíduo, dá lugar ao informal, ao espontâneo”.(p. 163-4).

Na visão de Lefèbvre (1999) quando destaca as idéias de Marx a respeito da redução do homem a uma máquina de produção e consumo, “mais se prossegue o ataque fundamental contra a propriedade privada tornada “poder histórico mundial”, mais se desenvolve a crítica e se aprofunda o processo, mais o contexto urbano se torna evidente.” (LEFÈBVRE, 1999, p. 33-34). As evidências do contexto urbano podem ser interpretadas a partir das contradições de quem possui as condições necessárias de sobrevivência e aqueles que lutam por algum espaço, pois cada vez mais, há relações que envolvem pedaços desse mesmo espaço para a reprodução da vida. No entanto, pretende-se debater que é importante tecer uma discussão que considere as práticas da/na cidade como elementos que se movimentam no tempo e no próprio espaço, ou seja, as divergências entre os que usam o espaço tido como público para desenvolver atividades mercantis e aqueles que procuram dominar as ações e estratégias desses usos através da manipulação que envolve os atores políticos e a população. Na verdade, é preciso ter clareza do direito à cidade que todos os cidadãos buscam sem haver exclusividades, no caso a rua, que também é apropriada por quem circula e pelos comerciantes do setor formal da economia urbana e não apenas pelos considerados informais.

Em seu pensamento crítico Lefèbvre (1991) destaca que: “A centralidade lúdica tem suas implicações: restituir o sentido da obra trazido pela arte e pela filosofia - dar ao tempo prioridade sobre o espaço, não sem considerar que o tempo vem se inscrever num espaço – pôr a apropriação acima do domínio” (p. 133).

Essas questões apontadas pelo autor permitem que se desenvolva uma interpretação a respeito do espaço no centro das cidades enquanto formas de apropriação que devem ser tomadas enquanto ações que concebem os espaços sociais, ou seja, é preciso que as estratégias de atuação nessa área não fiquem restritas apenas às idéias daqueles que procuram transformar o centro numa área exclusiva. O direito à cidade no pensamento de Lefèbvre (1991, p. 135) está pautado “como forma superior dos direitos”, com base na liberdade, individualidade, socialização, direito de habitar e ao habitat, uma vez que os espaços seguem a lógica do valor de troca em detrimento do valor de uso e os ambulantes e camelôs podem ser avaliados como atores desse processo que combina as relações de troca e os usos manifestados pelas ações desta categoria.

Para Sobarzo (2004, p. 144), que se baseia em Lefèbvre, é importante avaliar que há uma relação entre “dominação e apropriação”, pois embora “a dominação no processo histórico do capitalismo pareça ganhar força ou se impor à apropriação, esta última não desaparece, continua sendo presente e importante”.

Lefèbvre (1991) acrescenta complexidades que nos ajuda a compreender que a dinâmica do espaço urbano contém as experiências dos espaços dominados e apropriados, ou seja, quando se observa os ambulantes e camelôs se fixando na área central, cujo fluxo expressa o poder de atração dessa área, tem-se uma situação que envolve o uso de um determinado espaço, que por sua vez é dominado pelo da mercadoria, pelo consumo e pela superação das necessidades que são (re)criadas pelo capitalismo. Nessa perspectiva, entende-se que ao buscar o centro como um espaço para o uso, também consideramos que este uso acaba sendo mascarado pela dominação da mercadoria, que expressa o uso de um espaço para que a reprodução se concretize. Nesse sentido, a territorialização da mercadoria favorece a apropriação do próprio espaço para o exercício da dominação, que por sua vez é a do capital, implícito na generalização dos produtos comercializados.

Seabra (2004, p. 183) também contribui com esta reflexão quando diz que há “um processo de valorização do espaço, implícito nas relações sociais, o qual necessariamente, tem que se territorializar para permitir alguma apropriação”.

Sobarzo (2004, p. 145) ainda aponta nessa análise que junto “à dominação existe a apropriação no cotidiano e com ela as possibilidades de transformação, do novo”. A idéia que o autor considera é a de que os usuários do espaço precisam superar a extrema condição de consumidores, pois precisam aproveitar esses usos também para as práticas sociais que envolvem a cultura. No caso da realidade dos camelôs e ambulantes que se instalaram no centro da metrópole paulistana pretende-se registrar que ao mesmo tempo em que dominam esse espaço com a exposição das mercadorias que ficam espalhadas pelas bancas ou em locais específicos há também a criatividade com que planejam o uso do espaço de modo que combinam o trabalho com as mais variadas formas de atrair os consumidores (muitas vezes encontramos ambulantes que fazem propaganda dos produtos com cartazes colados no próprio corpo, ou seja, procuram fazer a propaganda dos produtos para conquistar o cliente).

