



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Câmpus de Presidente Prudente

**CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA EM CIDADES MÉDIAS:
OS CAMELÓDROMOS DE PRESIDENTE PRUDENTE (SP) E
LONDRINA (PR)**

Gabriel Boraschi Ribeiro

Presidente Prudente/SP
Maio 2019



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Câmpus de Presidente Prudente

Programa de Pós-Graduação em Geografia
Área de Concentração: Produção do Espaço Geográfico
Linha de Pesquisa: Produção do Espaço Urbano

GABRIEL BORASCHI RIBEIRO

**CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA EM CIDADES MÉDIAS:
OS CAMELÓDROMOS DE PRESIDENTE PRUDENTE (SP) E
LONDRINA (PR)**

Agência de fomento

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Processo: 2016/06354-7

Projeto de pesquisa vinculado

“Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo”.
FAPESP: Processo nº: 11/20155-3

Orientação

Prof^a. Dr^a. MARIA ENCARNAÇÃO BELTRÃO SPOSITO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Campus de Presidente Prudente, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Presidente Prudente/SP
Maio 2019

B726c	Boraschi, Gabriel Ribeiro Circuitos da economia urbana em cidades médias: os camelódromos de Presidente Prudente (SP) e Londrina (PR). / Gabriel Ribeiro Boraschi. -- Presidente Prudente, 2019 234 p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente Orientadora: Maria Encarnação Beltrão Sposito 1. Circuitos da Economia Urbana. 2. Cidades Médias. 3. Camelódromos. I. Título.
-------	---

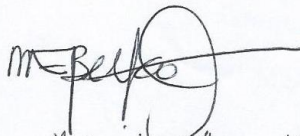
Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

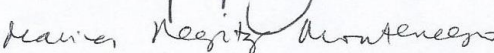
ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE GABRIEL BORASCHI RIBEIRO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA, DA FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA - CÂMPUS DE PRESIDENTE PRUDENTE.

Aos 14 dias do mês de dezembro do ano de 2018, às 15:00 horas, no(a) Anfiteatro VII, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. MARIA ENCARNÇÃO BELTRÃO SPOSITO - Orientador(a) do(a) Departamento de Geografia / Faculdade de Ciências e Tecnologia de Presidente Prudente - FCT/UNESP, Profa. Dra. MARINA REGITZ MONTENEGRO do(a) FFCLH / USP/São Paulo (SP), Prof. Dr. EVERALDO SANTOS MELAZZO do(a) Departamento de Planejamento, Urbanismo e Ambiente / Faculdade de Ciências e Tecnologia de Presidente Prudente - FCT/UNESP, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de GABRIEL BORASCHI RIBEIRO, intitulada **CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA EM CIDADES MÉDIAS: OS CAMELÓDROMOS DE PRESIDENTE PRUDENTE (SP) E LONDRINA (PR)**. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: Aprova
do. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

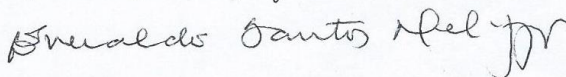
Profa. Dra. MARIA ENCARNÇÃO BELTRÃO SPOSITO



Profa. Dra. MARINA REGITZ MONTENEGRO



Prof. Dr. EVERALDO SANTOS MELAZZO



***À Márcia, Luis e Guilherme,
obrigado por tudo!***

Desenvolvimento só existe quando as pessoas trabalham. Desenvolvimento só será viabilizado por meio do entendimento de que os criminosos não são aqueles que vendem “dez pilha a um real”, mas os que, de terno e gravata, assinam contratos obscuros e fraudam licitações.

Formalizar, incluir, legitimar o trabalho daqueles que querem trabalhar é uma tarefa urgente e necessária, mas que está ainda muito longe de nossos horizontes, de nossa cultura legal e de nosso julgamento de sofá.

Não há desenvolvimento social, e nunca haverá, enquanto tratarmos a nossa classe trabalhadora - aquela mesma que segura o país do colapso durante as crises econômicas - como o nossa principal inimiga. Nossos inimigos são outros. E eles estão no poder.

Rosana Pinheiro-Machado, Carta Capital, 2016.

AGRADECIMENTOS

O caminho trilhado até o presente momento jamais poderia ser individualista. Por mais que esteja meu nome na capa do trabalho, ele envolve muitos mais do que isso, foram construídos verdadeiros “círculos de cooperações” de amizades, cuja “categoria analítica” principal é a gratidão. Por isso, vou assumir o risco de lembrar e citar todos que contribuem de forma direta e indireta para esse momento tão importante de minha vida.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001, pelos 03 meses de bolsa, antes da aprovação do projeto de pesquisa pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), pela concessão da bolsa de estudo (processo 2016/06354-7), no qual foram concedidos mais 27 meses, dentre eles, 06 meses de bolsa no exterior. Apoio financeiro que permitiu o desenvolvimento do trabalho e a dedicação exclusiva às atividades da Pós-Graduação na FCT/UNESP, na Universidade de Buenos Aires e a participação em importantes eventos científicos.

Gostaria de agradecer ao Programa de Pós-Graduação em Geografia: funcionários, coordenadores e professores. É importante reconhecer o esforço de todos para constituir um Programa de tamanha excelência acadêmica institucional, permitindo para nós alunos, toda uma estrutura técnica para desenvolvimento de pesquisa e teórica pelos níveis teóricos e possibilidades de aprendizagem.

Gostaria de agradecer ao trabalho desenvolvido pelos profissionais da Seção Técnica de Pós-Graduação, em especial a Cinthia, Aline, André, Ivonete e Lincoln e todos os estagiários que por lá passaram, não medindo esforços para conciliar e atender aos interesses discentes. Muito obrigado!

Um agradecimento especial para a Tamae - responsável pelo Escritório de Pesquisa da FCT/UNESP, e para o Túlio, funcionário, fazendo mediação entre nós bolsistas e a FAPESP, sempre nos socorrendo para questões burocráticas e, principalmente, para a temida Prestação de Contas. Muito obrigado, querida!

Um agradecimento enorme para todos professores de Geografia da FCT, pois ao longo desses quase oito anos de Universidade contribuíram para tornar a pessoa quem sou hoje, em constante evolução, mas que sem vocês não teria chegado até aqui. Me despeço, por enquanto, com consciência de classe, profissionalismo, ética e com um pontinho de esperança que podemos sim contribuir para um mundo mais justo e menos desigual. Em especial meus agradecimentos aos professores do GAsPERR.

Agradeço os professores Cláudio Smalley e Everaldo Santos Melazzo, não somente pela participação de vocês na minha qualificação que ajudou muito a compreender as potencialidades e limitações da dissertação, e com isso tentar melhorar o texto escrito, resolver impasses, com ideias e soluções para “fechar” algumas ideias do trabalho, mas também pelas experiências pessoais e por serem um exemplo de pesquisadores, professores e como pessoas. Obrigado!

Direciono os agradecimentos a todos comerciantes dos camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina, por toda ajuda e cooperação. Em especial ao seu José do camelódromo de Londrina, no qual sempre me forneceu informações e pelas conversas durante esses quatro anos frequentando esse espaço comercial.

Um agradecimento enorme a professora Maria Laura Silveira, por ter me recebido tão bem durante a estadia de seis meses em Buenos Aires, permitindo que o meu estágio fosse repleto de conforto e aprendizagem, por todas conversas, trabalhos de campo realizados, defesas assistidas, enfim, por todo conhecimento transmitido. É gratificante! Do mesmo modo, queria agradecer pelos amigos que fiz na realização do estágio e no qual vou levar por todos momentos de minha vida, um abraço enorme para Caio, Virna, Villy, Guille, Matias e as pessoas que trabalham no Departamento de Geografia da UBA. Agradeço também o Guilherme e Helena, brasileiros que encontrei realizando o mesmo estágio e no qual sempre estávamos juntos “abrasileirando” o território argentino!

Um abraço enorme para dois colombianos que me acolheram tão bem cedendo um espaço de moradia durante os meses na Argentina, Marta e Leo, fuerte abrazo!

Agradeço aos meus amigos da Academia SetFit de Presidente Prudente: Rogério, Anderson, Rodolfo, Luan, Brenda, Luisão, Fabinho, Caíque, Gustavinho pela companhia ao longo dos anos.

Agradeço meus amigos dos grupos de futebol: “Futebol Nervoso” e o “Fut de 1ª na 2ª”, pelas partidas de futebol e amizade compartilhada ao longo dos anos.

Agradeço meus amigos da UNESP: Jean, Renan, Cláudio, Márcio Catelan, Vivi, Natália, Flaviane, Priscila, Mariana Gazola, Mariana Cristina, Felipe, Yolima, Janaína, Agnaldo, Jéssica, Lorena, Carol Simon, Melina, Robson, Núbia, Karime, Marcel, Eduardo Neves, Maiara, Carla, Larissa, Bruno, Marlon, Baiano, André, Cássio, Jânio, que possibilitaram ampliar as amizades dentro da universidade e para a vida.

Jean e Natália, muito obrigado por toda ajuda na formatação da dissertação, vocês são sensacionais.

Agradeço meus amigos de minha cidade de origem, Catanduva, por sempre transmitirem energia positiva e compartilharem momentos importantes em minha vida.

Um agradecimento enorme para os casais Bruno, Larissa; Victor e Ulana: honra pelo convite de padrinho de casamento de vocês em 2019.

Um agradecimento especial para Naiara e Juninho Zangalli, que tive a honra em ser padrinho de casamento de vocês neste ano e que são muito importantes em minha vida. Obrigado Juninho pelas conversas ao longo da graduação e do mestrado, compartilhando angústias, alegrias e conhecimento, fortalecendo sempre nossa amizade.

Agradeço meus companheiros e amigos com quem divido meu dia-a-dia de moradia: Minero e Letícia, obrigado por tudo o que vocês fazem por mim.

Abraço enorme para Bruno e Juliana que hoje trilham seus caminhos na UNICAMP, mas que desde 2011 vem contribuindo para minha melhora acadêmica e pessoal, obrigado queridx! Sucesso sempre!

Um agradecimento enorme para meus dois amigos de infância e que com o passar dos anos nossa amizade só fortalece: André e Gabriela. A vida ganha mais sentido quando estamos juntos. Obrigado por tudo!

Por fim, não há palavras suficientes para agradecer a Carminha. Aqui fica meus sinceros agradecimentos, pelas conversas, dicas, debates, reflexões para minha vida acadêmica e pessoal durante esses anos de UNESP, sempre muito ética, justa e me incentivando aos estudos. Muita gratidão por tudo, você sem dúvida é um espelho para todos nós.

Para finalizar, o presente trabalho é dedicado à minha família, como uma pequena recompensa por todo investimento em mim. Amo vocês!

RESUMO

Esta dissertação de mestrado tem como referência as articulações entre os dois circuitos da economia urbana, tendo como objeto os camelódromos das cidades médias de Presidente Prudente (SP) e Londrina (PR). O estudo recaiu sobre a área de comércio popular, a qual se organiza espacialmente na forma de camelódromo e tem localização no centro principal das duas cidades em análise. A partir do camelódromo, tomamos como foco as lógicas econômicas dos comerciantes para adquirir os produtos, como eles estruturam seus estoques e o tempo necessário para realizar novas aquisições. Identificamos que os principais produtos vendidos são réplicas de aparelhos celulares, cuja procedência é chinesa - *Made in China*. Devido ao emprego de técnicas difundidas com base na indústria da cópia e da pirataria, os telefones celulares (*smartphones*) se tornaram acessíveis à grande parte da população, contribuindo, assim, para a inserção progressiva de agentes comerciais menos capitalizados no mercado de *smartphones*. Dessa forma, o circuito espacial produtivo dos camelódromos evidencia a estruturação de uma rota global alicerçada sobre a fabricação de produtos resultantes de um regime intensivo em trabalho, ainda que legalizado pelas leis chinesas.

Palavras-chaves: Circuitos da Economia Urbana; Cidades Médias; Camelódromos; Produção do Espaço Urbano.

ABSTRACT

This master's dissertation has the articulations between the two circuits of the urban economy as reference, having as object the camelodromes of the average cities of Presidente Prudente (SP) and Londrina (PR). The study focused on the popular trade area, which is spatially organized in the form of a camelodromes and is located in the main center of the two cities under analysis. From the camelodromes, we focus on the economic logic of the merchants to acquire the products, how they structure their inventories and the time needed to make new acquisitions. We have identified that the main products sold are replicas of cell phones whose origin is Chinese - made in China. Due to the widespread use of techniques based on the copy and piracy industry, cell phones (*smartphones*) have become accessible to a large part of the population, thus contributing to the gradual integration of commercial agents less capitalized in the smartphone market. Thus, the productive space circuit of camelodromes shows the structuring of a global route based on the manufacture of products resulting from an intensive work regime, even though legalized by Chinese laws.

Keywords: Urban Economy Circuits; Medium Cities; Camelodromes; Production of Urban Space.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1: PENSANDO O FENÔMENO URBANO.....	17
1.1 Dissertando sobre as categorias analíticas: o espaço como totalidade.....	17
1.2 Compreendendo o fenômeno técnico como uma das variáveis-chave da dinâmica global	20
1.3 Urbanização extensiva e mudanças demográficas	25
1.4 Centro e centralidades nas cidades contemporâneas e comércio popular	28
CAPÍTULO 2: ENTRANDO NAS CIDADES MÉDIAS EM ANÁLISE E EM SEUS CAMELÓDROMOS.....	32
2.1 Camelódromo de presidente prudente.....	35
2.2 CAMELÓDROMO DE LONDRINA.....	53
CAPÍTULO 3: ANALISANDO OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA POR MEIO DOS CAMELÓDROMOS	65
3.1 Premissas acerca do debate.....	65
3.2 Os circuitos da economia urbana em cidades médias	66
3.3 Os camelódromos e as relações com as variáveis-chave da globalização	76
3.4 Os comerciantes dos camelódromos a relação com a porção marginal do circuito superior	85
4. CIRCUITOS ESPACIAIS DA PRODUÇÃO E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO NO ESPAÇO: MERCADORIAS MADE IN CHINA EM ROTAS DE TRANSIÇÃO.....	90
4.1 Os circuitos espaciais da produção e os círculos de cooperação no espaço na cidade contemporânea	91
4.2 Circuitos produtivos de mercadorias <i>made in China</i>	96
4.3 Fenômeno <i>smartphone</i> e os camelódromos.....	106
CONCLUSÃO.....	114
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	119
ANEXOS.....	125

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Presidente Prudente e Londrina. Localização das cidades de estudos, 2018.	32
Figura 2 - Presidente Prudente. Croqui de disposição geográfica do camelódromo, 1995 e 2007	36
Figura 3 - Presidente Prudente. Antiga entrada principal do camelódromo, 2018.....	37
Figura 4 - Presidente Prudente. Situação geográfica do centro principal, do camelódromo e shopping centers, 2018.....	38
Figura 5 - Presidente Prudente. Disposição espacial das atividades comerciais do camelódromo, 2018.....	39
Figura 6 - Presidente Prudente. Ambulantes em frente ao camelódromo. 2018.....	40
Figura 7 - Presidente Prudente. Projeto de reformulação do camelódromo.	46
Figura 8 - Londrina. Concessionária da mercedes benz em 1957.....	53
Figura 9 - Londrina. Entrada principal do camelódromo, 2018.....	54
Figura 10 - Londrina. Primeiro camelódromo da cidade, 1997.	56
Figura 11 -Londrina. Visão interna dos primeiros camelódromos, 1997.	56
Figura 12 - Londrina. Camelódromo municipal, 2018.....	57
Figura 13 - Londrina. Localização do camelódromo de Londrina, do calçadão do centro principal da cidade e do royal plaza shopping, 2018.	60
Figura 14 - Londrina. Convocação para assembleia, 2016.....	61
Figura 15 -Londrina. Escada rolante que faz acesso do piso térreo com o primeiro andar do camelódromo de londrina. 2018.	63
Figura 16 -Londrina. Banco 24 horas instalado no camelódromo, 2018.....	63
Figura 17 - Presidente Prudente e região. Localização das cidades de residência dos frequentadores do camelódromo, 2018	81
Figura 18 -Londrina e região. Localização das cidades de residência dos frequentadores do camelódromo, 2018.	82
Figura 19 - Circuito espacial de produção das réplicas de aparelhos celulares. Presidente Prudente e Londrina, 2018.....	105
Figura 20 - Presidente Prudente. Box com o nome “mande in china”. 2018.....	111
Figura 21 - Presidente Prudente. Boxes com vendas de celulares e eletrônicos. 2018.....	111
Figura 22 - Londrina. Box com venda de celulares e produtos eletrônicos. 2018	112

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Porcentagem da população urbana em relação à população total. 1940 a 2020.	27
Quadro 2 - Presidente Prudente e Londrina. evolução demográfica urbana. 1980 e 2017.	33
Quadro 3 - Os circuitos da economia urbana, segundo santos e silveira. 2018	88
Quadro 4-Trajetória espacial das mercadorias até chegarem nos camelódromos de Presidente Prudente e Londrina, segundo os comerciantes. 2018.	103
Quadro 5 - Preços das réplicas em comparação com grandes marcas. 2018.	108

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Presidente Prudente. Meios de transporte dos frequentadores do camelódromo. 2018.	75
Gráfico 2 - Londrina. Meios de transporte dos frequentadores do camelódromo. 2018.	75
Gráfico 3 - Presidente Prudente. Porcentagem de entrevistados de acordo com o sexo no camelódromo. 2018..	77
Gráfico 4 - Londrina. Porcentagem de entrevistados de acordo com o sexo no camelódromo. 2018.....	78
Gráfico 5 - Presidente Prudente e Londrina. Número de entrevistados segundo a faixa de idade. 2018.....	78
Gráfico 6 - Presidente Prudente e região. Cidades de residência dos que consomem no camelódromo. 2018.....	80
Gráfico 7 - Londrina e região. Cidades de residência dos que consomem no camelódromo. 2018.	81
Gráfico 8 - Presidente Prudente e Londrina. Formas de pagamento realizadas pelos consumidores nos camelódromos. 2018.....	83

INTRODUÇÃO

As motivações para a realização da pesquisa que levou a essa dissertação iniciaram-se em 2011, com a participação em atividades promovidas pelo “Grupo de Pesquisa Produção do Espaço e Redefinições Regionais” (GAsPERR) e com desenvolvimento entre 2013 a 2015, da pesquisa de iniciação científica (IC), com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), na qual foram analisados dois *camelódromos*, respectivamente na cidade de Presidente Prudente e de Londrina.

Esta experiência estava associada a algumas questões que se desdobraram: como funciona esse tipo de comércio? Quais são suas semelhanças e distinções? São polos comerciais regionais capazes de gerar certa centralidade? Qual a contribuição de cada um para a estruturação do espaço da cidade em cada está localizada? Qual especificidade de cada um? Quais são os produtos mais vendidos e à qual ramo pertencem?