Pode-se pensar, então, que a revitalização dos espaços centrais contribui para agravar as diferenças no interior das cidades, gerando uma grande distinção entre os lojistas e ambulantes, uma vez que o sentido da apropriação deveria ser pensado para neutralizar os conflitos e não acirrá-los ainda mais. O que se observa é que, de qualquer forma ocorre uma disputa pelo “lugar” dentro do próprio centro e da cidade como um todo. Além disso, ocorre também a programação dos usos, pois cada elemento presente no centro assume um papel diferenciado na apropriação do espaço e como ressalta Sobarzo (2004, p 151) para cada usuário existem “pedaços” de cidade apropriada.” E prossegue dizendo que:

“A consideração da apropriação como uma privatização do espaço público na escala do corpo dos usuários inter-relaciona as esferas do público e do privado, mas também significa uma relação interescalar porque, embora falamos que a apropriação é realizada na escala do corpo, na verdade, o usuário, a partir do seu corpo, “conquista” uma outra escala representada no espaço público do bairro, do centro da cidade ou num daqueles “pedaços” de cidade definidos pelas suas trajetórias.” (SOBARZO, 2004, p. 151)

Assim, essa trajetória pode ser avaliada na figura do camelô e do ambulante que se apropria do espaço na escala do próprio corpo e do espaço urbano, responsável por essa reprodução, mas com a junção de outros níveis escalares que extrapolam o limite desse corpo, a partir da rua, do bairro, do centro para onde convergem todos os dias, muitas vezes empurrando as mercadorias num carrinho de mão.

Por fim, registra-se que o intuito desta pesquisa é o de avaliar os novos espaços de consumo nas principais ruas do centro de São Paulo através do comércio informal praticado pelos camelôs e ambulantes, mas sem se aprofundar nas relações de trabalho no sistema capitalista, apenas buscando informações no âmbito da articulação com as atividades formais ligadas ao movimento amplo de produção e reprodução do capital. Assim, mais uma vez se enfatiza que o objetivo principal desta pesquisa é o de associar a dinâmica de atuação desses comerciantes com a questão da centralidade urbana, que se restabelece no centro mediante os fluxos que se redimensionam no território.

A CONSTITUIÇÃO DOS NOVOS ESPAÇOS DE CONSUMO

Ao analisar a situação do comércio informal na atual conjuntura econômica torna-se possível verificar que o centro das cidades cria um ambiente que permite a constituição de novos espaços de consumo atrelados aos camelôs e ambulantes que se instalam na respectiva área, desse modo, pode-se afirmar que o centro em sua dinâmica dá condições para que estas relações de informalidade se desenvolvam. Essa estratégia faz parte do processo de reprodução

sócio-espacial no contexto da apropriação dos espaços a partir de novas formas e práticas comerciais. A idéia principal é a de que o comércio informal se configura como novos espaços de consumo, embora a presença de comerciantes, principalmente no centro, não é um processo recente nas cidades, pois ao remeter a um passado não remoto, verifica-se que bancas ou barracas com alguma mercadoria para ser vendida já ocupavam, ao longo do tempo, os espaços centrais devido à intensidade dos fluxos.

Essas colocações favorecem o levantamento de alguns questionamentos sobre as mudanças nas formas de comércio e consumo, pois não é mais possível separar as evidências de uma cidade com múltiplas faces quanto à estruturação do setor terciário, que engloba os setores formais e informais. A generalização da mercadoria com base na proliferação e difusão dos espaços de consumo deu início às mais variadas maneiras de interpretação do centro como *lugar* da multiplicidade de usos.

No entanto, é importante frisar neste trabalho, que se considera o centro como elemento importante para o estabelecimento de novas formas comerciais e espaciais, com destaque para a (re)afirmação da centralidade urbana decorrente dos usos do espaço pelas ações do setor terciário de um modo geral, englobando formais e informais, embora vários autores questionem que o comércio e o consumo apresentam uma mobilidade que pode ser explicada pela constituição de novas centralidades, que podem ser móveis, e que esses elementos independem do centro principal e tradicional para se desenvolverem frente às novas estratégias do próprio setor terciário, que se configuram a partir da construção de hipermercados e *shopping centers*. Tanto a (re)afirmação da centralidade, dada pelos espaços tradicionais de consumo, como a constituição de novas centralidades, propiciada pelas novas estruturas comerciais modernas, são passíveis de ocorrerem na mesma cidade, pois cada um desses processos tem dinâmicas, temporalidades e contradições próprias, desse modo, é que pode-se reafirmar que o consumo como categoria de análise geográfica tem muita importância no entendimento da produção e reprodução do espaço urbano.

Cada vez mais os ambulantes e camelôs apropriam-se do centro das cidades para a comercialização de mercadorias que ficam expostas nas ruas e calçadas ou em centros especializados e espacializados, como os camelódromos e outros alternativos, para a (re)alocação dessa categoria uma vez que:

“O espaço produzido é um resultado da ação humana sobre a superfície terrestre que expressa, a cada momento, as relações sociais que lhe deram origem. Nesse sentido, a paisagem manifesta a historicidade do desenvolvimento humano, associando objetos fixados ao solo e geneticamente datados. Tais objetos exprimem a espacialidade de organizações sócio-políticas específicas e se articulam sempre numa funcionalidade do presente”.(MORAES, 1996, p. 15).

Tal apropriação pode ser analisada pelas mudanças nos hábitos de consumo e pela presença marcante das mercadorias nos pontos de maior fluxo no interior das cidades, o que caracteriza, como já mencionado, as estratégias de localização das atividades comerciais e de serviços que estão inseridas na lógica da (re)produção dos espaços pelo capital que visa também ao processo de (re)produção humana, pois:

“O processo de (re)produção do espaço é, ao mesmo tempo, condição e produto da (re)produção humana - considerado como meio de consumo-e da (re)produção do capital, como condição geral de produção sob a forma de capital fixo. O que está em questão é o fato de que o processo de produção do espaço urbano ocorre, hoje, a partir de um processo de universalização da divisão do trabalho e das trocas, em

função das estratégias gerais no nível da formação econômica da sociedade capitalista.” (CARLOS, 1994, p. 98)

Este trabalho também tem por finalidade avaliar se as práticas existentes no centro das cidades a partir das estratégias dos ambulantes e camelôs podem ser discutidas no contexto da (re)novação ou da degradação do ambiente urbano, já que está se tornando cada vez mais frequente o consumo do e no espaço da área central através das mercadorias comercializadas no âmbito da chamada: informalidade ou setor informal.

Não é mais possível imaginar o centro das cidades sem levar em consideração as mudanças nas formas de comercialização das próprias mercadorias e dos espaços. Se considerar como parâmetro para a análise o fato de que as pessoas que circulam na área central de algumas cidades consomem, inclusive os produtos que ficam expostos nas bancas, observar-se-ia que esta área engloba o formal e o informal, cujos movimentos se misturam, criando uma relação de complementaridade.

Compreende-se que a informalidade pode ser atribuída a uma amplitude maior do conceito. Para Malaguti (2000):

“O setor informal expressa apenas um aspecto da informalidade, mas sem esgotá-lo: a segunda engloba o primeiro. Numerosos casos de informalidade podem ser observados nos setores chamados, impropriamente, de formais: o funcionário público que durante o expediente vende peças de roupas, perfumes e sabonetes; o assalariado de uma empresa multinacional que faz horas extras sem recebê-las; o mestre de obras de uma grande empreiteira da construção civil que trabalha sem utensílios e proteção etc.” (p. 99).

Para este trabalho a nomenclatura mais adequada à realidade da pesquisa que será efetuada está ligada ao setor informal, que por sinal se insere na temática mais geral, que é a da informalidade, embora as pesquisas pautem-se em autores para discutirmos o referencial teórico da mesma, visto que o comércio informal que se dá no centro das cidades apresenta suas singularidades e deve ser avaliado mediante a realidade dos fatos observados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto neste artigo, vários desafios estão sendo enfrentados para o desenvolvimento desta pesquisa tudo com o objetivo central de procurar esclarecer e explicitar o que vem ocorrendo dentro da problemática do uso e apropriação do centro da cidade de São Paulo pelos ambulantes e camelôs. Nesta trajetória da pesquisa apresentada estamos atentos ao Santos (1993) nos adverte, ou seja, que um trabalho científico deve contemplar fontes seguras, ou seja, não se deve utilizar qualquer informação para que chegar às conclusões que convençam apenas superficialmente, pois é preciso revelar o que está por trás daquilo que não é possível perceber ou mesmo enxergar. Portanto, o que se pretende demonstrar são situações que refletem as dúvidas e incertezas que estão presentes nos momentos que se seguem para que este trabalho seja finalizado, embora a temática não se esgote nas propostas discutidas, já que são inúmeras as indagações que permeiam o conhecimento científico, mas que servem de estímulos para que novas idéias surjam para serem colocadas em prática no contexto da geografia, mais precisamente, a urbana.