Consideramos importante a começar a presente dissertação apresentando alguns dos resultados já alcançados durante a IC, pois foram as nossas premissas para a atual dissertação de Mestrado.

Como resultado desse estudo, identificamos que os camelódromos são frequentados por pessoas de um público mais jovem (entre 20 a 29 anos); das mais variadas profissões/ocupações obtendo-se um leque significativo; considerando-se os locais de domicílio, foi possível ver que as pessoas que frequentam os camelódromos são dos mais variados bairros das duas cidades, ainda que predominem como locais e moradia os bairros periféricos; muitas pessoas das cidades do entorno a Presidente Prudente e de Londrina se deslocam para consumir nesse espaço comercial; os produtos mais consumidos são do ramo eletrônico e a principal forma de pagamento é à vista, por mais que se note a incorporação das máquinas de cartões de crédito e débito.

Deste modo, partimos dos resultados da pesquisa anterior e atualizamos os dados no Mestrado, possibilitando uma análise comparativa no tempo e entre os dois camelódromos, estabelecendo o foco, agora, nas lógicas econômicas dos comerciantes desses espaços comerciais.

Assim sendo, o objetivo geral dessa dissertação é entender as relações entre os Circuitos da Economia Urbana (SANTOS, 2004) a partir dos camelódromos das cidades de Presidente Prudente e Londrina.

Um dos objetivos específicos da pesquisa é relacionar a Teoria dos Circuitos da Economia Urbana às lógicas econômicas dos comerciantes, no processo de aquisição de suas

mercadorias para os dois camelódromos, compreendendo a trajetória espacial delas, desde a origem dos produtos, como eles são transportados para esses espaços comerciais, em que proporção são vendidos, etc., contribuindo para a compreensão das relações entre a produção do espaço urbano e o comércio popular no período atual.

Outro objetivo específico desse trabalho foi o de contribuir para as reflexões que vem sendo feitas no âmbito desse projeto temático “Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo¹” do Grupo de Pesquisa Produção do Espaço e Redefinições Regionais (GAsPERR) e se articula a frentes de trabalho da Rede de Pesquisadores sobre Cidades Médias (ReCiMe).

Para isso, apoiamo-nos nos conceitos de Circuitos Espaciais da Produção e Círculos de Cooperação no Espaço (MORAES, 1985; SANTOS, 1986; SANTOS E SILVEIRA, 2001).

No que se refere à metodologia, relatamos alguns procedimentos que nos ajudaram a ir da teoria à prática.

Desde agosto de 2016, as idas ao Camelódromo de Presidente Prudente tornaram-se frequentes durante o curso de Mestrado. O intuito foi o de ir como pesquisador e observar o local, sempre reestabelecendo os contatos adquiridos durante a iniciação científica, perguntando aos comerciantes como estavam as vendas, sobretudo pelo cenário político que o país se encontrava no decorrer do período em que a pesquisa se desenvolvia.

Os procedimentos metodológicos para poder entender o camelódromo no período contemporâneo e sua função na estruturação do espaço urbano, constituem-se em: a) amplo levantamento bibliográfico referente à temática estudada a respeito da teoria dos circuitos da economia urbana no intuito de entendê-lo a partir dos principais autores que ajudariam do ponto de vista teórico metodológico; b) levantamento de notícias nos jornais locais sobre os camelódromos; c) realização de entrevistas com os comerciantes dos dois espaços comerciais e com um membro da Prefeitura de Presidente Prudente; d) aplicação de enquetes junto aos frequentadores desse espaço comercial; e) conversas de caráter informal com os comerciantes, principalmente no camelódromo de Presidente Prudente, onde há muitas irregularidades e os próprios vendedores não são adeptos de fornecerem informações para pesquisas devido ao receio de fiscalizações da Prefeitura Municipal.

¹ A pesquisa “Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo” (Projeto Temático apoiado pela FAPESP) visa analisar em cidades médias estudadas pelo GAsPERR as lógicas econômicas contemporâneas de estruturação e reestruturação urbana e da cidade e suas articulações com as práticas espaciais dos cidadãos referentes ao consumo. O Projeto Temático tem como base empírica as cidades de - Presidente Prudente, Marília, Ribeirão Preto, São Carlos e São José do Rio Preto, no estado de São Paulo e Londrina no estado do Paraná.

No âmbito do levantamento bibliográfico sobre a teoria, apoiamo-nos em: Santos (1988; 2001; 2004; 2006), Silveira (2001; 2004; 2008; 2009; 2011; 2014; 2015; 2016; 2017) e Montenegro (2006; 2011; 2012; 2013; 2014). Sobre as articulações entre os circuitos com as cidades médias, adotamos autores como: Sposito (1991, 2006, 2007, 2015, 2016); Catelan (2011, 2014). Para trabalhar com os circuitos espaciais da produção e os círculos de cooperação no espaço, numa tentativa de articulação entre esses conceitos com os outros já citados, apoiamo-nos em: Santos (1986;1988), Santos e Silveira (2006); Moraes (1985/2017), Arroyo (2001; 2008; 2012; 2017), Bomtempo e Sposito(2012), Castillo e Frederico (2010/2017).

No que concerne às entrevistas com os comerciantes, foram realizadas em 2017 entre os meses de agosto e outubro. Em Presidente Prudente, realizamos 12 entrevistas mais as conversas informais. Em Londrina, realizamos oito entrevistas mais as conversas informais. A transcrição das entrevistas está em anexo 3 no fim da dissertação.

Sobre a aplicação das enquetes junto aos usuários desse espaço comercial, seguimos a metodologia utilizada na IC. O roteiro de enquete possui oito perguntas específicas: idade, profissão, de onde vem (bairro ou cidade), qual tipo de transporte utilizado para se deslocar até o camelódromo (carro, moto, ônibus ou a pé), qual o tipo de produto que mais consome (eletrônicos, vestuário, alimentício e outros), quais as formas de pagamento utilizadas (à vista, cartão de crédito e outras formas), se consome em outras áreas comerciais da cidade (lojas do centro principal, shopping centers ou comércio dos subcentros) e com que frequência vem ao centro (todo dia, uma vez por semana, uma vez por mês ou as vezes) e por fim, uma questão aberta: “por que consome no camelódromo?”. Aplicamos 315 enquetes, na cidade de Presidente Prudente, em duas etapas realizadas: entre agosto e outubro de 2017 e maio e julho de 2018; na cidade de Londrina, aplicamos 320 enquetes em três etapas, em outubro de 2017, em maio e em julho de 2018. As enquetes foram aplicadas em dias de semana diversos, geralmente entre quarta-feira e sábado, com o intuito de observar as práticas espaciais dos frequentadores em várias circunstâncias.

Com os resultados da aplicação das enquetes, bem como das entrevistas realizadas com os comerciantes, elaboramos quadros, tabelas e gráficos, como elementos de fundação empírica que compõe, à luz da teoria utilizada, a presente dissertação.

No que se refere às matérias em jornais, compreendemos que esse veículo de comunicação nos ajuda a ter uma dimensão política do que está acontecendo nos camelódromos, sobretudo o de Presidente Prudente por ser um espaço público e administrado pela Prefeitura que, ainda, é alvo de polêmicas e constantes debates, por isso está sempre sendo noticiado. Diferentemente, sobre o Camelódromo de Londrina, por ser um espaço

privado e regulamentado, as notícias de jornais não são frequentes. O acompanhamento das notícias foi e continuo sendo realizado entre os anos de 2016 até o momento e as informações extraídas das matérias auxiliaram a descrição de um dos camelódromos em análise.

Foram fonte das matérias jornalísticas: “O Imparcial”, “Oeste Notícias”, “Ifronteira” em Presidente Prudente; “Folha de Londrina”, “Diários do Estado”, “Jornal Folha Norte”, em Londrina.

Para realizar essa discussão, o trabalho foi estruturado em quatro capítulos.

No primeiro, discorremos sobre o fenômeno urbano contemporâneo, discutindo a importância do fenômeno técnico, as principais mudanças demográficas e o duplo processo de urbanização, tendo como principal categoria analítica o espaço como totalidade.

A abordagem da técnica (SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2015) possibilita a compreensão do fenômeno urbano e é um meio pelo qual é possível analisar o espaço geográfico. Outra perspectiva para analisar o fenômeno urbano contemporâneo é compreender os principais traços ao longo de sua formação técnica e territorial, no que concerne às principais mudanças demográficas. Por isso, com base em Monte-Mór (2005), tratamos da “urbanização extensiva”, enfocando como o duplo processo de urbanização consolidou a formação de economias urbano-regionais, em uma integração espacial e econômica, envolvendo várias escalas, redefinindo as articulações entre os territórios.

Por fim, nesse capítulo, destacamos o par “centro e centralidade” e a importância desse par dialético para o desenvolvimento do comércio popular e dos dois camelódromos em análise.

No segundo capítulo começamos por apresentar as duas cidades médias pesquisadas, Presidente Prudente no oeste do Estado de São Paulo e Londrina no norte do Estado do Paraná, que pertencem à mesma rede urbana constituída a partir da expansão cafeeira (SPOSITO, 2004), destacando a importância delas na estruturação da rede. Entretanto, o objetivo desse capítulo é realizar um estudo comparativo entre os chamados “shopping popular”, cujo foco recai sobre a área que denominamos de comércio popular, que se organiza espacialmente na forma de camelódromo.

Esses espaços comerciais estão localizados no centro principal das duas cidades em análise, bem próximos aos terminais de transporte urbano e dos calçadões de seus centros, trazendo para o debate as principais características, semelhanças e diferenças que os identificam e outros que os distinguem.

Temos, de um lado, o camelódromo de Presidente Prudente localizado num espaço público, a Praça da Bandeira, e regulamentado pela Prefeitura, e do outro lado, o

camelódromo de Londrina, localizado num espaço privado, organizado pelos próprios comerciantes, que, a cada dois anos, escolhem um comerciante para ser o presidente e assumir as responsabilidades administrativas.

No terceiro capítulo, o objetivo é compreender as articulações entre os dois Circuitos da Economia Urbana (SANTOS, 2004), a partir dos camelódromos e das principais variáveis-chave da globalização: produção, tecnociência, circulação, informação, crédito e consumo (SANTOS 2006; SILVEIRA, 2009, 2015). Outro aspecto importante e que serviu de premissa para elaboração do pensamento foi compreender a realidade contemporânea através dos processos de urbanização, pois como afirmou Silveira (2016), explicar o urbano contemporâneo permite identificar as manifestações da realidade, e os circuitos da economia urbana como categoria analítica nos ajudam a compreender tal processo.

Por fim, o quarto e último capítulo, tem como objetivo compreender a lógica econômica dos comerciantes dos camelódromos em análise, suas estratégias comerciais para adquirir produtos e realizar vendas, estruturar seus estoques, calcular o tempo necessário para realizar novas aquisições etc. Para analisar tais dinâmicas, tomamos como referência os Circuitos Espaciais de Produção que formam um par dialético com os Círculos de Cooperação no Espaço (SANTOS, 1986; 1988). O esforço foi o de aproximar esses conceitos com os dois circuitos da economia urbana, propostas teórico-conceituais desenvolvidas por Milton Santos, que são tratadas numa perspectiva diferente, porém de maneira que se complementam e dialogam entre si.

CAPÍTULO 1: PENSANDO O FENÔMENO URBANO

1.1 Dissertando sobre as categorias analíticas: o espaço como totalidade

Vivemos num cenário urbano carregado de contradições, composto por conflitos e antagonismos que nos cercam e expõem uma relação capital-trabalho que se estabelece de modo cada vez mais desigual.

Este pequeno tópico é uma tentativa de reflexão sobre as categorias analíticas que permeiam por toda construção teórica do presente trabalho, com destaque fundamental para a categoria do espaço, e considerando a importância da periodização para compreensão do processo.

As cidades são os espaços onde ocorre de forma intensa a reprodução do capital e cabe a nós geógrafos desvendar as engrenagens da produção do espaço urbano que compõem a totalidade- categoria importante para operacionalizar a presente dissertação -, apreendida por meio de formas, processos, conteúdos, agentes, entre outros elementos, como caminho para elucidar a realidade e, principalmente, as modificações no espaço geográfico.

Apreendemos o tempo e espaço como uma realidade única e imprescindível na explicação do urbano contemporâneo, posto que o espaço social não pode ser explicado sem a variável tempo. A presença de formas com conteúdos funcionais aos interesses dos agentes capitalizados promove a instauração de diversos círculos espaciais de produção (SANTOS, 2006).

A cada período novas racionalidades são incorporadas, dotadas de novas formas e conteúdos, incorporadas em momentos distintos, revelando a coexistência entre diferentes temporalidades num mesmo espaço geográfico, interpretando o que Milton Santos (2006) chamou de acumulação desigual de tempos.

Em conformidade com o mesmo autor, o espaço é alterado de acordo com o movimento da sociedade, sendo um conjunto de formas representativas das relações sociais que nos remetem ao passado, moldando a esfera da realidade presente, assim, é um produto da organização e um reflexo dessa sociedade global. Por isso, compreender o espaço como uma instância social é fundamental. De fato, é da produção do espaço-tempo em movimento que se trata, conforme Milton Santos (2006) ensina em seu livro *A Natureza do Espaço*.

Partimos da premissa de Silveira (2017, p. 39) que caracteriza: “(...) o fenômeno urbano como um dos traços mais marcantes da civilização contemporânea”, para a busca da compreensão sobre as cidades contemporâneas e seus paradoxos, assim como a produção do

espaço urbano. Por isso, é grande a importância da reflexão sobre a periodização e o espaço geográfico como recurso de método fundamental da Geografia (SANTOS, 2006) e para melhor tentativa de compreensão do urbano contemporâneo.

O espaço é subordinado à totalidade e o próprio espaço é definido como “conjunto indissociável de sistemas de objetos e de ações” (SANTOS, 2006, p. 12). Nesse sentido, é necessário construir uma compreensão que possibilite identificar a totalidade dos processos, como eles se reproduzem na realidade, sempre mantendo a coerência lógica.

De acordo com Santos (2006), esse espaço é provido de porções do social, atribuindo um conteúdo à forma geográfica (relação formas-conteúdo) e a cada momento em que esse movimento social atribui um novo conteúdo, incorporando frações diferentes do social, um movimento de significação é permanente alterado, ganhando assim uma nova dimensão, novos atributos e novos processos, que, nas palavras de Santos (1988, p.2) “ganham inteira significação quando corporificados”. Então, para ele, um recurso de método fundamental é considerar o espaço como uma totalidade-

Dentro dessa totalidade, Santos (1988) destaca que toda localização em diferentes pontos do território participa do movimento do todo, pois são lugares carregados de relações sociais que combinados com movimento dialético da sociedade revelam as possibilidades e as significações de cada período, apreendidos “na e através da realidade geográfica” (p. 2). Deste modo, o autor escreve:

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. (SANTOS, 1988, p. 2).

Toda análise que busca compreender a realidade posta exige um esforço interpretativo de periodização, considerando todas as escalas geográficas, buscando compreender do geral para o particular, daí a complexidade de interpretação da produção do espaço, o que requer uma dedicação analítica (SANTOS, 1988).

Com base em Santos (1988; 2001; 2006), é relevante considerar nesse trabalho a importância dos diferentes momentos dos modos de produção e sua relação direta com a escala da cidade é afetada por um conjunto de fatores que condicionam o papel próprio do processo produtivo, no qual destacamos, além da produção, a circulação e o consumo. Tríade analítica que será de suma importância na continuidade textual e na interpretação de nossa pesquisa, principalmente, na articulação entre os circuitos da economia urbana e os circuitos espaciais da produção, de forma a ser discutida mais adiante.

Assim, o autor afirma que:

Cada lugar, ademais, tem, a cada momento, um papel próprio no processo produtivo. Este, como se sabe, é formado de produção propriamente dita, circulação, distribuição e consumo. (...) 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. (SANTOS, 1988, p. 3).

Para ele, os “elos do sistema produtivo” (1988, p. 3) são responsáveis pela atual organização do espaço com destaque para os processos produtivos automatizados, a concepção, controle, coordenação e previsão ligadas ao *marketing* e à propaganda, sobretudo das grandes empresas que dominam os territórios, ou melhor, a presença do Circuito Superior da Economia Urbana (SANTOS, 2004) como dominador das atividades econômicas.

Para atingir tal êxito, essas grandes empresas passaram a dominar os objetos técnicos-informacionais, participando de novos processos produtivos e reorganizando o espaço. Daí a importância de considerar o meio geográfico do atual período como meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2006).

Consideramos de suma importância algumas variáveis-chave que são determinantes e dominantes, moldando formas de trabalho e de vida urbana, transformando o que Silveira (2015, p. 173) chama de fenômeno urbano, afirmando que “[...] a partir de variáveis-chave que são determinantes, porque impregnam a forma de mandar, e dominantes, porque capazes de produzir grandes extensões, de abarcar as formas de trabalho e de vida e, em consequência, de transformar o fenômeno urbano”.

Acerca dessas premissas, o estudo do fenômeno urbano é importante para compreender a realidade em que vivemos, mostrando o que pode ter de paradoxal no que concerne a produção de cidades.

A partir de alguns elementos que serão discutidos, o fenômeno técnico, como uma das variáveis-chave da dinâmica global, assume caráter importante para a compreensão do urbano contemporâneo, pensando-se historicamente e no tempo presente. Outro aspecto importante, no que concerne à nossa temática de estudo e que será explorado no capítulo 4, a técnica presente na base produtiva da circulação das mercadorias eletrônicas.

Por isso, com a articulação dos temas propostos abaixo, esperamos contribuir para o debate do mundo contemporâneo, principalmente no que se refere ao fenômeno urbano e à produção do espaço urbano em cidades médias.

1.2 Compreendendo o fenômeno técnico como uma das variáveis-chave da dinâmica global

Santos (2006) utiliza como critério a técnica para uma periodização coerente e empiricizada, dividindo em sistemas temporais para explicar a atual urbanização. Silveira (2015) compartilhando do mesmo pensamento, afirma: “o critério aqui é a técnica, entendida como o conjunto de objetos técnicos e as respectivas autorizações, isto é, as possibilidades de produção, circulação e comunicação que os objetos permitem” (SILVEIRA, 2015, p. 171).

A cada momento e através de uma dada materialidade e das possibilidades oferecidas, as técnicas tornam o tempo empírico e, conseqüentemente, indissociável do espaço (SILVEIRA, 2015). Assim, consideramos o fenômeno técnico como uma das variáveis-chave da dinâmica global, nas palavras de Milton Santos (2006), no meio técnico-científico-informacional.