Pensado dessa maneira, este estudo se desenrola diretamente ligado ao tema escolhido tendo como principal objetivo compreender a dinâmica do centro da cidade de São Paulo associado às estratégias comerciais dos camelôs e ambulantes, visto que não podemos

considerá-los nem “heróis” nem “vilões” diante da imagem que a área central adquire no contexto urbano e sim aprofundar nossas reflexões no sentido de entender a ligação de todos os indivíduos que freqüentam, habitam e trabalham nesse espaço central em função do consumo do e no espaço. Por outro lado, como já salientado, a intenção não é a de estudar a questão trabalhista dos comerciantes informais, embora se pretenda tocar em pontos que salientem a necessidade de se repensar essa categoria no âmbito das relações sócio-espaciais.

Relacionar o centro ao contexto da centralidade urbana, é um outro fator importante, pois está ligado ao problema da produção do espaço da metrópole de São Paulo. E, embora associar esses elementos não seja algo simples é preciso considerar que os comerciantes informais que ficam nas ruas, no camelódromo ou nos shoppings populares, contribuem para o aprofundamento das complexidades espaciais e funcionais dos diversos centros da metrópole. De uma maneira geral, abordar o surgimento das cidades e as primeiras manifestações do centro urbano, como também, a relação com a centralidade intra-urbana, a dinâmica do uso do solo com enfoques para o consumo no e do espaço é importante para analisar a sociedade de consumo e seu espaço.

Além de todas estas questões, também se acredita ser imprescindível traçar um perfil dos comerciantes informais e a ligação com a questão da apropriação dos espaços públicos, já que nem todos os camelôs e ambulantes estão instalados em locais organizados e normatizados.

A reafirmação da centralidade urbana se faz presente no contexto da dinâmica comercial da cidade, uma vez que o centro tradicional concentra inúmeras atividades terciárias, que por sua vez, permitem atrair pessoas de vários bairros da cidade. Contudo, algumas indagações podem chamar a atenção, no que diz respeito às bancas dos comerciantes de rua em meio às lojas e à circulação não só de gente, mas de veículos automotores, idéias, dinheiro e outros fatores que conferem ao próprio centro o lugar das possibilidades, de que nos fala Ortigoza (2001), assim como Ruiz (2004) quando destaca que a área central é a articuladora dos fluxos que interagem e convergem e que redimensionam as relações, ainda que superficiais, entre a mercadoria e o consumidor.

Essa relação externaliza o entendimento de que os camelôs e os ambulantes são figuras que fazem parte da paisagem urbana existente no centro da metrópole paulista, pois há uma relação específica entre forma e conteúdo que condiz com a realidade dessa área, cujo fato pode ser atribuído ao que Santos (2002) revelou no sentido de que o evento torna-se fixo para que as funções se realizem.

Tomando a análise do autor, ressalta-se que o centro de São Paulo é portador do comércio informal e, portanto, revela-se nos mais variados eventos que convivem simultaneamente e que são visíveis através dos objetos e dos sujeitos que interagem na sociedade, isto é, aquilo que Santos (2002) destacou afirmando que os objetos não mudam de lugar, mas mudam de função. Dessa forma, falar do que se constitui o centro, atualmente, na cidade estudada, como em várias outras cidades do país requer incluir, as estratégias dos camelôs e ambulantes na dinâmica econômica e sócio-espacial.

Assim, compreende-se que tais estratégias podem ser incorporadas sobre os novos espaços de consumo ligados aos comerciantes informais referindo-se ao fato de que estão cada vez mais presentes no contexto do ambiente urbano das cidades, visto que durante muito tempo foram considerados insignificantes em relação aos consumidores. Atualmente, já não podem mais ser desprezados, pois atendem a uma clientela diversificada e que não é composta apenas pela população de baixa renda.