Segundo Silveira (2015), como consequência direta desse meio científico, periodizar e utilizar a técnica como critério é reconhecer uma divisão social e territorial do trabalho em cada época da história. Existe toda uma complexidade, visto que todo período é carregado de uma “filigrana socioespacial” (SILVEIRA, 2015) e, assim, coexistem uma divisão territorial do trabalho hegemônica, impondo ritmos e soberania às demais, e diversas divisões não hegemônicas, que acabam se tornando subordinadas e dependentes, não correspondendo à nova ordem espaço-temporal em função das técnicas e sua distribuição no território (SILVEIRA, 2015).

Assim, Silveira (2015, p. 171) argumenta que “cada espaço ou cada lugar pode ser definido pelo seu ‘tempo espacial’ (SANTOS, 1986, p. 210), que se refere à diferença de idade entre os elementos que o formam”, em outras palavras, para ela, as variáveis que constituem o espaço evoluem assincronamente, enquanto o lugar o faz sincronicamente.

Mais do que uma perspectiva de compreensão do fenômeno urbano, a técnica, como Silveira e Santos argumentam, é um meio pelo qual é possível analisar o espaço geográfico e, por sua vez, o fenômeno da urbanização.

Devido à difusão das técnicas geradas a cada momento histórico, somadas à circulação e à informação, identificamos um espaço composto por conjuntos de sistemas que ao mesmo tempo são intrínsecos e contraditórios, influenciados por ações das grandes corporações hegemônicas que Santos (2006) chamou de “sistemas técnicos”.

De acordo com Santos (2006), esses sistemas são constituídos no plural, pois a noção de sistema é indissociável da ideia de técnica, não sendo possível entender novas técnicas fora

do todo ao qual pertencem, pois jamais funcionam isoladamente. Deste modo, a cada consolidação de um período, esses conjuntos de aparatos técnicos são inovados e mantêm-se hegemônicos durante certo período, tornando-se a base material momentânea da vida e assim sucessivamente. Santos (2006) defende a ideia de que a técnica é irreversível, pois uma vez consolidada como uma inovação, a probabilidade de conviver sem ela é pequena.

A técnica assume um papel de inovação tecnológica na versão contemporânea, por conter em si a ciência e não resultar apenas da experiência. Ela é cooptada e aprimorada em todo instante pelos grandes agentes hegemônicos pensando na disseminação e na busca permanente por lucro e dominação, não estabelecendo limites para Estado, recursos ou direitos civis (SANTOS, 2006).

Portanto, os sistemas técnicos não são mais locais, pois “(...) no passado, os respectivos sistemas hegemônicos não dispunham de um alcance global, podendo estar ausentes em certos países ou em certas regiões. Hoje o subsistema técnico hegemônico tornou-se ubíquo” (SANTOS, (2006), p. 125), ou seja, universaliza-se.

É, dessa forma, que o mesmo autor entende como “universalismo técnico”, pois a área de atuação do sistema técnico é o globo inteiro, comandado pela difusão da informação e do consumo como um denominador comum a todas as partes do universo, revolucionando a economia e a política. Essa tendência Milton Santos (2006) chamou de unicidade técnica.

Para apreender essa unicidade é necessário considerar quatro pontos importantes: 1) a propagação das técnicas antes era uma tendência e hoje uma realidade onipresente; 2) essa realidade começa a fazer parte de todos os lugares ao mesmo momento, ainda que com diferentes intensidades e efeitos sobre as totalidades dos espaços; 3) essas ações técnicas são todas carregadas de conteúdo universal em substituição às técnicas locais; e por fim, 4) esses objetos técnicos existem numa situação de interdependência universal, pois “pode-se falar de unicidade técnica pelo fato de que os sistemas técnicos hegemônicos são cada vez mais integrados, formando conjuntos de instrumentos que operam de forma conexa” (SANTOS, 2006, p. 126).

Como ressaltado, uma característica da unicidade técnica é o papel que exerce como unificadora dos processos globais. Esses sistemas que se dissipam em todos os pontos do espaço, como uma força invasora, exercem um caráter sistêmico de mundo, oferecendo suporte na expansão generalizada e rápida desses processos (SANTOS, 2006). Ademais, esses processos econômicos acabam por se dividir em diversos pontos do globo, justamente devido ao caráter sistêmico assumido que tem um papel de complementaridade e coordenação desses processos, alterando várias escalas de ação, pois essas bases inovadoras de produção são

instaladas em diversos pontos, enquanto o comando e o controle técnico estão em outro ponto diferente, tornando-se mais concentrado e centralizado(SANTOS, 2006).

A existência da técnica agora ganha uma nova percepção, devida à propagação de um novo ritmo de temporal através de uma variável muito importante: a informação. Sem essa variável não haveria um sistema técnico totalmente integrado, os sistemas produtivos seriam defasados, o sistema financeiro não iria funcionar, deste modo, seria impossível o processo de globalização se materializar no espaço geográfico (SANTOS, 2006).

Santos (2006) mostra que estamos presenciando os processos de uma “convergência dos momentos”, em que sua unicidade é construída, via técnicas de comunicação instantânea, na qual a “informação ganhou a possibilidade de fluir instantaneamente, comunicando a todos os lugares, sem nenhuma defasagem, o acontecer de cada qual” (SANTOS, 2006, p. 130).

As técnicas da velocidade e da medida do tempo constituem uma unicidade do tempo (SANTOS, 2006), sendo que o uso dessas variáveis de tempo e do espaço multiplica os processos e o poder das grandes empresas hegemônicas que são capazes de utilizar essas atividades. É dessa maneira que as empresas financeiras controlam o mundo global, dominando os sistemas técnicos combinados à informação instantânea em todos os lugares, pois o capital agora em questão de segundos alcança diversos pontos do globo, sendo o setor financeiro o que mais se beneficiou da instantaneidade da informação:

A instantaneidade da informação globalizada aproxima os lugares, torna possível uma tomada de conhecimento imediata de acontecimentos simultâneos e cria entre lugares e acontecimentos uma relação unitária à escala do mundo. (SANTOS, 2006, p. 133).

Santos (2006) afirma que essas empresas que utilizam a informação como meio de difusão, não atingem todos os pontos do globo sem uma lógica. Isso ocorre de maneira seletiva, buscando lugares estratégicos onde suas dinâmicas possam ser mais eficazes, pois o objetivo é sempre buscar o lucro, tornando esses processos simultâneos. Assim, Milton Santos (2006, p. 133) conclui:

O conhecimento empírico da simultaneidade dos eventos e o entendimento de sua significação interdependente - base para a empiricização da universalidade - são um fator determinante da realização histórica. Os atores hegemônicos da vida econômica, social e política podem escolher os melhores lugares para sua atuação e, em consequência, a localização dos demais atores é condenada a ser residual.

Por fim, no que tange paralelamente à unicidade técnica e a dos momentos, é necessário considerar a existência de uma “unicidade do motor” da vida econômica e social

universal, no sentido de uma mais-valia em escala mundial, comandada pelos grandes setores hegemônicos e atores de vida internacional (SANTOS, 2006).

Dada a convergência dos momentos, somada à dinâmica da unidade das técnicas, todos os processos são mundializados com o intuito de alcançar espacialmente outros níveis de dominação, segundo Santos (2006). Agora, a tecnificação da produção, a informação, o capital, o crédito e o consumo formam um conjunto especializado no mundo inteiro, sustentando o que Santos (2006) chama de globalização, acentuada numa guerra sem quartel entre os agentes hegemônicos, pois a competitividade se torna acentuada:

Tudo o que serve à produção globalizada também serve à competitividade entre as empresas: processos técnicos, informacionais e organizativos, normas e desregulações, lugares. Tudo o que contribui para construir o processo de globalização, como ele atualmente se dá, também contribui para que a relação entre as empresas - e, por extensão, os países, as sociedades, os homens - esteja fundado numa guerra sem quartel. (SANTOS, 2006, p. 140).

É nesse sentido que as três unicidades (unicidade da técnica; convergência dos momentos e unicidade motor), propostas por Milton Santos (2006), são as bases das transformações processuais que acontecem na contemporaneidade do espaço geográfico e o sustento do que o autor considera como fenômeno da globalização. Ao modo que todo funcionamento do mundo é devido à compreensão do fenômeno técnico e suas manifestações no processo da produção de uma “inteligência planetária” (SANTOS, 2006, p. 123).

Devido à propagação dos meios técnicos, cada vez mais onipresentes e dominantes na sociedade contemporânea, composta por um sistema de objetos e de ações de grandes agentes globalizados, esses coexistem com técnicas e ações cotidianas de sobrevivência. Eis o “acontecer solidário dos lugares” (SANTOS, 2006), com ênfase na ideia de que “a interdependência do devir não resulta apenas dos sistemas de ações globalizados e hegemônicos, mas também da vida em comum na contiguidade que se desenvolve sobre os novos materiais da história” (SILVEIRA, 2015, p. 173).

Acompanhada das técnicas, a noção proposta por Santos (2006) do “acontecer solidário” é importante para explicar a realização das tarefas comuns na sociedade. A cada período da história novas técnicas são incorporadas, transformando a vida cotidiana das pessoas e consequentemente alterando os processos de urbanização. O mesmo autor explica que essas atividades que convergem e divergem no espaço não se fazem sem os objetos e as ações, por isso a importância de compreensão da materialidade dos diversos agentes, suas formas de organização e que compõem o espaço geográfico, identificando sempre a cada momento da história os sistemas técnicos. Para esse mesmo autor, considerar o fenômeno

técnico como uma das variáveis da dinâmica global, alterando dinâmicas, é dar complexidade à vida social.

Esse sistema globalizado hegemônico que perpassa todas as escalas espaciais está também diretamente correlacionado e interligado com a vida cotidiana, tanto quanto se desenvolve ao longo da história. Por isso é importante atentar para esse fato, pois “periodizar significa dividir o tempo em pedaços para mostrar o valor do que é novo em cada momento da história” (SILVEIRA, 2015, p. 171), compreendendo o passado e o presente para podermos enxergar a realidade e formular as definições e articulações com nosso atual modo de sociedade, pautada nos modos de produção e consumo. Silveira (2015, p. 173) afirma que:

É a consciência desse tempo universal que dita as tarefas comuns, tanto no âmbito da produção como na esfera do consumo. Ainda que esse acontecer solidário não signifique supressão de temporalidades ou imposição de um projeto comum, ele é uma nova condição de existência que tem rebatimentos sobre a forma e o ritmo dos processos de urbanização, das redes urbanas e das relações entre cidade e campo.

Santos (2006) caracteriza o conceito de “acontecer solidário”, analiticamente, em três manifestações de existência: homólogo, complementar e hierárquico.

O acontecer homólogo é a base da construção de áreas modernas, que produzem em seus contornos tipos de especialização produtiva, como, por exemplo, distritos industriais. Por se tratar de objetos modernos, a informação e as técnicas são indispensáveis, ou como descreve SILVEIRA (2015, p. 174) “[...] é uma condição *sine qua non* desse processo” com respectivos controles e ordens dos agentes que estruturam e moldam a atual divisão territorial do trabalho hegemônica dos lugares.

No que concerne ao acontecer complementar, haveria, para Milton Santos, uma relação intrínseca e funcional entre cidade e campo, orientada também pela informação como um determinante nessas relações espaciais. Relações interurbanas ganham força, orientadas pelas bases de produção e circulação, alterando as dinâmicas espaciais próximas. As cidades médias são um exemplo desse acontecer, pois:

Esse feixe de eventos, definido como acontecer complementar, contribui para explicar a modernização da cidade média, isto é, o transporte, as finanças, os serviços técnicos, em definitivo, o trabalho ligado às variáveis-chave do período, que passam a estruturar a vida econômica dessas aglomerações. (SILVEIRA, 2015, p. 176).

Com toda essa dinâmica, é nítido o crescimento econômico dessas cidades, a complexidade que caracteriza as redes urbanas às quais elas pertencem, as multiplicações dos

fluxos criando novos moldes e ampliando o consumo, obtendo-se novos modos de produção e novas técnicas corporificadas (SILVEIRA, 2015).

Por fim, o acontecer hierárquico é promovido e realizado pelos agentes hegemônicos. A informação também é algo *sine qua non*, porém, com uma diferença em relação aos outros acontecimentos: a informação é vinda de agentes de um lugar, normalmente localizados nas metrópoles, e realizam suas tarefas em outros (SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2015). Interesses externos mudam as dinâmicas locais/regionais, as empresas multinacionais invadem os mercados, racionalizando-se de atividades, provocando especializações e organizando o território de acordo com seus critérios e normas (SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2015).

Nesse plano, essas decisões de dominação em larga escala espacial, acabam por implantar divisões territoriais do trabalho particulares e dotadas de novas técnicas. Por um lado, nas redes urbanas e nas cidades que apresentam um tecido mais complexo, uma nova divisão do trabalho é menos impactante nas suas dinâmicas (SILVEIRA, 2015). De outro lado, em cidades menores e menos complexas, essa nova divisão altera seus papéis, com um impacto maior e modificando seus processos e dinâmicas (SILVEIRA, 2015).

Mais que uma perspectiva de compreensão do fenômeno urbano, a técnica, como Silveira e Santos defendem, é um meio pelo qual é possível analisar o espaço geográfico. Assim, outra forma de analisar o fenômeno urbano contemporâneo é compreender os principais traços ao longo das mudanças demográficas. Por isso, com base em Monte-Mór (2005), discutiremos a “urbanização extensiva” e como o duplo processo de urbanização consolidou a formação de economias urbano-regionais, em uma integração espacial e econômica, envolvendo várias escalas, redefinindo as articulações dos territórios.

1.3 Urbanização extensiva e mudanças demográficas

Quais componentes podem caracterizar a urbanização extensiva, como um elemento para a compreensão do fenômeno urbano? No Brasil, o grau de urbanização chegou a superar os 80% em 2000, graças à elevada média da taxa de concentração populacional nos estados mais populosos e, sobretudo pelo caráter extensivo dessa urbanização em cidades médias/pequenas e nas regiões de fronteira.

Monte-Mór (2005) propõe o conceito de urbanização extensiva para descrever o processo de extensão das condições gerais² que a produção urbano-regional modificou na produção do espaço urbano brasileiro, sobretudo ao final da década de 1970.

As condições gerais da produção foram estendidas além dos limites das cidades, integrando parte dos espaços regionais aos novos padrões de consumo exigidos pela indústria fordista, implicando sobre a regulação da força de trabalho (e os benefícios sociais associados); redes de transporte, comunicações e energia elétrica; infraestrutura e serviços de apoio à produção; e o conjunto de serviços urbanos, sanitários e sociais, com o objetivo principal de viabilizar o novo consumo e estender um Estado do Bem Estar, incipiente e seletivo, aos espaços integrados ao tecido urbano-industrial. (MONTE-MÓR, 2005, p. 435).

As relações socioespaciais se alteraram, uma nova vida contemporânea é redirecionada pelos novos moldes de produção e do consumo. As formas técnicas de reprodução e as condições urbanas se processaram para além dos limites das grandes cidades, incorporando vários outros espaços, inclusive territórios não metropolitanos, áreas rurais e favorecendo a criação de novos centros urbano-regionais. Deste modo, a urbanização extensiva é a incorporação do espaço (rural e urbano) pela lógica urbana (produção), que se estendeu através das rodovias, sistemas de comunicação, dotado de uma lógica e técnica, os novos moldes urbanos da vida urbano-industrial (MONTE-MOR, 2005).

A urbanização brasileira obteve por décadas (1940 a 1980) altas taxas de crescimento. A taxa anual média de crescimento urbano era de 5,2% nos anos 1960, na década de 1990, reduziu-se para 2,4% (quadro 1). Porém, novos padrões de urbanização são importantes na organização do espaço, gerando novas regiões, localidades, novas lógicas territoriais, articulações interescares cada vez mais intensas das economias urbano-regionais, ou seja, “no mundo contemporâneo, a integração espacial e econômica multiescares de economias urbano-regionais domina o cenário mundial e macrorregional e redefine articulações dos territórios nacionais em escalas que variam de regiões continentais a espaços locais” (Monte-Mór, 2005, p.429).

² O conceito de condições gerais da produção é usado por Marx (1982) para se referir as demandas de meios de comunicação e transporte e de infraestrutura exigidas pelo capital no processo de cooperação para reduzir custos e aumentar a produtividade, ou seja, permite o controle dos processos de produção e reduz o tempo de rotação do capital.

QUADRO 1 - PORCENTAGEM DA TAXA DE URBANIZAÇÃO EM RELAÇÃO À POPULAÇÃO TOTAL. 1940 A 2020.

Período	Taxa de urbanização (%)
1940	31,24
1960	44,67
1980	67,59
2000	81,23
2010	84,36
2020*	90,00

Fonte: IBGE, 2018.

*Estimativa de percentual da taxa de urbanização, segundo a ONU-Habitat.

Monte-Mór (2005) identifica um duplo padrão de urbanização no Brasil, sintetizando são caracterizados pela concentração populacional em áreas grandes e médias áreas urbanas e pela extensão da urbanização sobre outros espaços regionais. Portanto, temos, de um lado, “um adensamento regional e uma concentração populacional em grandes e médias áreas urbanas, principalmente em regiões metropolitanas e na região mais industrializada” (p.436). Conforme a concentração populacional em áreas urbanas aglomeradas declina, como decorrência da desconcentração urbano-industrial, observa-se que há aumento das taxas de crescimento em cidades médias, por exemplo.

Do outro lado, o tecido urbano que se expandiu para além das cidades aglomeradas, médias e pequenas, a extensão da urbanização sobre os espaços regionais foi promovida através das “redes de transportes, comunicação e serviços, integra as múltiplas e distintas espacialidades e (re)qualifica as relações urbano-rurais, mudando a natureza da urbanização brasileira” (p. 437). Deste modo, destacamos os papéis e funções que as cidades foram ganhando ao logo da extensão da urbanização, gerando e integrando novas áreas centrais e novas periferias, estendem-se também as formas de produção capitalistas e os novos moldes de consumo, por toda rede urbana. Portanto:

Não se trata mais apenas da urbanização em cidades e vilas. O tecido urbano estendeu-se para além das cidades, gerando e integrando diversas centralidades e periferias urbano-rurais, estendendo também as relações de produção capitalista e as condições de produção urbano-industriais por, virtualmente, todo o espaço nacional. A partir dessa nova urbanização, ao mesmo tempo concentrada e extensiva, articulam-se ações políticas locais e distantes, em processos de competição e cooperação cada vez mais complexos e plurais, tanto internamente quanto entre os centros urbanos e regiões urbanizadas. (MONTE-MÓR, 2005, p. 437).

Dessa forma, novas dinâmicas e padrões são identificados na urbanização brasileira. Em primeiro lugar, houve expansão das aglomerações urbanas conurbadas, ou seja, as periferias das áreas metropolitanas se ampliaram, mesmo com a redução da taxa de crescimento populacional nas metrópoles brasileiras. De qualquer forma, essa ampliação e integração funcional da concentração de pessoas nas metrópoles quanto nas áreas periféricas. Segundo o IPEA (2000), as regiões Nordeste, Sudeste e Sul concentram 44 das 49 (90%) das aglomerações metropolitanas e não metropolitanas do país.