A diversidade de usos no centro também caracteriza a mistura das classes sociais através dos fluxos e das atividades localizadas nas ruas de maior circulação e que concentram as sedes dos bancos, um setor terciário misto com variedades que coloca em evidência as características de uma sociedade de consumo atrelada, ainda, ao fetiche da mercadoria e às estratégias de reprodução do capital.

No caso de São Paulo, a junção das atividades presentes no centro e os fluxos que desencadeiam novas ações revelam o dinamismo da respectiva área em relação aos outros bairros, refletindo um processo que combina forma e função, destacando um conteúdo que se associa ao que Santos (2002) propôs como sendo um sistema de objetos e um sistema de ações. No entanto, após a realização da revisão bibliográfica e de visitas a campo, percebe-se algumas incertezas por parte das pessoas que expressam o desejo da eliminação das bancas. Afinal, reconhece-se a importância dos consumidores dos produtos comercializados pelos informais, em decorrência dos preços baixos e da localização permitindo o acesso rápido à mercadoria. Por esse motivo, alguns erros de interpretação podem ocorrer levando à generalização de situações que não são comuns em todas as cidades, mas que refletem as atuais dinâmicas econômicas da sociedade urbana.

É comum ouvir que os camelôs e ambulantes não deviam ficar expostos nas vias públicas. De acordo com Yáziği (2000), o que fazer com essas pessoas, tornou-se uma das principais questões do espaço público.

As ligações dos camelôs e ambulantes com o espaço público são vitais e reflete também a relação com o centro, uma vez que a busca por melhores localizações é que determina e é determinante no que tange à circulação das mercadorias, uma vez que o consumo se concretiza de maneira satisfatória apenas onde a clientela se faz presente. Nesses termos, a apropriação existe em vários sentidos, seja em nível do corpo, como aponta Sobarzo (2004), seja em função das dinâmicas e estratégias capitalistas, cujo espaço é reproduzido em detrimento dos lucros que confirmam essa relação do centro com as atividades econômicas.

Dessa forma, ao se perceber o centro como um lugar que exerce influência sobre as demais áreas no interior das cidades é evidente que a instalação e a criação de novas estratégias para induzir o cidadão a consumir os produtos dos mais variados níveis, sejam os do comércio formal ou informal, estejam inseridas no contexto de uma cidade que está pautada nas relações capitalistas e atrelada aos aspectos da disseminação da mercadoria de acordo com as imagens que os objetos adquirem diante das necessidades criadas e recriadas como um fetiche, o que para Santos (2002), é entendido como sendo uma guerra entre os lugares.

Essa guerra a que se refere o autor também pode ser percebida em nível intra-urbano, não havendo uma disputa apenas entre os países e as cidades, pois existem áreas internas ao tecido urbano que se distinguem em relação às outras oferecendo uma capacidade na rentabilidade dos investimentos que assegura a eficácia mercantil de que nos fala Santos (2002). Nessa perspectiva é que Carlos (2004) discute a possibilidade de se construir uma cidade mais solidária e que contemple a todos, uma vez que a reprodução sócio-espacial baseia-se na própria reprodução do capital conflitante e limitada à dinâmica do espaço-mercadoria em detrimento da reprodução dos espaços para a realização da vida.

Assim, os espaços da cidade acabam se transformando em mera mercadoria e a rua apropriada pelos camelôs e ambulantes também reflete o dinamismo de uma área cujos lugares referentes à circulação também passam a ser vistos sob a ótica do consumo, como acontece com as ruas, praças e calçadas apropriadas para a comercialização de mercadorias. Ainda, para Carlos (2004), o que realmente ocorre é um movimento de realização da cidade capitalista, cuja vida urbana manifesta-se na propriedade privada e no mundo da mercadoria. E esse mundo da mercadoria é que expressa o próprio movimento do centro de São Paulo através da função econômica que transforma os espaços em mercadoria de acordo com as diferenças e necessidades, como afirma Carlos (2004, p. 144).