Em segundo lugar, a urbanização concentrada em novos centros urbanos e regiões no país se multiplicaram. Os centros antes mais voltados para a vida regional, passaram a ampliar-se populacionalmente, promovendo papéis importantes que as cidades médias ganharam nos últimos anos, por exemplo.

Em terceiro lugar, junto com os novos papéis dos centros urbanos médios, os pequenos se articulam com estes em novos arranjos socioespaciais, organizando-se espacialmente, economicamente, buscando inovações para atrair investimentos (econômicos, saúde, educação) e, conseqüentemente, melhorando a oferta para a gestão no que concerne à escala municipal e/ou microrregional. Corrêa (2006) ressalta a importância dos pequenos centros na constituição da rede urbana numa complexa divisão territorial do trabalho, fazendo uma análise da globalização e de seus impactos, com a implantação de novas técnicas, mostrando a diferenças entre regiões e os centros urbanos e de suas articulações.

Finalmente, ressaltamos a importância do processo de *urbanização extensiva*:

[...] através do qual o tecido urbano vem avançando sobre o espaço rural e regional redefinindo-o, subordinando-o e integrando-o ao sistema urbano-industrial gerado nas aglomerações metropolitanas e nos centros urbanos principais. A urbanização *extensiva* é, assim, a materialização sociotemporal dos processos integrados de produção e reprodução, resultantes do confronto industrial com o urbano, acrescida das dimensões sociopolítica e cultural intrínsecas à polis. (MONTE-MÓR, 2005, p. 438 – grifos do autor)

A redefinição das centralidades que essas cidades exercem na rede urbana e no processo de urbanização contemporâneo, torna-se ponto chave para entender o fenômeno urbano atual e os papéis das cidades médias na complexificação da rede urbana.

1.4 Centro e centralidades nas cidades contemporâneas e comércio popular

Compreender a urbanização brasileira requer entendimento do seu sistema urbano (SPOSITO, 2013), sistema esse complexo, com diferenças e rebatimentos nas configurações espaciais das cidades. Como explicou Monte-Mór (2005), o duplo processo de urbanização

que, de um lado, concentrou populações em áreas aglomeradas, sobretudo as metropolitanas e as grandes, assim como, de outro lado, levou ao crescimento de centros isolados, principalmente cidades médias, conformando redes urbanas regionais.

A complexidade dos papéis urbanos que as cidades exercem na configuração da rede urbana é um fator importante para a leitura da produção do espaço urbano e da urbanização contemporânea. Existe uma diferenciação funcional entre os centros urbanos, pois cada um tem suas lógicas, fluxos, tamanhos demográficos e formas hierárquicas na rede (SPOSITO, 2013).

As cidades e as redes urbanas passam a ser vistas de outra maneira. Diretamente ligada a essa combinação de articulações de escala, os fluxos e os modos de organização da rede se estruturam não mais apenas hierarquicamente (SPOSITO, 2013).

Sposito (2013, p.46) aponta de modo sintético, três modos de compreensão das dinâmicas: a posição hierárquica das cidades no sistema urbano; sua situação geográfica no território nacional e sua submissão a processos de aglomeração urbana ou não; a espessura das camadas de tempo que compõem sua história, para adotar uma metáfora, a fim de compreender as relações intrínsecas entre a constituição da centralidade, as espacialidades e as temporalidades múltiplas (SPOSITO, 2013).

Deste modo, em toda essa dinâmica concernente aos novos moldes de urbanização, junto com a ideia explorada por Monte-Mór (2005), os centros das cidades consideradas mais importantes ganham destaque na constituição das centralidades em múltiplas escalas.

Contudo, a cidade deve ser compreendida como uma totalidade em constante transformação, pois ela é um lugar de ebulição permanente e as mudanças que ocorrem em determinadas áreas, na escala local, podem afetar e acarretar alterações em outros setores do espaço urbano (SPOSITO, 2006).

Com a intensificação do processo de urbanização, Sposito (1991, p. 7) considera que a “cidade é ao mesmo tempo o lugar de produção e consumo”, afirmando que

Quanto mais se acentua a divisão social do trabalho, mais o capital se concentra o que quer dizer especialização dos lugares, mas também um lugar de concentração que é o centro, uma área no interior da cidade, onde a circulação e as trocas das mercadorias e do dinheiro vão se realizar rapidamente, um lugar de estímulo ao próprio consumo de bens e serviços. (SPOSITO, 1991, p. 7).

As metrópoles têm enormes influências sobre grandes parcelas do território, sobretudo quando tratamos do leste do país, em que o adensamento de urbanização é maior, existe uma rede urbana consolidada e fluxos mais intensos. No oeste do país, principalmente no que tange a Amazônia e ao Centro-Oeste, cidades consideradas capitais regionais e centros

sub-regionais é que exercem o papel de influência no espaço. Deste modo, Sposito (2013, p. 48) afirma:

O duplo processo de urbanização tem forte influência sobre os centros das cidades, seja o centro histórico e/ou principal, sejam os subcentros, centro especializados, shopping centers, eixos comerciais e de serviços etc. Várias são as dinâmicas que estabelecem relações entre o padrão geral da urbanização e a constituição da centralidade em múltiplas escalas.

Não existe cidade sem “centro”. O centro é antes de tudo condição e expressão da constituição do espaço urbano. Através dele, as cidades vão se constituindo, criando formas, identidades e o processo de produção e de estruturação das cidades tem que passar pelo entendimento do papel do centro (SPOSITO, 1991). A mesma autora afirma,

No interior da cidade, o centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo ponto de convergência/divergência, e o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, em contrapartida, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispensor ao mesmo tempo. (SPOSITO, 1991, p. 6).

O centro ocupa papel fundamental neste processo, visto que se constitui como o nó principal da estrutura urbana, o que se torna ainda mais relevantes se consideramos que “não existe realidade urbana sem um centro, comercial, simbólico, de informações de decisão, etc.”. (Lefebvre, 1972, p. 206, citado por Villaça, 1998).

Na perspectiva do processo de urbanização, o centro sempre foi um espaço estratégico, principalmente para o comércio, para onde os moradores de extensas áreas se deslocavam com o propósito de efetuar trocas. Além disso, esta área da cidade sempre teve papel político de grande peso.

Corrêa (2003, p. 38) destaca o papel da área central:

A área central constitui-se no foco principal não apenas da cidade, mas também de sua hinterlândia. Nela concentram-se as principais atividades comerciais, de serviços, da gestão pública e privada, e os terminais de transportes inter-regionais e intra-urbanos. Ela se destaca na paisagem da cidade pela sua verticalização.

Por essa razão, destacamos essa breve discussão sobre a importância do centro das cidades, pois o foco de nosso trabalho é o comércio popular instalados nos chamados camelódromos localizado no centro principal das duas cidades em análise, bem próximos aos terminais de transporte urbano e lugares de grande circulação de fluxos.

Outro aspecto que será de suma importância é que o centro das cidades é um lugar de coexistência entre os dois circuitos da economia urbana - categoria analítica que estrutura a pesquisa -, por abrigar diferentes tipos de comércio, empresas e tamanhos e uso das variáveis-chave da globalização por diversos agentes econômicos, que exploraremos no capítulo 3.

De fato, não queremos explorar uma bibliografia extensa sobre o par “centro e centralidades”, e sim, ressaltar nesse tópico a importância do centro perante a prática do comércio, sobretudo o popular, porque antes da construção dos camelódromos na década de 1990, os ambulantes e camelôs procuravam se instalar nas principais ruas, avenidas e praças das áreas centrais dessas cidades.

O centro é o elemento definidor e estruturador de qualquer cidade. Ele se caracteriza por uma concentração localizável e localizada na cidade que pode promover uma hierarquia (WHITACKER, 2003). Sob essa perspectiva, o centro está relacionado intrinsecamente com o uso do solo urbano e com as formas comerciais localizadas neste território, isto é, “o centro se revela, pelo que se localiza no território” (SPOSITO, 2001, p. 238).

Assim, Whitacker (2003) p. 27 afirma:

Não existe cidade sem centralidade por isso, se compreende que a única categoria que pode ser utilizada para definir a cidade em todos os tempos é o centro. Mas deve-se procurar compreender o conteúdo da centralidade nos diferentes momentos históricos e recortes empreendidos para sua apreensão, na perspectiva de se entender como ela se realiza no âmbito de diferentes formações sociais.

Portanto, o centro organiza os deslocamentos e é ponto de articulação entre seus usos e os demais espaços da cidade, os fluxos e os movimentos das pessoas convergem para ele. Por isso, um estudo sobre os camelódromos localizados nas áreas centrais de Presidente Prudente e de Londrina, oferece elementos para se pensar de que modo o centro continua ou não a exercer papel importante como nó de articulação da estruturação do espaço urbano e para quais segmentos de renda ele permanece sendo a principal área da cidade, sobretudo voltado para o comércio popular, cuja maioria das mercadorias é de procedência chinesa.

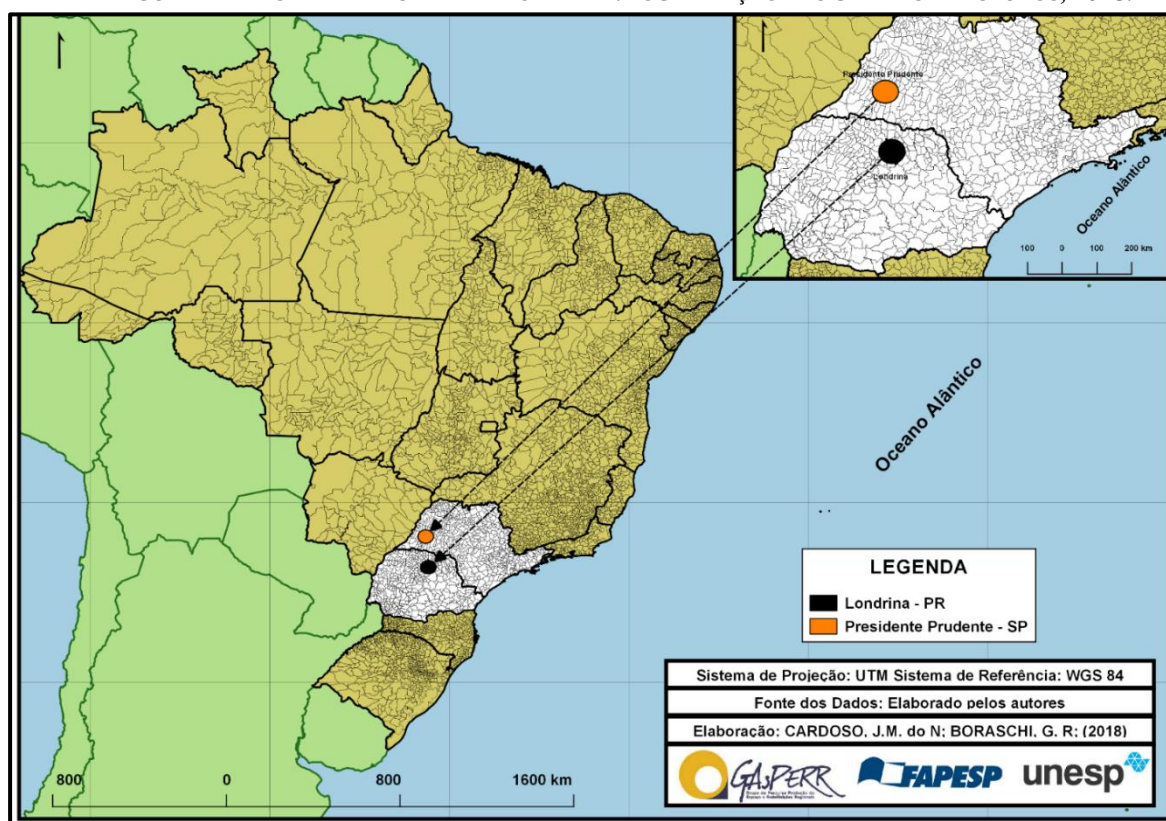
CAPÍTULO 2: ENTRANDO NAS CIDADES MÉDIAS EM ANÁLISE E EM SEUS CAMELÓDROMOS

O objetivo desse capítulo é realizar um estudo comparativo entre dois espaços comerciais, cujo foco recai sobre a área de comércio popular, os chamados “shopping populares”, que se organizam espacialmente na forma de camelódromo e que têm localização no centro principal das cidades em análise, tentando reconhecer os principais aspectos que os identificam e outros que os distinguem.

A base empírica para o desenvolvimento da pesquisa são as cidades de Presidente Prudente (SP), situada no oeste do Estado de São Paulo, e Londrina (PR), no norte do Estado do Paraná.

Iniciamos, por uma apresentação das cidades, por meio de sua situação geográfica representada na figura 1 e de sua evolução demográfica urbana, exposta no quadro 2.

FIGURA 1 - PRESIDENTE PRUDENTE E LONDRINA. LOCALIZAÇÃO DAS CIDADES DE ESTUDOS, 2018.



QUADRO 2 - PRESIDENTE PRUDENTE E LONDRINA. EVOLUÇÃO DEMOGRÁFICA URBANA, 1980 E 2018.

População urbana em: Anos de realização do censo	PRESIDENTE PRUDENTE	LONDRINA
1980	129.903	267.102
1991	160.227	376.676
2000	185.229	433.369
2010	203.375	493.457
2018*	225.271	563.943

Fonte: IBGE, 2018. *estimativa segundo o IBGE

Os dados que vemos no quadro 1 mostram a evolução demográfica de Londrina e de Presidente Prudente.

Além de comparar as duas cidades que pertencem à rede urbana, constituída a partir da expansão cafeeira e da formação socioespacial que derivou desta economia (SPOSITO, 2004), vamos estudar suas dinâmicas, suas áreas centrais e as lógicas econômicas dos comerciantes dos respectivos camelódromos, de modo a analisar qual a importância desse espaço comercial para essas duas cidades.

Para compreensão da urbanização atual, é importante destacar a importância das cidades médias na estruturação da rede urbana e nosso esforço é averiguar as funções que as duas exercem, seus papéis, dinâmicas nas transformações desses espaços.

Por isso, são necessários recursos metodológicos que auxiliem essa análise, e não somente considerar Londrina sendo mais importante que Presidente Prudente por possuir praticamente o dobro de sua população. Catelan (2013, p. 18) destaca que o

[...] enfoque teórico-metodológico a partir do qual vemos, não somente o arranjo da rede urbana, mas, sobretudo, como se dão as interações espaciais entre os agentes e as empresas que participam do processo de constituição das redes urbanas em múltiplas escalas. O esforço das pesquisas recentes que se dedicam a pensar as funções e os papéis das cidades médias não é o de classificá-las em ordem de tamanho, mas sim, oferecer recursos metodológicos que poderão, ao longo do movimento da sociedade e das transformações no espaço, pensá-las por meio de tais processos.

Como veremos ao longo do trabalho, as escalas geográficas e as interações espaciais são recursos teórico-metodológicos que têm uma importância significativa para os debates sobre as funções das cidades nas redes e, sobretudo, para a teoria dos dois circuitos, discutidos com mais profundidade no capítulo 3, sendo fundamentos da pesquisa importantes para

compreensão da produção do espaço urbano nas cidades contemporânea, a partir do comércio popular.

O espaço desempenha papel decisivo na estruturação de um sistema, entre eles o sistema urbano, compreendido por um conjunto de redes e cidades. Sposito (2013) destacou que entre reestruturação urbana (SOJA, 1993) e reestruturação das cidades (SPOSITO, 2007) há uma articulação dialética, potencializada pela mundialização da vida econômica e tornando possível novas configurações das práticas sociais, condicionando a importância dos fluxos, inclusive nos novos moldes de consumo.

No movimento dialético segundo o qual todos os espaços se articulam é nítida a importância das interações multiescalares. Sposito (2006) ensina que nada pode ser explicado apenas numa dada escala, é preciso para a compreensão pensar na articulação entre as escalas geográficas e interescalares:

[...] há o desafio de se avançar na abordagem de processos, dinâmicas e fenômenos de caráter geográfico, a partir da consideração do tempo e do espaço, de suas múltiplas articulações e da apreensão das escalas geográficas, que se configuram por meio dessas articulações. (SPOSITO, 2006, p. 144).

Com a articulação dos sistemas técnicos, científicos e informacionais que acabam refletindo na política, na vida social e na dinâmica dos lugares, observa-se que, hoje, o processo de produção do espaço, sobretudo no que concerne às cidades, está orientado, entre outras dinâmicas, pela exacerbação do consumo na sociedade.

Para se compreender as cidades médias, no atual período, é preciso analisar suas dinâmicas, processos econômicos e suas dimensões espaciais. Isso é importante tanto para distingui-las de cidades maiores e mais complexas, como para avaliar as diferenças entre elas (SPOSITO, 2007).

Nas cidades médias, os camelódromos geralmente são localizados no centro principal da cidade e bem próximos aos terminais de transporte urbano. Em Presidente Prudente e Londrina, antes das construções desses espaços comerciais, a disputa pelo direito ao espaço era acirrada, tendo em vista a presença de ambulantes e camelôs que circulavam pelas principais avenidas e ruas das áreas centrais das duas cidades, e se apropriavam das áreas públicas e instalavam suas bancas ou barracas para que esses locais fossem espaços de uso e da troca de mercadorias, como uma possibilidade de luta pela sobrevivência.

Assim, afirma MONTESSORO (2006, p. 72):

As ruas e calçadas passam a ser configuradas como parte da lógica da mercadoria que envolve o centro, pois cada ponto é disputado de forma que os produtos possam

circular, misturando os usos que vão desde a necessidade de deslocamento dos pedestres à satisfação do consumo.

A presença desse tipo de comércio ambulante informal convivendo com o comércio formal gerava conflitos e, assim, o governo municipal criou iniciativas públicas para deslocar esses trabalhadores ambulantes e rearranjá-los em um local fixo, surgindo daí a implantação dos respectivos camelódromos.

A implantação dos camelódromos tinha como objetivo para acabar com o comércio de rua e legalizá-los em espaço controlado. Assim, os espaços chamados de boxes são comprados ou mesmo alugados e, por vezes, cedidos pela Prefeitura Municipal.

Por fim, é de extrema importância identificar as principais características entre os camelódromos analisados nessa pesquisa. Nas próximas seções, descreveremos cada camelódromo, sua localização, formas de organização, relevâncias políticas, entre outros aspectos importantes, enfim buscaremos mostrar semelhanças e diferenças entre os dois espaços comerciais, no intuito de fazermos um estudo comparativo.

2.1 Camelódromo de Presidente Prudente

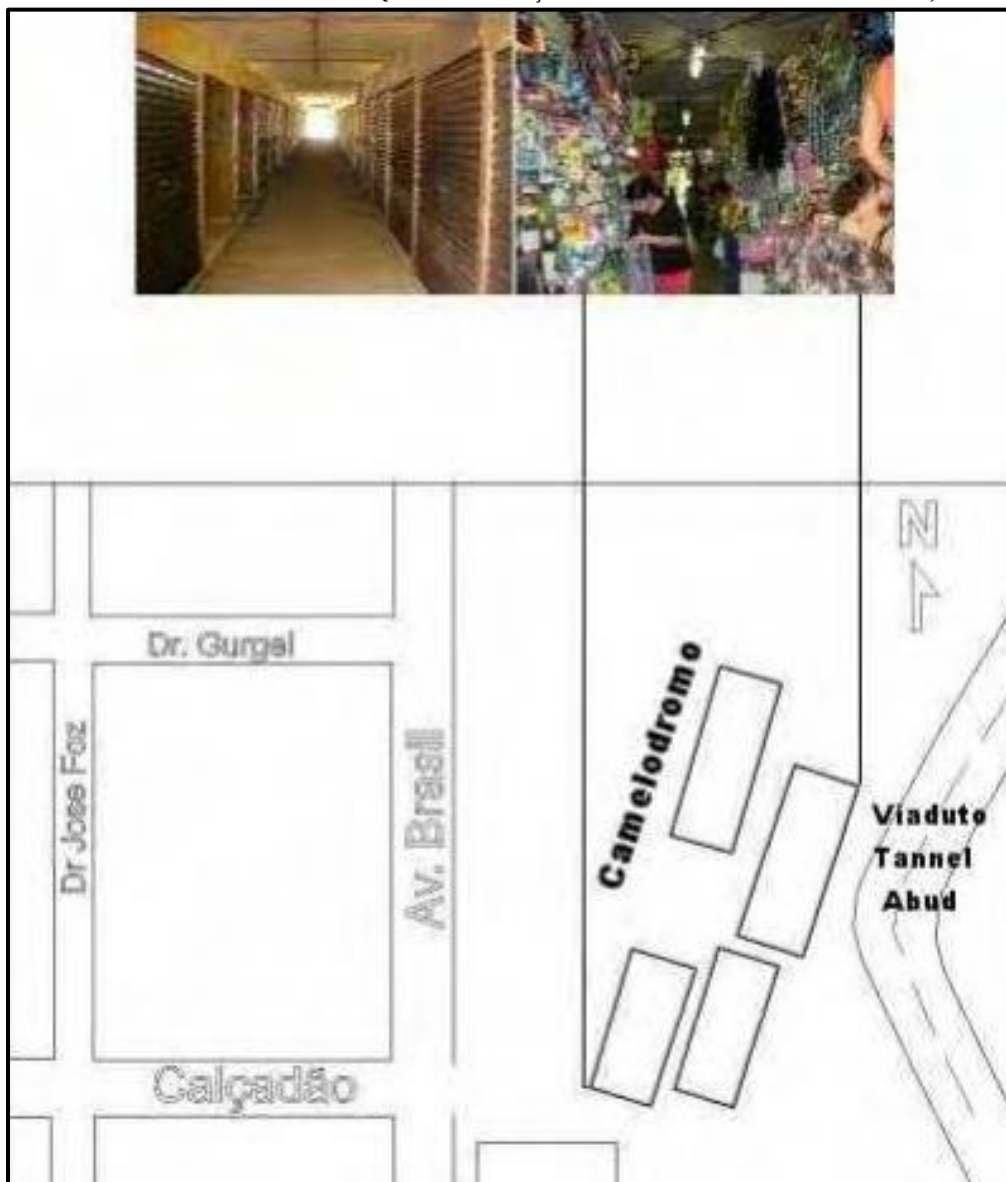
Em Presidente Prudente, os primeiros camelôs começaram a atuar em meados do ano de 1993. Devido à alta taxa de desemprego da época³, o fenômeno foi tomando proporções maiores e o aumento da presença de ambulantes e camelôs no centro da cidade passou a se expandir de forma constante, conforme explicam RODRIGUES; THOMAZ JÚNIOR (2005, p. 47):

Nossas investigações demonstraram que, em maio de 1993, surgiram os primeiros camelôs na cidade de Presidente Prudente, fato que já incomodava o (SINCOVAPP), Sindicato do Comércio Varejista. Nessa época, a cidade de Presidente Prudente estava passando por um momento de desaquecimento da economia. Esse fato, articulado com outros elementos relacionados à conjuntura nacional - se tomarmos como base os primeiros meses do ano de 1993 - fez com que toda essa complexidade ficasse ainda difícil de ser percebida pelos agentes envolvidos no fenômeno, em escala local, assim, como o surgimento dos primeiros camelôs, o que justifica até certo ponto as soluções simplistas como criação e ampliação de camelódromos.

³ O início dos anos 1980 ficou caracterizado por um período de recessão econômica, em que a política de ajustamento estrutural, foi implementada pelo governo no âmbito da crise da dívida externa, na chamada “década perdida”. Nesse período, o mercado de trabalho é explicado através da elevação das taxas de desemprego, mas também com a expansão do assalariamento sem registro e do trabalho por conta própria, inclusive ao surgimento dos ambulantes e camelôs. (CACCIAMALI, 2000). Os anos 1990 iniciaram-se com a reestruturação na taxa de crescimento do produto induzida pelo plano Collor, com os objetivos de estabilizar os preços e iniciar um conjunto de mudanças estruturais, visando tornar a economia mais competitiva, através da diminuição das tarifas alfandegárias.

Diante disso, esse aumento significativo de ambulantes na área central fez com que a Prefeitura Municipal tomasse medidas ativas, sob pressão dos comerciantes estabelecidos no centro principal da cidade. Por esta razão, ocorreu a instalação do Camelódromo em 1995, na Praça da Bandeira, como localização provisória, mas que se mantém até os dias atuais. Na figura 2, temos o croqui da disposição geográfica desse espaço comercial em 1995.

FIGURA 2 - PRESIDENTE PRUDENTE. CROQUI DE DISPOSIÇÃO GEOGRÁFICA DO CAMELÓDROMO, 1995 E 2007



Fonte:Extraído de Rodrigues (2008).

Na Figura 3, há uma foto que caracteriza o que era um dos pontos de entrada para esse ambiente.

FIGURA 3 - PRESIDENTE PRUDENTE. ANTIGA ENTRADA PRINCIPAL DO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2018.

No croqui organizado e extraído de Rodrigues (2008, p. 37), duas imagens são anexadas. A primeira, ao lado esquerdo, mostra como o camelódromo se encontrava logo após a sua construção, com os boxes no puro concreto e sem mercadorias expostas às vendas, não havendo iluminação, pinturas, pisos, ou seja, sem condições adequadas para realizar o comércio. A foto da direita do ano de 2007 mostra o mesmo espaço, porém com as mercadorias postas à venda e com um feixe de iluminação, indicando algumas melhoras na infraestrutura.

Na Figura 4, o leitor pode observar a situação geográfica do camelódromo (Praça da Bandeira), tendo como referência o centro principal e os dois *shopping centers*, no conjunto da cidade.

Segundo Rodrigues (2005), em 2002, o camelódromo contava com 96 boxes; em 2005, estava com 256 boxes; e atualmente contém 276 boxes, conforme a Figura 5.

FIGURA 4 - PRESIDENTE PRUDENTE. SITUAÇÃO GEOGRÁFICA DO CENTRO PRINCIPAL, DO CAMELÓDROMO E SHOPPING CENTERS, 2018.

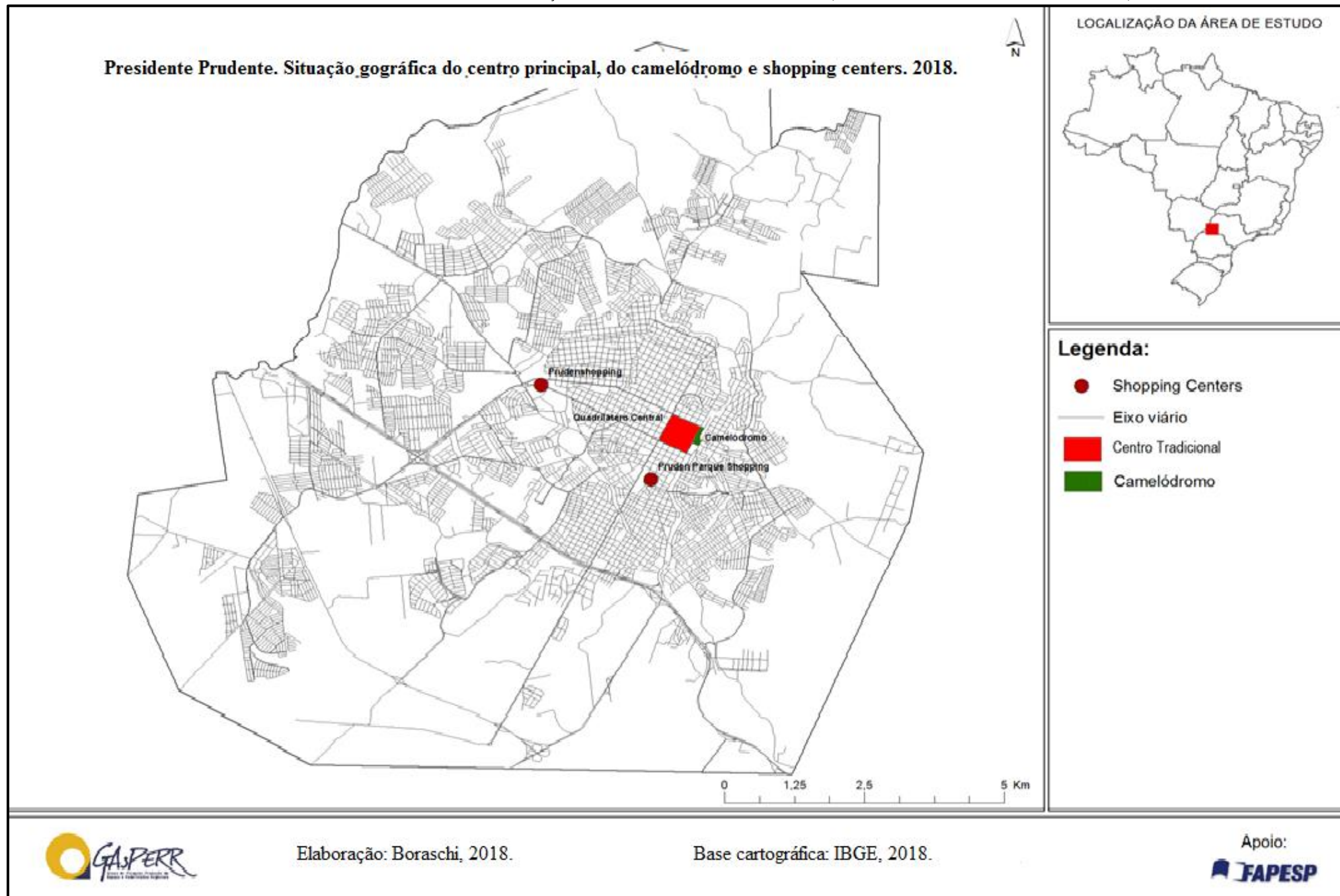
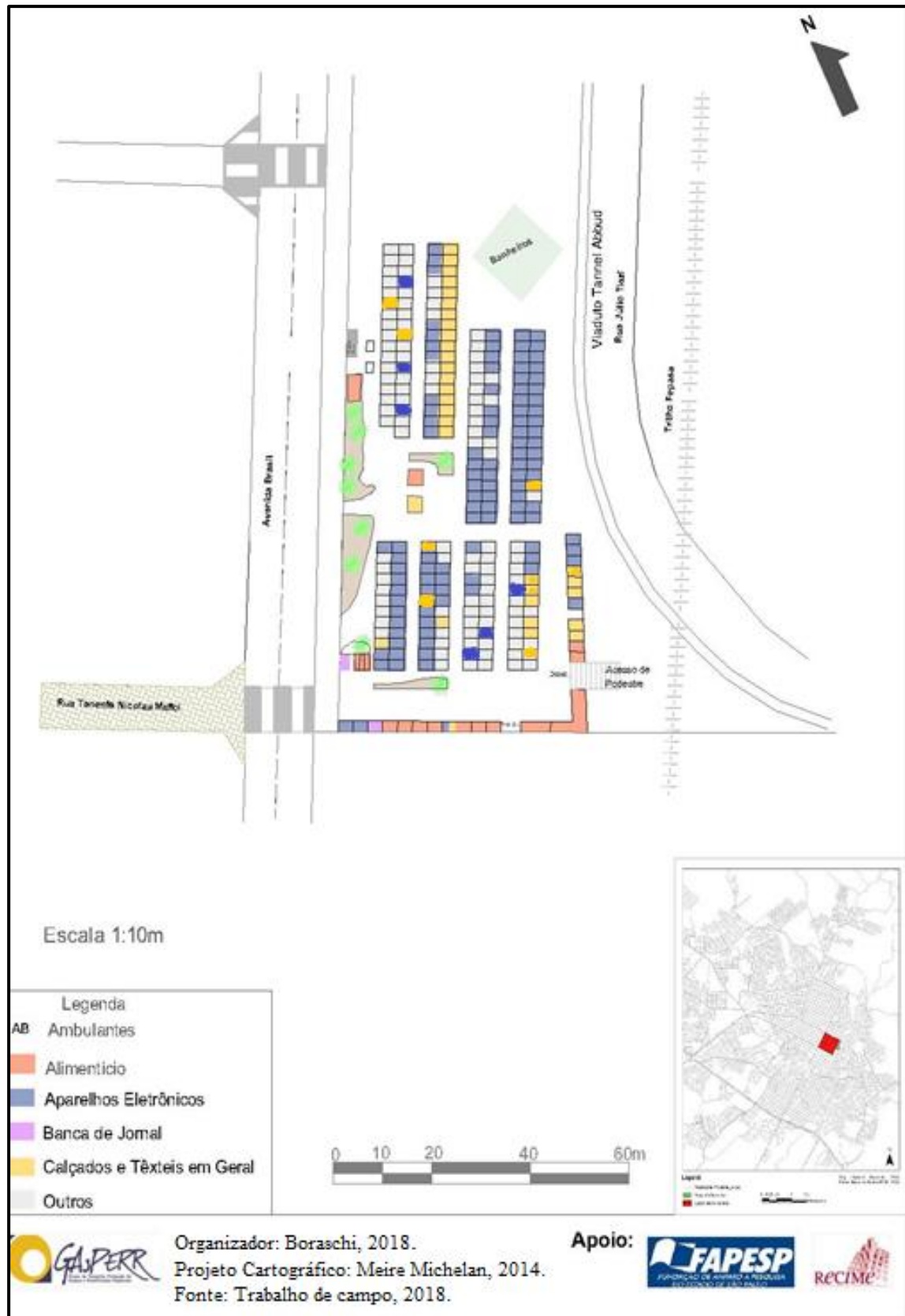


FIGURA 5 - PRESIDENTE PRUDENTE. DISPOSIÇÃO ESPACIAL DAS ATIVIDADES COMERCIAIS DO CAMELÓDROMO, 2018.



Tal croqui, inicialmente elaborado para nossa monografia, foi atualizado durante a pesquisa de Mestrado e representa a planta do Camelódromo de Presidente Prudente com os já citados 276 boxes e ambulantes e uma banca de jornal. No entanto, através de uma entrevista realizada com o Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico (SEDEPP), há cerca de 15 ambulantes que ali operam, a exemplo dos que estão na Figura 6.

FIGURA 6 - PRESIDENTE PRUDENTE. AMBULANTES EM FRENTE AO CAMELÓDROMO, 2018



Fonte: Trabalho de campo, 2018.

Como podemos ver, nos boxes externos, ou seja, os que têm as portas voltadas para as ‘bordas’ da área delimitada para o camelódromo, o grande domínio é do ramo alimentício, destacado na cor vermelha, ainda que alguns sejam ocupados por espaços comerciais de roupas e eletrônicos.

Nos boxes, cujas portas voltam-se para os corredores internos do camelódromo, o destaque é da cor azul, indicando o predomínio de produtos do ramo de tecnologia. Nesse setor, realizam-se vendas de celulares e seus acessórios, bem como vídeo games e jogos, que possuem uma procura muito grande. São feitas muitas encomendas para os comerciantes buscar novos produtos em cidades paraguaias e em São Paulo, segundo relatos de vendedores destes produtos.

Destacado na cor laranja, o setor de vestuário é composto por alguns boxes distribuídos pelo camelódromo, porém, com predomínio no corredor perto dos banheiros, que contém muitos destinados à venda destes produtos.

Em destaque na cor cinza, agrupamos todos os outros tipos de atividades comerciais e de serviços⁴.

Entre 2016 a 2018, continuamos atentos às notícias que saíam sobre o Camelódromo, todos os meses circulamos pelo local para dar continuidade às observações. Como constatado em nossa IC, naquela experiência de pesquisa, as semanas próximas do Natal são de forte movimento de pessoas e aumento do consumo, visto que esta é a melhor época do ano para as vendas no comércio, segundo os próprios comerciantes, pois é quando as lojas do centro da cidade ficam abertas no período noturno, enquanto no restante do ano, este intervalo mais amplo de funcionamento restringe-se aos *shopping centers*.

Nas observações que forem feitas no período natalino em 2016, apesar do cenário político e de crise financeira neste ano, o movimento no centro e no camelódromo de Presidente Prudente foi intenso. Alguns proprietários dos boxes contrataram pessoas para trabalhar e ampliar as vendas, outros funcionários preferiram dobrar seus horários e ganhar um salário “extra”. Porém, é fato que alguns comerciantes afirmaram que os outros anos foram “melhores nas vendas”⁵.

Nos anos de 2016 e 2017, várias notícias sobre o camelódromo foram publicadas nos jornais locais, pois esse espaço comercial sempre foi e continua sendo alvo de muita polêmica, sobretudo por estar localizado num espaço público e junto ao comércio realizado por empresas de maior nível de capitalização e organização do que aquelas que operam no camelódromo.

No dia 4 de agosto de 2016, foi publicada uma notícia⁶ pelo jornal “O Imparcial”, relatando que a Prefeitura de Presidente Prudente proibiu o trabalho de menores de idade no camelódromo, sob pena da perda do direito ao box, em caso de ser flagrada a atuação de adolescentes no local. Tal medida foi adotada, após o Ministério Público do Trabalho abrir inquérito civil e solicitar a proibição do trabalho de menores de 18 anos no *shopping* popular, diante da importância do combate ao trabalho infantil.

Segundo o mesmo jornal, no dia 11 de setembro de 2016, policiais civis de Presidente Prudente realizaram uma operação com o intuito de combater “delitos contra a propriedade intelectual e crimes contra o patrimônio”, com trabalhos concentrados no

⁴ Para elaborar este mapa, as classes da legenda foram estipuladas de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), organizada pelo IBGE (<http://www.cnae.ibge.gov.br/>), na qual cada item contém um código e maior detalhamento dos tipos de mercadorias que lhe compõem.