A relação que se estabelece entre a centralidade urbana e o comércio informal do centro da capital paulista está pautada no dinamismo da área, cujos fluxos reafirmam a intencionalidade dos objetos, apontada por Santos (2002). Não se considera que somente as atividades classificadas como informais é que contribuem para a (re)afirmação dessa centralidade a que nos referimos quando associamos o centro e a dinâmica dos espaços

centrais, pelo contrário é a imbricação das funções, sejam comerciais (formais e informações), políticas ou mesmo culturais que dão o conteúdo complexo ao centro. Na verdade o que ocorre é a junção de um conjunto de formas e funções que permitem destacar a supremacia do próprio centro no cotidiano de cada usuário, uma vez que para cada um, ele se apresenta de maneira diferenciada.

Os que vêm o centro como o local das compras, do consumo, têm a imagem da área sob a ótica da mercadoria; aqueles que buscam vender algum produto percebem que o contingente de pessoas que circulam a pé ou de veículo particular favorece as vendas. Outros buscam os serviços como: bancos, médicos etc, que também não deixam de estar ligados ao setor terciário, sem falar nos hotéis e na própria condição simbólica expressa através das igrejas. Assim, a sociedade urbana destacada por Lefèvbre tem como parâmetro, as questões sócio-espaciais que também podem ser atribuídas ao centro, uma vez que as relações se complementam no sentido da troca, o que tende às estratégias unitárias e, muitas vezes, redutoras.

No entanto, o centro pode ser avaliado também de acordo com o que Lefèvbre (2002) apontou como sendo um sistema absoluto do próprio valor de troca cuja unicidade ocorre de acordo com a busca pelo centro, isto é, a necessidade que induz as pessoas a se deslocarem para essa área, enquanto que o subsistema ou a parcialidade pode ser entendido sob o aspecto da singularidade, do próprio significado que o centro tem para cada indivíduo. Esta situação é visível diante das mais variadas circunstâncias que levam a concentração no e do centro.

A homogeneidade deve ser sempre questionada mesmo que sua existência possa ser verificada e atribuída às atividades que evidenciam as estratégias comerciais no contexto da lógica capitalista e que impõe ao centro a idéia de local de consumo a partir do fetiche e generalização da mercadoria no âmbito do quantitativo. Assim, o mal-estar surge em decorrência da transformação dos espaços em mercadoria; excluindo a reprodução da vida, pois é o valor de troca que se sobressai ao valor de uso.

Atribuir apenas aos camelôs e ambulantes os prejuízos fiscais referentes ao município quanto à sonegação dos impostos, é um grande engano, pois este problema requer avaliar a totalidade do processo que associa trabalho e sociedade, pois não são apenas os comerciantes informais que agem dessa forma. No que tange ao uso da rua, também não são somente eles que comercializam as mercadorias nas ruas, praças e calçadas que expõem as mercadorias nas vias de circulação. São todos aqueles que fazem da área central um espaço ligado à comercialização de produtos. É por isso que a rua é um espaço de consumo, pois se o centro é atrativo no que diz respeito à proliferação das atividades comerciais e de serviços, também o é com relação às estratégias que caracterizam os espaços da troca inseridos na organização para o mercado.

A cidade, em si, é o resultado das ações que estão ligadas aos seus usuários devido à dinâmica sócio-espacial. Dessa maneira, Lefèvbre (2002) faz um comentário a respeito da troca em detrimento do uso, no sentido da usura, uma vez que a substituição da mercadoria é que torna possível essa relação entre o usuário e o produto obsoleto, que na visão do próprio autor, ocorre quando há a substituição de uma “coisa” por outra.