⁵ Em uma conversa informal com um destes funcionários contratados, ele nos relatou que só estava parando com o trabalho para se alimentar, que chegava às 14h00e e só iam embora às 23h00 durante essas semanas. Ainda, em tom de brincadeira, afirmou que o IPVA de seu carro já estaria garantido com uma semana de trabalho.

⁶ Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/pp-proibe-trabalho-de-menores-no-camelodromo,9861>

Camelódromo da cidade. Os levantamentos realizados pelo Setor de Inteligência da Polícia Civil, apontavam que naquele local havia certa concentração de pessoas especializadas na adulteração em peças de celulares, além de comercializar mercadoria ilícita e venda de CDs e DVDs “piratas”. Ainda segundo o jornal, “durante a ação foram apreendidos um notebook e um aparelho destinado ao desbloqueio dos celulares, nove celulares de origem suspeita, uma betoneira, um martetele produto de compra fraudulenta, além de dois mil CDs e sete mil DVDs. Os suspeitos foram identificados e responderão pelas referidas práticas”.

No dia 29 de setembro de 2016, foi publicada notícia⁷ sobre a instalação de oferta de sinal gratuito de internet, que faz parte do projeto Cidade Digital, através da Prefeitura e da Secretaria Municipal de Tecnologia da Informação (SETEC). De acordo com o secretário, Rogério Marcus Alessi, no local há um projeto para instalação de um rádio *outdoor*, ou seja, ao ar livre, que será capaz de receber 600 conexões simultâneas, o que ele estima que poderá atender cerca de mil pessoas. Além disso, o secretário informa que, aos sábados, a internet será reforçada, isso porque será transferido para o local o sinal que não é utilizado pela Prefeitura aos finais de semana.

Entretanto, o secretário deixou claro que a conexão será possível, apenas, na área externa dos boxes, ou seja, na Praça das Bandeiras. Ele explica que “[...] a cobertura de zinco impede que o rádio *outdoor* atinja o sinal dos boxes. Entretanto, prevemos para dezembro a ampliação do Cidade Digital. Ou seja, deveremos instalar um rádio *indoor* para contemplar a área interna dos boxes”. E afirma, ainda, que a instalação do projeto Cidade Digital no *shopping* popular atende uma reivindicação dos funcionários e consumidores. “Assim, esperamos que isso seja mais um atrativo para fomentar o comércio local”, destacava o entrevistado na matéria.

Foi publicada, no dia 24 de novembro de 2016, a notícia⁸ de que todos os trabalhadores que atuam no Camelódromo de Presidente Prudente, incluindo os ambulantes, deveriam se ‘recadastrar’⁹, junto à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SEDEPP). Havia a informação de que um projeto de reurbanização na área da Praça da Bandeira seria implantado e, deste modo, para continuar no local, mesmo quem atuava e não

⁷ Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/camelodromo-recebe-sinal-de-internet-gratis,10552>

⁸ Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/coleta-de-informacoes-dos-comerciantes-inicia-2a-feira,11174>

⁹ De acordo com o assessor Oswaldo José Barbosa, o trabalho era realizado por uma comissão intersecretarial das 8h às 17h, na SEDEPP. Para ser recadastrado bastava que o boxista comparecesse ao local com documentação pessoal (RG e CPF), alvará de funcionamento do comércio, declaração de seu imposto de renda, certidão com antecedentes criminais e certidão de imóvel.

estava cadastrado, deveria informar seus dados à Prefeitura, para que fossem definidos os ocupantes dos 240 boxes que permanecerão funcionando no espaço.

Segundo o mesmo jornal, a recomendação do Ministério Público do Estado de São Paulo(MPE) foi feita após a definição da sentença judicial que apontou os termos para a execução das mudanças na praça. “A Promotoria não quer acabar com o camelódromo, mas quer regulamentar o seu uso”, explicou o promotor de Justiça André Luis Felício, responsável pelo documento. Completou afirmando que: “[...] atualmente, o aspecto social do camelódromo está desvirtuado, pois há comerciantes com até oito boxes no local e que ainda exercem outras atividades fora dali”, relatava o promotor, destacando a importância do cadastro. “Nossa intenção é democratizar o uso dos boxes e também tornar o camelódromo uma área agradável, para ser frequentada por todas as famílias”.

As mudanças a serem feitas eram e são, por exemplo, a retirada dos boxes que estão na continuação do calçadão (rua Tenente Nicolau Maffei), os boxes dos canteiros e os que ficam em outras áreas de passagem. O mesmo promotor afirma a intenção é a de “[...] cumprir a sentença judicial da forma menos dramática possível”, e ainda destaca que “[...] com o recadastro, devem ser disponibilizados novos boxes na área que será mantida e a prioridade é que eles sejam ocupados pelos comerciantes que atualmente estão fora deste espaço”.

Outra recomendação pretendida pelo Ministério Público era compor uma comissão para analisar o recadastro em até 60 dias, após a sentença judicial. A partir dessa definição, o prazo era de mais 60 dias para que fossem notificados todos os comerciantes que não se enquadravam nos requisitos legais para ocupar os boxes. Assim, o projeto de reurbanização da praça, que deve incluir uma passagem livre para a Vila Marcondes, deveria ser apresentado pela Prefeitura em até 120 dias. Porém, o que podemos constatar até o momento é que nada avançou, alguns comerciantes nos afirmaram durante as entrevistas realizadas e idas exploratórias que não receberam mais nenhuma notícia e que continuam trabalhando normalmente.

A intenção da SEDEPP era começar o cadastro com a coleta de informações de todos os comerciantes no dia 28 de novembro de 2016, quando o secretário titular, Cláudio Mura estaria com os documentos elaborados sob as recomendações do MPE e os trabalhos foram iniciados. O mesmo secretário, com o qual realizamos uma entrevista, explicou que: “Já fiz uma reunião com os representantes de outras secretarias, para a formação da comissão que irá analisar a situação dos trabalhadores do camelódromo e estamos elaborando uma planilha para iniciar a coleta das informações junto aos comerciantes”.

O intuito dessa coleta era registrar a qualificação completa dos comerciantes, quais os boxes cadastrados em seus nomes, se o responsável pelo espaço era o mesmo originariamente cadastrado pela Prefeitura, qual o produto comercializado ou serviço prestado, se possui outra fonte de renda, se tem bens móveis e se gera empregos no local. O secretário ainda completou: “Vai ser bom para todo mundo, pois vamos conhecer melhor todos que estão ali e acredito que tudo será realizado dentro dos prazos”.

O jornal O Imparcial, entrevistou um comerciante que era a favor do cadastramento que considerava ainda mais importante para a cidade toda, do que somente para ele. “Estou aqui desde que inaugurou essa área e, desde que entrei aqui, consegui colocar minhas contas em ordem, acabei com minhas dívidas e aprendi a valorizar cada moedinha”, relatou o comerciante que há 15 anos tirava o sustento de sua família do box que possui no camelódromo.

No dia 20 de dezembro de 2016, foi publicada a notícia¹⁰ de que mais de 90 boxistas do camelódromo deveriam entregar a documentação pendente para a SEDEPP até esta data. Um levantamento *in loco* apontou a existência de 263¹¹ comerciantes no espaço, dos quais 65% (aproximadamente 170) já estão com a documentação regularizada.

Após o recadastramento¹², realizado no fim de 2016, a SEDEPP identificou 283 comerciantes instalados no local. Portanto, segundo a notícia¹³ do 11 de maio de 2017, a Prefeitura de Presidente Prudente deveria ter efetuado a “triagem” dos boxistas instalados no camelódromo de Presidente Prudente, naquela semana.

Como ressaltado, o camelódromo atualmente possui 275 boxes em atividade. No entanto, conforme acordado judicialmente com o MPE, o Executivo tem a intenção de reduzir o total para a quantidade inicialmente estipulada de 240 boxes, com a seleção dos trabalhadores e a seleção dos comerciantes que atuarão no *shopping* popular de Presidente Prudente. Isso deverá ser feito conforme os critérios utilizados para a triagem, estabelecidos no Decreto 16.462 de 2004, em que foi regulamentado o uso do *shopping* popular. Nesse documento, ficou definido que os comerciantes deverão ter permissão de atuação da SEDEPP, após apresentação da “papelada” necessária, o que inclui documentos pessoais, declaração de residência e comprovante de renda.

¹⁰ Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/recadastramento-de-boxistas-se-encerra-hoje,11502>

¹¹ A SEDEPP estima que existam aproximadamente 280 boxistas no shopping popular, quantidade que deverá ser reduzida para 240, conforme determinação do TJ-SP (Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo) em agosto de 2016.

¹² Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/prefeitura-fara-recadastramento-de-boxistas,11173>

¹³ Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/prefeitura-de-pp-fara-triagem-dos-boxistas-nesta-semana,13177>

Além disso, o “[...] interessado deve ainda comprovar que não exerce outra atividade profissional e se for aposentado só pode receber até um salário mínimo da Previdência Social. Para a permissão serão analisados a condição econômica, condição física e o estado civil, sendo que os deficientes físicos têm preferência às vagas. O Decreto 27/119 alterou a regulamentação de 2004, determinando ainda que perderá o direito ao box os comerciantes que contarem com trabalhadores com menos de 18 anos de idade”, explica o jornal.

A Praça da Bandeira encontrava-se malcuidada, segundo notícias¹⁴ do jornal como que permanece até os dias atuais. A praça que completou o centenário em 2017 encontra-se com o chão cheio de buracos, vegetação quase inexistente, brinquedos enferrujados, além do alambrado danificado.

O abandono dessa praça levou o MPE a autorizar uma ação civil pública pedindo a retirada do camelódromo dela e a recuperação do antigo espaço público antes de ser voltar a ser usado pela sociedade. No entanto, a Justiça determinou a permanência do *shopping* popular onde atualmente está instalado, exigindo que a Prefeitura apresentasse um projeto de revitalização e regularização urbanística da praça, reconstruísse a praça, além de recadastrar os comerciantes e reduzir o número de boxes para 240, como já afirmado.

De acordo com a Secretaria de Planejamento, Desenvolvimento Urbano e Habitação (SEPLAN), o projeto foi elaborado, mas o processo de revitalização está suspenso temporariamente, devendo ser conduzido a partir do próximo ano.

No caso do camelódromo, um dos objetivos de realizar a revitalização é atrair os consumidores, ou seja, dar visibilidade a este espaço da cidade com a intenção de reforçar a imagem do camelódromo, além de dar um estímulo ao consumo. Assim, “podemos notar que há uma intencionalidade em comum nos projetos e ações de revitalização do patrimônio, em especial no que diz respeito aos espaços públicos e notadamente às praças, que é promover seu uso cultural”. de acordo com o projeto.

O titular da Seplan, José Nilvaldo Luchetti, em 2017, informou que o projeto de revitalização da Praça da Bandeira já estava “bem encaminhado”, com a previsão da integração em toda a área que envolve a Vila Marcondes e o camelódromo. “A ideia é tirar aquele alambrado embaixo do pontilhão e integrar o Centro Cultural Matarazzo e a linha férrea e a Praça da Bandeira, fazendo um *boulevard*”, explica.

Ainda segundo o jornal:

¹⁴ Acesso da notícia: <http://www.imparcial.com.br/noticias/revitalizacao-da-praca-da-bandeira-em-prudente-segue-indefinida,5893>

Alguns entraves jurídicos envolvendo a área da ferrovia, por não ser de propriedade do município, ainda estão “segurando” o andamento do projeto, mas o secretário garante que isso já está sendo negociado com a Rumo ALL (América Latina Logística) e a ANTT (Agência Nacional de Transportes Terrestres). Ele reforça que 240 boxes serão mantidos, conforme determinado pela Justiça, e que a área remanescente da praça será completamente revitalizada e reestruturada pelo município (JORNAL, O IMPARCIAL, 2017).

Foi publicado pelo *site*¹⁵ da Prefeitura de Presidente Prudente a notícia do projeto que visa apoiar a revitalização ambiental da Praça da Bandeira e estrutural do camelódromo (figura 7), estabelecendo condições de segurança das instalações quanto à rede elétrica e outras que se fizerem necessárias.

FIGURA 7 - PRESIDENTE PRUDENTE. PROJETO DE REFORMULAÇÃO DO CAMELÓDROMO.



Fonte: Prefeitura de Presidente Prudente, 2017.

Após ler as notícias publicadas no jornal, e ver que o representante responsável pela (SEDEPP) Cláudio Mura teve sempre seu nome citado, fizemos por telefone a primeira tentativa de contato.

Desde então, já havia um roteiro pronto elaborado junto ao Projeto Temático para os “agentes bem informados”, com base no qual havíamos realizado entrevista com o presidente do camelódromo de Londrina durante nossa iniciação científica. Foi necessária, apenas, uma adaptação das questões. Porém, chegando na Secretaria Municipal, a conversa começou nos corredores e terminou em sua sala. Um sujeito muito bem-educado, que forneceu todas as

¹⁵ Acesso da notícia: <http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/noticias.xhtml?cod=37716>

notícias possíveis e se adiantou a muitas questões que ainda seriam formuladas. Sendo assim, demos continuidade à entrevista de modo informal, não seguindo o roteiro de forma planejada, extraindo todas as informações que julgávamos necessárias sendo oferecidas por ele.

O Secretário mostrou-se disposto a colaborar com as informações, e logo alertou que o seu setor/cargo não era exatamente sobre o comércio, mas que foi um pedido de colaboração devido a anos de experiência na secretaria municipal de outras cidades e que durante 17 anos foi coordenador da área de assuntos rurais do Bradesco. Mura foi nomeado interinamente em 2016 pelo prefeito Milton Carlos de Mello ‘Tupã’ como responsável pela pasta.

O secretário relatou que esse recadastramento dos comerciantes pertencentes ao Camelódromo ocorreu devido à parceria da Prefeitura com a Promotoria para uma reforma na Praça da Bandeira, ou seja, uma revitalização deste espaço.

Segundo o secretário, foi organizada uma equipe com mais seis pessoas que aplicaram um questionário, denominado “Questionário para recadastramento do Camelódromo” (anexo 1), seguindo o DECRETO¹⁶ Nº 16.462/2004, publicado em 25 de março de 2004 - que regulamenta o funcionamento do *shopping* popular - Camelódromo, assinado por Agripino de Oliveira Lima Filho, ex-Prefeito do município de Presidente de 2001 a 2007. O Decreto propugna a necessidade de disciplinar a utilização do espaço, destinado à comercialização de determinados produtos, considerando o interesse da coletividade que fruirá certas vantagens dessa utilização:

Art. 1º - O Shopping Popular (Camelódromo), composto por 240 (duzentos e quarenta) boxes, construído na Praça da Bandeira, tem por finalidade a comercialização de mercadorias no varejo, exceto alimentos e outras especificadas neste Decreto, sendo destinado à instalação do comércio informal.

Para a administração e funcionamento do Camelódromo, o Art. 2 define que o exercício das atividades dentro do *Shopping* Popular, o interessado deverá atender todas as exigências do Decreto e, conforme o Art. 3, a permissão é concedida pela SEDEPP após apresentação dos documentos exigidos e, se necessário, as outras secretarias. Além disso, fica o direito reservado para exigir quaisquer outros tipos de documentos que a SEDEPP julgar necessários para a permissão.

¹⁶Art. 19 – Este decreto entra em vigor na data de sua publicação (25/03/2004), revogadas as disposições em contrário, em especial o Decreto nº 11.420, de 11 de agosto de 1997.

Um dado importante é que os aposentados que recebem até um salário mínimo pago pela Previdência Social, também poderão obter a permissão desde que não exerçam outra atividade, regulamentado pelo Art. 5, parágrafo 2. Outros critérios do órgão público para ter direito ao box, segundo o Art. 6, são:

- I. Condição econômica – renda familiar;
- II. Condição física (terão direito preferencial às vagas os deficientes físicos);
- III. Estado civil.

Compete à SEDEPP, segundo o Art.4, - localizar, dimensionar, reclassificar, suspender o funcionamento, remanejar ou extinguir o Camelódromo, total ou parcialmente, atendendo ao interesse público e respeitadas as exigências legais e urbanísticas em geral.

A aplicação do referido questionário serviu para a fiscalização e de reorganização desse espaço, que contém os seguintes requisitos: conforme o Art. 5, para a permissão dos interessados em adquirir um box, preenchendo todos os requerimentos da inscrição, fazendo-se constar qualificação total do proprietário do box (nome, documentos como CPF e RG, endereço, telefones e e-mail atualizados); apresentação por parte dos comerciantes outros tipos de documentação: certidão de nascimento, carteira de trabalho (para comprovar se não há outro vínculo empregatício), título de eleitor em ordem, atestado de antecedentes criminais, declaração do imposto de renda 2015/2016 e certidão negativa de bens imóveis tirada no 1º e 2º Cartórios de registro de imóveis.

Ao aplicar o questionário, a ‘equipe de fiscalização’ anotou o número do box de cada comerciante e o local onde se encontra, na parte interna ou externa, canteiro ou outro local da Praça.

Era indagado ao responsável pelo espaço, se o mesmo originalmente havia sido cadastrado na Prefeitura Municipal e, caso a resposta fosse “não”, era necessário citar o nome do proprietário anterior, pois segundo o secretário Mura, existem comerciantes que venderam seus box para outras pessoas, o que é proibido pelo Art. 13: (“fica expressamente proibida aos permissionários a venda ou aluguel de boxes a terceiros, bem como a permuta de boxes entre os permissionários sob pena de perda do direito”).

Outro aspecto que essa normativa orientou esse foi relativa aos produtos comercializados ou tipo de serviço prestado. Segundo o Art. 15 - “As pessoas que forem flagradas praticando o comércio no Camelódromo sem a devida permissão terão suas mercadorias apreendidas e recolhidas à Prefeitura, aplicadas as sanções previstas na

legislação”. Complementando essa questão, o Art. 16 - regulamenta a proibição de comercialização dos seguintes produtos:

- I. Aguardente ou quaisquer bebidas alcoólicas;
- II. Cigarros e outros derivados do fumo;
- III. Secos e molhados;
- IV. Produtos hortifrutigranjeiros;
- V. Pescados, carnes e vísceras;
- VI. Medicamentos e quaisquer produtos farmacêuticos;
- VII. Produtos inflamáveis;
- VIII. Fogos de artifício;
- IX. Armas de fogo e munições de qualquer espécie;
- X. Lanches, refeições, refrigerantes e alimentos em geral.

Porém, existem vários boxes que vendem bebidas alcoólicas “importadas” e até uma tabacaria. Assim como existem boxes de produtos alimentícios e que vendem lanches, salgados, refrigerantes, cerveja, entre outros.

Segundo o Art. 5, parágrafo 1 - “o interessado deverá comprovar, ainda, que não exerce outra atividade em qualquer horário e local” -por isso a obrigação de apresentar na documentação a carteira de trabalho. Ainda consta no Art. 12 - que perderá o direito do box:

III. aquele que se encontrar comercializando no calçadão da Rua Tenente Nicolau Maffei, quadrilátero central, compreendendo como quadrilátero central, as Ruas do centro, bem como avenidas Cel. José Soares Marcondes, Washington Luis, Manoel Goulart e Brasil, e ainda, em quando outro local da cidade;

IV. aquele que possuir mais de um box e/ou aquele que tiver box em nome dos pais, filhos, esposo(a), companheiros(as), que residam sob o mesmo teto ou dependência. Sobre esses parágrafos do Art. 12, segundo nossa pesquisa da IC, e de acordo com o Secretário Mura, é algo comum dentro do Camelódromo e que a promotoria pretende acabar com isso. Vários comerciantes possuem mais de um box dentro do Camelódromo, além de comércio na área central da cidade.

No que se refere aos cuidados do box, além de ser proibido ter funcionário, conforme o Art. 14 – “o permissionário deverá exercer pessoalmente o seu comércio, sob pena de perda de direito” – o box que for constatado o trabalho de pessoa de menor de oito anos também perderá direito ao box.

Complementando as causas de perdas dos boxes, o Art. 11 do Decreto regulamenta também que os permissionários devem observar as seguintes prescrições e a infringência de qualquer disposição implicara na revogação ou cassação da permissão:

- I. Acatar as determinações e instruções dos funcionários encarregados da fiscalização, bem como, observar para com a população, as normas de boa conduta;
- II. Apresentar boa conduta profissional e não causar dano ao patrimônio do Camelódromo;
- III. Manter as instalações sempre em perfeitas condições de higiene e com boa aparência;

- IV. Dispor as mercadorias e instalações de modo a não interromper o trânsito dos consumidores;
- V. Não danificar os logradouros públicos;
- VI. Efetuar diariamente a limpeza e conservação das áreas ocupadas;
- VII. Depositar lixo e detritos em recipientes adequados;
- VIII. Expor em lugar visível no box o ato de permissão dentro do prazo de validade;
- IX. Não comercializar produtos proibidos;
- X. Não perturbar o sossego público com funcionamento de aparelhagens de som;
- XI. Não expor mercadorias fora do box, ficando o permissionário sujeito à multa e apreensão das mercadorias caso descumprir tal determinação;
- XII. Não utilizar de outros boxes vazios, assim como a utilização de mesas e auxiliares para aumentar a banca, a fim de expor as mercadorias.

Caso haja de fato a perda do box, ficará a cargo da SEDEPP tomar as devidas providencias quanto à transferência do box para outro interessado. Completa que perderá também o direito ao box, segundo o Art. 12:

- I. Aquele que mudar para outra cidade;
- II. Aquele que receber o box e mantiver o mesmo vazio ou fechado pelo período máximo de 30 (trinta) dias;

Por fim, o Decreto realizado no ano de 2004 - Art.1 - passou a contar em 2016 com mais uma regulamentação no Art. 12, “perderá o direito ao box” – IV. “Aquele em cujo box for contatado o trabalho de pessoa menor de 18 anos”. Esse Decreto entrou novamente em vigor após publicação no dia 29 de julho de 2016, assinado e outorgado pelo Prefeito da época, Milton Carlos de Mello, pelo atual Secretário Municipal de Administração, Alberico Bezerra de Lima e pelo atual Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico, Cláudio Mura.

Finalizando o Decreto Nº 16.462/2004, no Art. 18 afirma-se:

“Compete à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, além de outras atribuições legais:

- I. Elaborar ou alterar instruções pertinentes ao Camelódromo,
- II. Fiscalizar o cumprimento das normas contidas nesse regulamento;
- III. Executar as medidas administrativas relativas à inscrição dos permissionários;
- IV. Decidir sobre qualquer alteração das condições da permissão;
- V. Intimar ou autuar os permissionários que agirem em desacordo com as normas estabelecidas neste Decreto.

Para realização das entrevistas com os comerciantes dos dois camelódromos elaboramos um roteiro (anexo 3) composto por quatro blocos de perguntas. Esse roteiro continha distinções no bloco “outras”, composto por perguntas específicas para cada camelódromo. Por essa razão, vamos começar a análise das entrevistas apresentando essas

diferenças entre esses dois blocos de perguntas e respostas, para, posteriormente, fazermos uma análise comparativa entre os dois camelódromos, com base nas mesmas perguntas realizadas.

Sobre o camelódromo de Presidente Prudente, após as informações coletadas das notícias dos jornais e na entrevista realizada com o Secretário Municipal, consideramos pertinente perguntar aos comerciantes o que eles achavam dessas mudanças relativas ao recadastramento de seus boxes e a revitalização da Praça da Bandeira. Por essa razão, no bloco “outras” do roteiro de entrevista com os comerciantes de Presidente Prudente, perguntamos: “Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?”

Das entrevistas realizadas seguindo o roteiro, somado às conversas informais, constatamos que, de modo geral, os comerciantes reagiram e consideraram como um fator positivo a prática do recadastramento: *“Achei ótimo, quem não deve não teme. Tem gente aqui que tem três ou quatro boxes, não pode! Mas a gente fica quieto né, não queremos arrumar confusão com ninguém”*. Outro comerciante argumentou: *“na minha opinião foi uma boa iniciativa, o camelódromo é muito abandonado pela prefeitura, não tem fiscalização, é precário certas coisas por aqui”*. Enquanto outros, ainda, disseram: *“eu gostei, assim deixa tudo regularizado as coisas por aqui”*; *“achei muito importante, o Camelódromo está abandonado e espero que passe por uma reforma”*.

Entretanto, há questionamentos sobre as possíveis mudanças:

“eu gostei, mas até agora não aconteceu mais nada”;

“se sair do papel eu acho que vai ser bom para todos, eu sou a favor dessa ideia”;

“ouvi comentários, inclusive por isso fomos obrigados a fazer o recadastramento, mas nada saiu do papel até agora e olha que fazem anos que estou aqui”.

As conversas informais com os comerciantes durante todas as idas (inclusive as minhas idas em particular, como um frequentador desse espaço) forneceram muitas informações. Numa das conversas, um comerciante muito antigo do camelódromo nos relatou que, em sua opinião, essa proposta de regularizar os comerciantes não iria acontecer de fato, porque todos sabem das irregularidades presentes e as autoridades, no caso a Prefeitura, não tomam as devidas providências desde a inauguração do local, fazendo uma crítica severa ao órgão municipal.

Outros comerciantes preferiram não opinar muito sobre o assunto: *“eu particularmente achei bom, tem muita gente querendo ‘passar por cima dos outros’ aqui. [...]”*

eu não gosto de falar muito, mas tem gente que tem mais que um box e aqui não pode né, é lei da prefeitura”.

O que pudemos concluir, realizando o trabalho de campo é que as pessoas que atuam no camelódromo sabem das irregularidades que ocorrem nesse espaço comercial, e que acontece há anos. Porém, são muitos os comerciantes que possuem mais de um box, e muitos dizem que são a favor do recadastramento, mas na verdade sabemos que não são, pois a perda de privilégios não é o desejado por esses comerciantes.

Outra pergunta realizada no mesmo bloco foi: “O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?”.

Consideramos que as repostas dos comerciantes sobre a revitalização da Praça da Bandeira e uma consequente reforma dos boxes, foram positivas e unânimes, pois todos os comerciantes relataram o quão abandonado e precário estão tais boxes:

Acho muito bom, a praça precisa de reforma e o camelódromo também. Olha esses boxes, cheios de fios para todos os lados, esses boxes de latas, velhos e enferrujados não ajudam para vendermos, atrapalha um pouco. E se sair do papel esse projeto vai ajudar muito a gente

Acho que essa reforma é muito boa, eu acho aqui muito feio”; “importante para nós (comerciantes) e para os consumidores, um lugar bonito só agrega, né?! Você não gosta de comprar em lugares bonitos e tudo arrumado? [risos]

Porém, alguns comerciantes mais experientes no local, já duvidaram da proposta de reforma:

Acho que não vai acontecer nada, só vai ficar no papel e nas falas dos políticos. Se acontecer de verdade vai ser bom para todos nós (comerciantes) e para os clientes não é?

Ouvi comentários, inclusive por isso fomos obrigados a fazer o recadastramento, mas nada saiu do papel até agora e olha que fazem anos que estou aqui.

Se sair do papel eu acho que vai ser bom para todos, eu sou a favor essa ideia

Já falaram tantas vezes desse projeto, só acredito quando começarem a fazer a reforma mesmo [risos].

Espero que aconteça mesmo, não é? Fazem anos que falam disso e até agora nada; Se acontecer mesmo vai ser bom para todos, tanto para nós comerciantes e para a população para vir comprar num lugar mais bonito.

Podemos compreender que essa reforma da Praça da Bandeira (com base em projeto de revitalização) é algo prometido há muito tempo pela Prefeitura. Enquanto isso, os boxes do camelódromo de Presidente Prudente continuam em situações precárias.

Também podemos sintetizar que os comerciantes estão em concordância que espaço precisa ser reestruturado. O camelódromo de Presidente Prudente possui muitas irregularidades, que vão desde a estrutura dos boxes até os proprietários dos mesmos, pois há

comerciantes que possuem mais de um box, segundo nossas entrevistas e conversas informais realizadas nesse espaço; há comerciantes que vendem todos os tipos de bebidas; houve relatos dos próprios comerciantes sobre vendas de boxes e/ou locações do mesmo; há comerciantes que vendem produtos irregulares e a maioria possuem funcionários - ressaltamos a dificuldade de realizar entrevistas com os comerciantes que detêm o conhecimento sobre o controle de estoque e a aquisição de mercadorias, porque os funcionários não tinham noção e estavam receosos em fornecer as informações que pedíamos. Devido as irregularidades, é válido ressaltar a dificuldade de realizar entrevistas, pois todos desconfiavam de ser agentes fiscalizadores da Prefeitura.

2.2 Camelódromo de Londrina

O prédio em que se encontra o Camelódromo da cidade de Londrina foi construído em 1950 e ocupado pela empresa dos Irmãos Lopes, uma concessionária de veículos, que, em 1957, tornar-se-ia concessionária da Mercedes-Benz. Na Figura 8, há uma foto da entrada desse espaço comercial, quando era uma concessionária e, na Figura 9, há a entrada desse espaço comercial atualmente.

FIGURA 8 - LONDRINA. CONCESSIONÁRIA DA MERCEDES BENZ EM 1957.



Fonte: Jornal Folha de Londrina (online).

FIGURA 9 - LONDRINA. ENTRADA PRINCIPAL DO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2018.

A luta dos camelôs para adquirirem um espaço adequado foi difícil e conflituosa. O surgimento do Camelódromo Municipal de Londrina foi conturbado e para entendermos esse desenvolvimento, uma breve análise histórica é necessária.

Os camelôs não tinham um local fixo para realizar o comércio, portanto ocupavam praças, calçadas, ruas e outros locais públicos geralmente com grande circulação de pessoas. Segundo Oliveira (2009), em 1995, estimou-se que cerca de 300 camelôs estavam dispostos pela área central de Londrina, alguns alocados perto do Terminal Urbano e outros pelas calçadas, sendo que mal havia espaço para a circulação dos pedestres em meio a tantas barracas.

Em Londrina, durante a década de 1990, a Prefeitura criou algumas alternativas para a retirada dos chamados ambulantes das ruas centrais da cidade. Eis então, que surgiu o primeiro projeto de um espaço reservado para esses comerciantes: o camelódromo. O objetivo da retirada desses ambulantes que viviam pelas ruas, praças e calçadas da cidade não era puni-los ou extingui-los e sim de realocá-los num local específico, antes que a instalação de um comércio informal em espaços públicos se tornasse um problema urbano maior.

Como uma alternativa, foi criado o camelódromo, que agradou os ambulantes que passaram a ter um local próprio para trabalhar, desde que atendessem uma condição: os camelôs seriam proibidos de trabalharem nas ruas.

O prefeito da época Luiz Eduardo Cheida, instalou um camelódromo em 1996 na área localizada nos fundos do museu, nas calçadas da Avenida Leste-Oeste (figura 8 e 9), abrindo uma área com “barracas” de 1,5 metro de largura e cerca de 1,20 metros de comprimento, porém só poderiam ser comercializados os produtos importados se

apresentassem notas fiscais. Os camelôs pagariam pelas barracas, custando em torno de R\$200,00 (OLIVEIRA, 2009).

Segundo Ribeiro (2010, p. 49):

O comércio no local seria regulamentado pela ACAL (Associação dos Camelôs de Londrina), os custos da construção ficaram em torno de R\$ 10 mil e as barracas de lona foram vendidas a R\$ 190,00 (parceladas em três vezes). Os 89 camelôs deveriam pagar uma mensalidade de R\$ 15,00 à ACAL, que seria utilizados para a contratação de guarda e zelador que fariam a manutenção e segurança do local. Segundo o estatuto da ACAL, elaborado e aprovado pelos camelôs, aquele que atrasasse o pagamento da mensalidade teria a barraca lacrada por um mês e era proibida a venda de armas, munições e bebidas alcoólicas.

Alguns dias após a inauguração, contratempo se emergiram. O prefeito declarou que a coleta do lixo seria feita pela Autarquia Municipal do Meio Ambiente (AMA), junto com a Companhia Municipal de Urbanização (COMURB), e incentivou uma alternativa para auxiliar os camelôs na guarda das barracas no período noturno, por se tratar de uma via pública. Porém os camelôs foram contra, discordando e afirmando que, com o tempo, poderiam danificá-las.

Ainda no ano de 1996, venceu o prazo que o prefeito estipulou para que os camelôs regularizassem suas situações, pois segundo o poder público, o comércio ambulante deixou de ser uma solução provisória para quem estava desempregado e tornou-se uma opção vantajosa e de ilegalidade, segundo declarações do Procurador da República em Londrina da época, Mário Ferreira Leite.

O prazo estipulado foi de 30 dias, para estes camelôs se organizarem e legalizarem os produtos, abrindo firma em cartório. Em outra reportagem do Jornal de Londrina, noticiou-se uma apreensão da Receita Federal de mais de U\$\$ 2 milhões de mercadorias contrabandeadas em Ibiaporã e em Sertaneja, na divisa com São Paulo, porém essas ações nunca atingiram de fato os camelôs e eles continuaram com a venda dos produtos.

Outro grande obstáculo encontrado no camelódromo, foi a venda ou locação de seus espaços, feita de forma totalmente ilegal por alguns comerciantes, donos de barracas, que alegaram que as vendas estavam baixas e por isso não pagaram das taxas e, assim, eles deixavam de trabalhar neste local e alugavam ou vendiam a barraca para outra pessoa, ao invés de devolverem a barraca para a prefeitura. Assim, a COMURB tomou algumas decisões, fechando todas as barracas (figuras 10 e 11) que estavam sendo alugadas ou que foram vendidas pelos donos, e também as daqueles que não estavam pagando as taxas de manutenção e parcelamento da barraca.

FIGURA 10 - LONDRINA. PRIMEIRO CAMELÓDROMO DA CIDADE, 1997.



Fonte: Extraído de Oliveira (2009, p. 143).

FIGURA 11 -LONDRINA. VISÃO INTERNA DOS PRIMEIROS CAMELÓDROMOS, 1997.



Fonte: Extraído de Oliveira (2009, p. 143).

Com o passar do tempo, problemas surgiram no camelódromo de Londrina. O primeiro está relacionado com o desconforto térmico dentro das barracas e o segundo com a permissão do uso da área que ocupavam. No primeiro caso, a temperatura local chegava a

40°C, visto que as barracas eram cobertas por lonas e os próprios comerciantes relataram que não conseguiam ficar dentro delas. No segundo caso, em 1998, a Câmara dos Vereadores realizou uma primeira discussão para que a Prefeitura permitisse o uso por dez anos da calçada da Avenida Leste-Oeste para o camelódromo. Havia certo medo por parte destes camelôs, de ter que se deslocar para outro local e assim entrar em conflito com outros comerciantes, já que o camelódromo gerava cerca de 200 empregos diretos (RIBEIRO, 2010).

No entanto, a repercussão não agradou a Associação Comercial e Industrial de Londrina (ACIL), alegando a qual alegou que está área poderia ficar comprometida para o desenvolvimento de projeto futuros e que poderia ser dada uma autorização provisória, porém com permissão da Prefeitura para transferi-los para outro local. No ano de 2000, foi feita uma proposta pela equipe de planejamento urbano para realizar uma ampliação do camelódromo, dobrando o número de boxes que na época contavam com 94, e que seria aumentado o espaço até a Rua Minas Gerais. Essa proposta, porém, não agradou a todos os camelôs, pois os que iriam se instalar próximo à Rua Minas Gerais seriam prejudicados pelo afastamento do grande fluxo de pessoas que circulavam pelo terminal urbano (OLIVEIRA, 2009).

Em 2001, outro agrupamento de camelôs, localizado na Rua São Paulo passou a reunir mais de 200 comerciantes em barracas com 1,5 metros de largura, dando origem a maioria dos destes trabalhadores que ocupariam o atual camelódromo. Por fim, no ano de 2002, o Camelódromo de Londrina foi transferido para um prédio na rua Sergipe nº 309, onde está localizado até os dias atuais, como mostra a imagem fotográfica contida na Figura 12.

FIGURA 12 -LONDRINA. CAMELÓDROMO MUNICIPAL, 2018.



Fonte: Trabalho de Campo, 2018.

De início, o local do camelódromo não foi visto com bons olhos pelos camelôs, que não queriam se afastar do terminal urbano, porém, as novas condições eram melhores do que os antigos camelódromos. Este prédio foi adaptado com a construção de 316 boxes, com 1,5 a 2 metros de comprimento. Contudo, algumas exigências foram feitas pelo Prefeito da época. Ele percebeu sérias restrições e entraves administrativos, onde os camelódromos estão implantados em imóveis públicos. Após realizar visitas e conversas com prefeituras de outras cidades, que tiveram iniciativas semelhantes de criar espaços destinados a abrigar os ambulantes, foram definidos alguns parâmetros. Primeiro, o espaço do camelódromo deveria ser privado, pois assim não caberia à Prefeitura regularizar a atividade interna, licitar contratos de uso dos espaços, entre outras medidas legais; um segundo parâmetro é que o contrato de aluguel não poderia ser celebrado em nome da Prefeitura, fazendo com que os camelôs formassem uma associação para gerir estabelecimento e o órgão público atuaria por meio de convênios, dando suporte legal e apoio financeiro de algumas ações. (OLIVEIRA, 2009). Sendo assim, a prefeitura acertou os aluguéis durante os 24 primeiros meses, agindo de acordo com a lei municipal de incentivo às empresas e, à medida que o camelódromo foi ganhando configurações, novas críticas emergiram. Assim, Oliveira (2009, p. 154) afirma:

O auxílio da Prefeitura nos dois primeiros anos foi fundamental para que o empreendimento pudesse se firmar. Desde então, o formato que o Camelódromo de Londrina assumiu foi imitado e se reproduziu na cidade. A reunião de grande quantidade de pequenos comerciantes oferecendo mercadorias diversas em um mesmo local, dividindo custos de manutenção como água, luz, telefone, aluguel, etc., gera condições concretas para a sobrevivência desses empreendimentos, ainda que os resultados comerciais sejam, na maioria dos casos, bastante modestos: um faturamento bruto mensal de R\$ 5.447,00 em média, no caso do Camelódromo de Londrina.