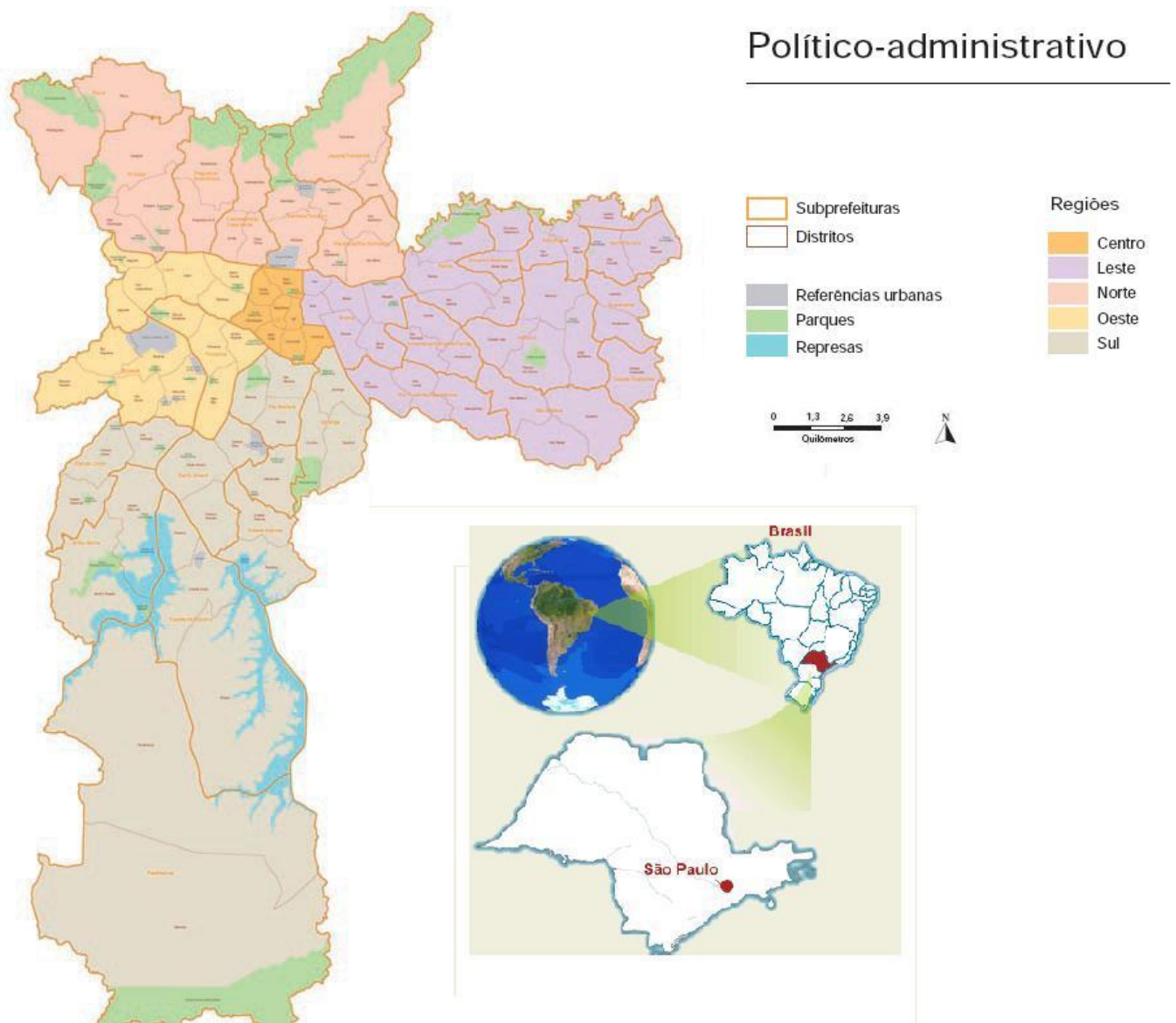
De acordo com as reflexões de Lefèvbre, os personagens que formam o centro no sentido da mercadoria e do valor de troca, cuja obsolescência dos produtos se associa às novas necessidades e impõe o valor de troca sob qualquer condição (comerciantes formais e informais), nas lojas ou nas ruas, nos camelódromos ou nos *shopping centers*. Os problemas enfrentados pelos moradores das grandes cidades, e mesmo pelo sistema capitalista de produção, ou seja, vêm a cidade de acordo com a dinâmica da mercadoria que transforma a necessidade do usuário em usura. Desse modo, fica cada vez mais difícil reconhecer o cidadão neste processo.

Assim, o centro para Lefèvbre seria representado por várias funções e interesses que culminam numa visão da área sob o aspecto do valor de troca embasado pelas estratégias

comerciais; enfim, pela usura que realmente consolida as cidades ocidentais, conforme retratou Beltrão Sposito (1996). Entretanto, a cidade para Carlos (2004) adquire uma identidade a partir dos usos que revelam o cotidiano das pessoas diante dos objetos. Portanto ainda para a referida autora, a percepção urbana manifesta-se diante da imagem expressa pelos elementos que constituem o lugar, ou seja, os elementos do próprio centro.

Os camelôs e ambulantes constituem parte dos elementos característicos do centro, uma vez que, inseridos no contexto urbano, de acordo com as atividades econômicas e preservadas suas diferenças e persistências, fazem parte da cidade, e, portanto, ajudam a reproduzi-la.

RECORTE ESPACIAL



Mapa Político – Administrativo da Cidade de São Paulo. Modificado por Karina Barbosa de Aguiar.

Região central em destaque na coloração laranja / escuro.

Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento – Prefeitura De São Paulo.

Documento digital disponível em: <http://sempla.prefeitura.sp.gov.br/mm/panorama/>

BIBLIOGRAFIA

- ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO. Camelôs. In “**O Comércio Informal de Rua e a Requalificação do Centro de São Paulo**”. Editora Entidade, 1994.
- BIBLIOTECA ASSOCIAÇÃO VIVA O CENTRO. Documento Digital disponível em <http://www.vivaocentro.org.br/biblioteca/index.htm>. Acesso 20/10/2008.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A (Re)produção dos Espaço Urbano**. São Paulo: EDUSP, 1994.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Espaço Urbano. Novos Escritos Sobre a Cidade**. São Paulo: CONTEXTO, 2004.
- CARRERAS, Carles. Por uma Geografia do consumo. In. **Seminário de Geografia Comercial**. Unesp, Rio Claro, 1992, p. 1-15.
- COSTA, E.G. **Anel, Cordão, Perfume Barato: Uma Leitura do Espaço do Comércio Ambulante na Cidade de São Paulo**. São Paulo: Editora Nova Estella / Edusp, 1989.
- DAMIANI, Amélia L. O lugar e a produção do cotidiano. In: CARLOS, Ana F. A. (org). **Novos rumos da geografia**. São Paulo: CONTEXTO, 2002, p. 161-172.
- LEFÈVBRE, Henri. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- LEFÈVBRE, Henri. **A Cidade do Capital**. (Tradução Maria Helena Ramos e Marilene Jamur). Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- MALAGUTI, Manoel Luiz. **Crítica à Razão Informal. A Imaterialidade do Salariado**. São Paulo: Boitempo, Vitória: EFUFES, 2000.
- MUNICÍPIO EM MAPAS** – Série Temática. Secretária de planejamento – Portal da Prefeitura da cidade de São Paulo.
- Documento digital disponível em :<http://sempla.prefeitura.sp.gov.br/mm/panorama/>. Acesso: 20/11/2008
- ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri. **O Tempo e o Espaço da Alimentação no Centro da Metrópole Paulista**. Rio Claro. 2001. 195 p. Tese (Doutorado em Geografia). Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista.
- RUIZ, João Antonio Martinez. **Shopping Centers: segregação, exclusão e inclusão. Análise a partir de bairros residenciais em Presidente Prudente-SP**. 2004, 215 p. Dissertação (Mestrado em Geografia), Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista.
- SALGUEIRO, T. B. **Do comércio à distribuição: roteiro de uma mudança** /Teresa Barata Salgueiro em colaboração com Herculano Pinto Cachinho e Jose Afonso Teixeira. Oeiras: Editora Celta, 1996.
- SANTOS, M. **O Espaço do Cidadão**. São Paulo: NOBEL, 1993.
- SANTOS, M. O Retorno do Território. In: **Território Globalização e Fragmentação**. São Paulo. 1993
- SANTOS, Milton. **Manual de Geografia Urbana**. São Paulo: HUCITEC, 1981, p. 181- 2.
- SANTOS, Milton. **Espaço e Método**. São Paulo: NOBEL, 1986, 88 p. SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EDUSP, 2002.

SANTOS, Milton. **O Brasil Território e Sociedade no Início do Século XXI**. Rio de Janeiro: RECORD, 2001, 471 p.

SEABRA, Odette C. de L. **Territórios do uso: cotidiano e modo de vida**. In: Cidade: Presidente Prudente, vol. 1, n. 2, 2004, p. 181-206.

SOBARZO, Oscar. **Os espaços da sociabilidade segmentada: a produção do espaço público em Presidente Prudente**. Presidente Prudente. 2004, 221 p. Tese (Doutorado em Geografia), Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: SENAC, 2001.

VIEIRA, S. G. **O Centro vive. O espetáculo da revalorização do centro de São Paulo: sobrevivência do capitalismo e apropriação do espaço**. Rio Claro: Tese de Doutorado - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, UNESP, 2002

WHITACKER, Arthur Magon. **Reestruturação Urbana e Centralidade em São José do Rio Preto**. Presidente Prudente, 2003. 238p. Tese (Doutorado em Geografia)-Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista.

YÁZIGI, Eduardo. **O mundo das calçadas**: São Paulo: HUMANITAS, 2000, 548 p.