O estabelecimento possui 6.000 m² de área, cedendo um espaço de quatro metros quadrados para cada camelô, e centenas destes que atuavam no antigo camelódromo na Avenida Leste-Oeste foram transferidos para esse prédio, localizado na rua Sergipe esquina com a Mato Grosso, por intermédio da ACAL e da ONG Canaã, como uma garantia de ter o aluguel financiado pela Prefeitura durante dois anos, e assim muitos boxes obtiveram alvarás e CNPJ. (RIBEIRO, 2010).

Em 2005, o juiz da 2^a Vara Cível de Londrina, condenou essas associações a restituírem à Prefeitura os valores repassados para a realocação dos camelôs para o Shopping Popular e, segundo o Jornal Folha de Londrina (2005) o valor a ser devolvido seria 900 mil

reais¹⁷. No entanto, a decisão do juiz não preocupou os camelôs, que segundo a presidente da ACAL na época, pois argumentavam que eles estavam na rua e foram retirá-los, eles não obrigaram a Prefeitura a ceder um local. A presidente da ONG Canaã complementou dizendo que eles não invadiram nada, que a verba foi disponibilizada e eles se transferiram para o local. Assim, o aluguel do prédio passou a ser pago pelos 328 lojistas do Camelódromo. (RIBEIRO, 2010).

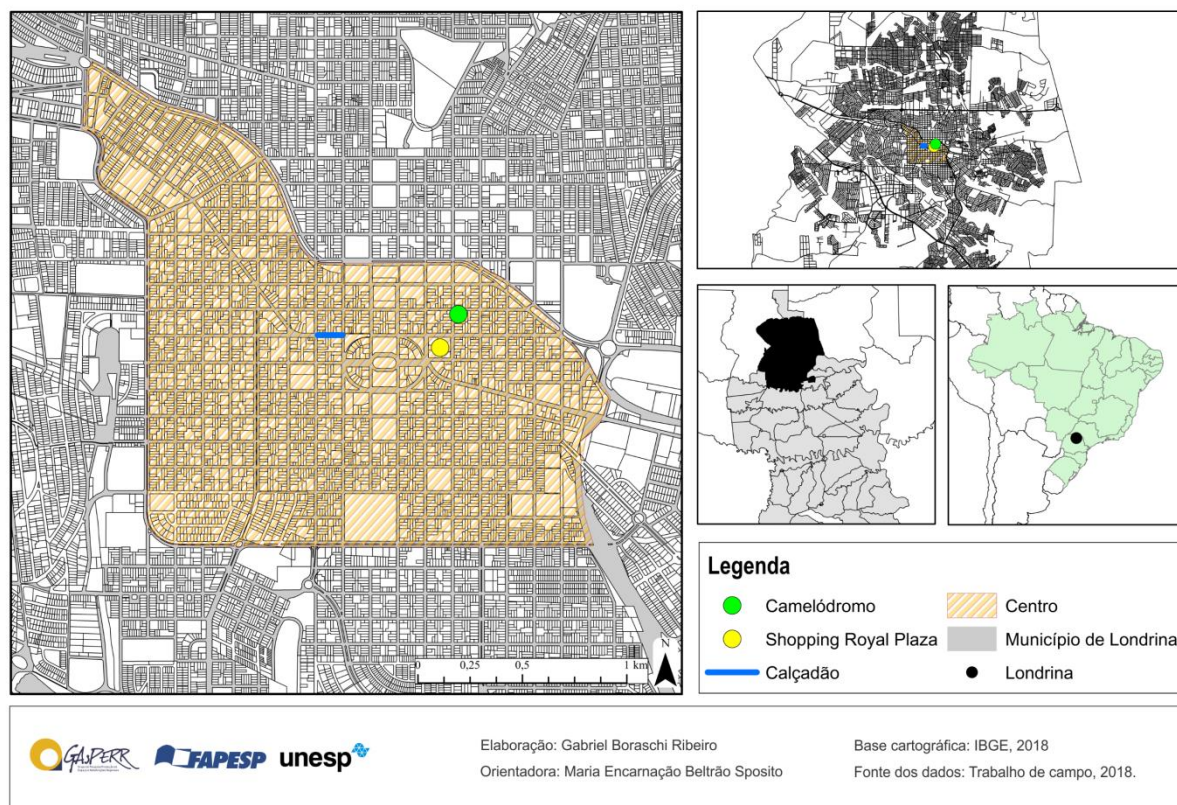
Em 2006, o prédio teve o funcionamento proibido durante alguns dias, pois eram necessárias algumas reformas no sistema elétrico e outras normas de segurança para os próprios camelôs e para os consumidores. Neste mesmo ano, o jornal noticiou o funcionamento de 858 lojas populares, que seriam inauguradas em dezembro, que eram:

boxes instalados em 5 novos camelódromos e galerias da região central, cujo tamanho varia de 4 a 16 metros quadrados. A Galeria Benjamin, localizada na esquina das ruas São Paulo e Benjamin Constant, teria 352 lojas e custou R\$ 4,5 milhões aos empreendedores. (RIBEIRO, 2010, p. 58).

Sendo assim, a abertura do camelódromo na Rua Sergipe esquina com a Mato Grosso, influenciou a implantação de novas galerias, outros "camelódromos" ou "shopping populares" nessa área central. O primeiro camelódromo estava localizado na calçada da Avenida Leste-Oeste, próximo ao Museu Histórico da cidade. Atualmente, ele se localiza na área central da cidade, mais especificamente no cruzamento das ruas Sergipe e Mato Grosso (figura 13), onde a centralidade exercida pelo centro principal da cidade assegura o fluxo de pessoas, o movimento de dinheiro, garantindo condições favoráveis ao exercício do comércio popular. Além disso, seus comerciantes utilizam, no período atual, de meios modernos para atrair as pessoas, como por exemplo, o uso do cartão de crédito.

¹⁷ “O despacho do juiz da 2 Vara Cível de Londrina, Luiz Gonzaga Tucunduva de Moura, declara inconstitucionais as duas leis municipais que permitiram o auxílio do Poder Público aos camelôs. Na prática, a condenação não traz nenhum prejuízo ao Município. Já as duas organizações não-governamentais (ONGs) que representam os comerciantes do Shopping Popular são obrigadas a ressarcir os cofres públicos pelas despesas com a reforma do imóvel, localizado na Rua Mato Grosso (Centro), e o aluguéis de janeiro de 2003 até agosto do ano passado. O auxílio deveria se estender até dezembro de 2004, mas foi suspenso por força de uma liminar”. Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/cidades/camelos-e-municipio-recorrem-de-decisao-judicial-543916.html>

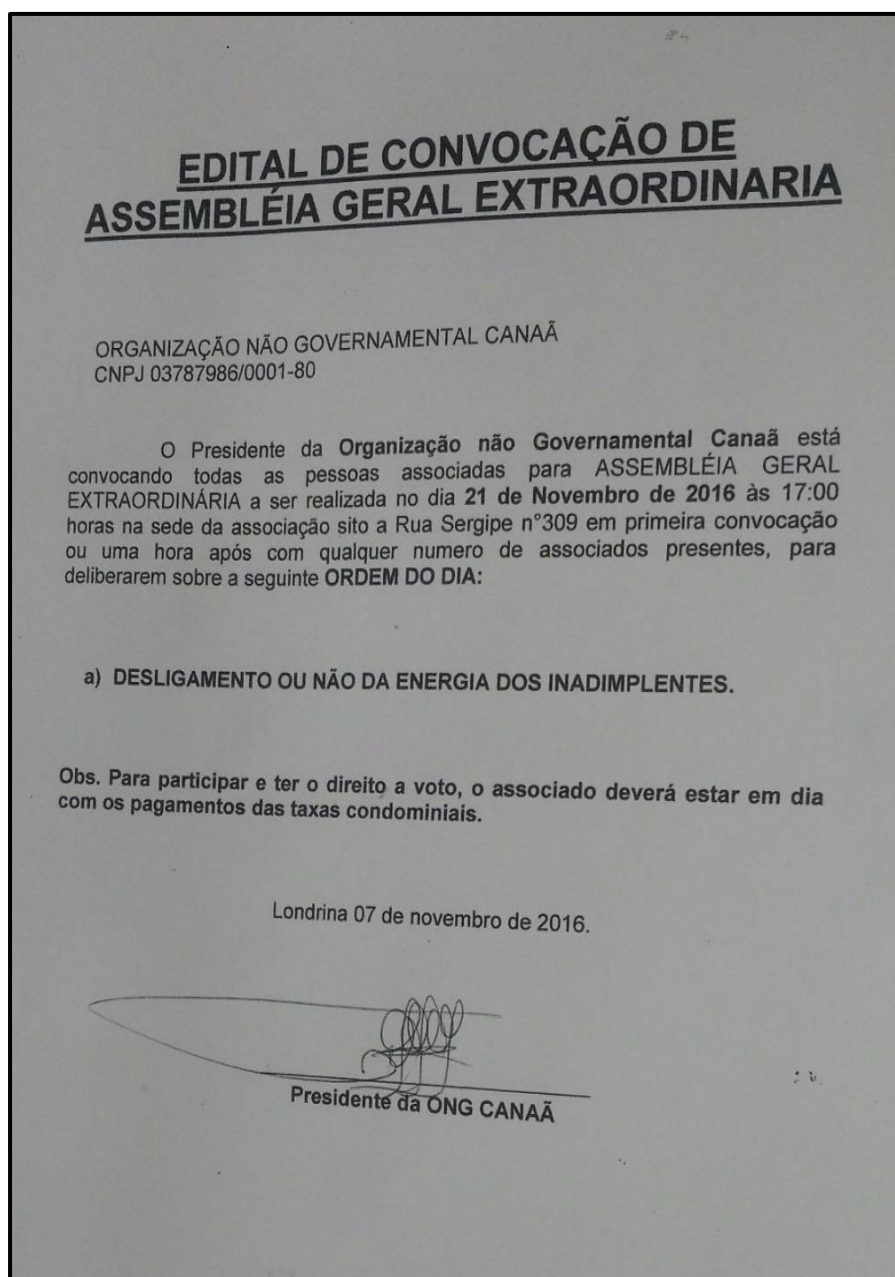
FIGURA 13 - LONDRINA. LOCALIZAÇÃO DO CAMELÓDROMO DE LONDRINA, DO CALÇADÃO DO CENTRO PRINCIPAL DA CIDADE E DO ROYAL PLAZA SHOPPING, 2018.



Por ser privado, ao adentrarmos esse espaço comercial para realizar as primeiras entrevistas com os comerciantes no ano de 2017, pedimos autorização aos seguranças que trabalham no local, imediatamente por meio de comunicação via rádio avisaram algum membro da presidência e fomos liberados para começar a pesquisa: realizar entrevistas e aplicar enquetes com os consumidores.

No que concerne ao camelódromo de Londrina, nos dias 08 e 09 de novembro de 2017, foi realizado o trabalho de campo como parte das atividades na disciplina de “Urbanização e Produção do Espaço”, quando aproveitamos para visitar o camelódromo da cidade, com o intuito de buscar alguns contatos e reestabelecer outros feitos durante a iniciação científica. Logo ao adentrar o Camelódromo pela entrada principal, mais especificamente atrás da escada rolante que existe no local, havia um comunicado geral para todos os comerciantes, conforme a imagem da Figura 14.

FIGURA 14 - LONDRINA. CONVOCAÇÃO PARA ASSEMBLEIA, 2016.



Através dessa assembleia para a qual foram convocados os comerciantes, podemos notar o nível de organização que existe no camelódromo.

O Camelódromo de Londrina reúne aproximadamente 360 estabelecimentos comerciais. Predominam o comércio varejista de artigos de vestuário e, principalmente, de produtos eletroeletrônicos. Um ponto que nos chamou atenção desde a pesquisa de iniciação científica, foi o fato do camelódromo de Londrina possuir um presidente, com o objetivo de sempre manterem o nível de organização do prédio, cobrança de aluguel, contas, entre outros assuntos importantes.

Depois de muitas tentativas, conseguimos agendar uma entrevista com o atual Presidente, que nos recebeu muito e bem e nos forneceu informações importantes sobre o funcionamento do camelódromo.

Começamos perguntando pelo perfil do entrevistado: *“Me chamo Fernando, estou há um ano à frente do camelódromo e atuo somente aqui”*.

Sobre o perfil da entidade, qual a função que ele exerce e quais suas responsabilidades como presidente do camelódromo:

Antes de tudo para ser o Presidente do Camelódromo você precisa ser ter um box e trabalhar aqui, ter todas as contas pagas e aluguel em dia. Depois você se candidata para concorrer e todos os comerciantes são obrigados a votar, a cada dois anos, para depois quem tiver mais votos assumir a administração.

O camelódromo funciona da seguinte maneira: cada comerciante paga o aluguel direto para o dono do prédio e esse valor e de acordo com a localização, então, por exemplo, o cara do primeiro andar e próximo as entradas paga um pouco mais caro do que o outro que tem seu box lá no fundo, certo?

Em relação às contas de energia, água, internet, ele informou:

Depois sobre as contas, cada comerciante paga diretamente para nós da administração um valor que é calculado todo mês e nós que realizamos os pagamentos das contas de energia, água, pagamos o salário das pessoas que trabalham aqui no próprio escritório e dos seguranças que trabalham para nós aqui no camelódromo. Então, nós aqui da administração temos a responsabilidade de cobrar os comerciantes para sempre manter o camelódromo em funcionamento e organizado”.

Perguntamos sobre o total de pessoas que trabalham no Camelódromo e ele nos relatou:

O camelódromo é tão importante que ele gera mais de 800 empregos, eu acho que até mais, porque temos 360 boxes, todos aqui tem pelos um funcionário, tem muitos aqui que possuem três pessoas trabalhando. Eu mesmo tenho três funcionários. Então, se fazermos as contas, mais o pessoal da administração, limpeza e seguranças é no mínimo 800. Por isso eu falo que é mais de 900!

Ao fazermos a comparação entre as duas cidades, observamos que em Presidente Prudente, algumas destas características não foram observadas no camelódromo, pois não há seguranças trabalhando no local, não existe escada rolante (figura 15) e ar condicionado, alguns boxes têm revestimento nos pisos, o contrapiso é aparente, e não há um caixa eletrônico servindo este espaço como se observa em Londrina (figura 16). Além disso, há que se considerar que o Camelódromo de Presidente Prudente está localizado numa praça cedida

pela Prefeitura, enquanto o Camelódromo de Londrina obteve uma estrutura mais específica e planejada, sendo ela privada.

Figura 15 -LONDRINA. ESCADA ROLANTE QUE FAZ ACESSO DO PISO TÉRREO COM O PRIMEIRO ANDAR DO CAMELÓDROMO DE LONDRINA. 2018.



Fonte:Trabalho de campo, 2018.

FIGURA 16 -LONDRINA. BANCO 24 HORAS INSTALADO NO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2018.

No que se refere a outras respostas obtidas na entrevista realizada com o presidente do camelódromo de Londrina, destacamos, inicialmente, a seguinte pergunta: “No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de

alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?” Foi esclarecido que os comerciantes consideram justa essa cobrança para manter o nível de organização dentro do camelódromo, alertando que essa deveria ser a principal obrigação de todos os comerciantes, visto que o aluguel é dividido entre todos e cada um possui seu CNPJ, portanto são responsáveis por suas contas de energia.

Um dos comerciantes relatou-nos, fazendo uma crítica aos comerciantes inadimplentes:

[...] olha, eu sei que não é fácil para todos conseguirem se manterem, mas também não acho justo a maioria pagar certinho, como eu faço, e alguns não. Tem comerciante aqui que não estava pagando o aluguel, mas anda de carro novo, não fica uma coisa justa para todos, entende?

Sobre manter o nível de organização, um dos comerciantes respondeu:

[...] acho um problema grave para nosso Camelódromo, pois eu e meus amigos comerciantes mais próximos nos organizamos sempre para pagar nossos aluguéis e contas tudo nos conformes, não acho certo alguns ficarem devendo...”

Outro comerciante ainda complementou:

“Eu acho que temos que nos cobrar para deixar em dia nossas contas, porque o Camelódromo é um lugar de comércio coletivo, todos temos que cooperar. Naquela época foram feitas algumas reuniões, tinha gente que não pagava aluguel há três meses, é inadmissível. Mas foi tudo resolvido”.

Não pretendemos mostrar o Camelódromo de Londrina como uma espécie de modelo para outros espaços comerciais populares, e sim indicar que o camelódromo de Presidente Prudente tem uma relação direta com o poder público, enquanto o de Londrina está estabelecido em espaço privado. Outro ponto importante é que o Camelódromo de Londrina, sob o ponto de vista da organização, tem uma ONG que estrutura e normatiza esse espaço comercial e conta também com o apoio do SEBRAE, existindo assim uma normatização e um padrão organizacional, possuindo uma figura representativa do espaço comercial que no caso é o Presidente eleito a cada dois anos.

A partir de nosso objeto de estudo, os camelódromos, é que no próximo capítulo vamos buscar a compreensão da teoria dos circuitos da economia urbana, buscando fazer uma leitura do espaço geográfico estabelecendo relação entre o espaço urbano e o comércio popular, entendendo o camelódromo como uma manifestação da realidade nas cidades médias, nas áreas centrais constituídas historicamente e ocupadas por iniciativas econômicas que se caracterizam como do circuito inferior, espaço este onde recaem também as escolhas espaciais das grandes empresas do circuito superior.

CAPÍTULO 3: ANALISANDO OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA POR MEIO DOS CAMELÓDROMOS

3.1 Premissas acerca do debate

O espaço urbano apresenta características importantes à apreensão do geógrafo. O processo da globalização e os avanços, tornados possíveis pela reprodução do sistema capitalista e do conjunto de unicidades técnicas, impõem dinâmicas produtivas, econômicas e sociais, que perpassam todos os lugares e regiões do mundo, num período marcado por processos de mudanças cada vez mais velozes, principalmente, pelo uso ativo das variáveis-chave da globalização (SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2016; MONTENEGRO 2012).

A tecnificação/modernização identificada em cada momento histórico periodizado na formação socioespacial, conduz a uma nova divisão territorial do trabalho que é base para as teorias dos Circuitos da Economia Urbana (SANTOS, 2004) e dos Circuitos Espaciais da Produção e Círculos de Cooperação no Espaço (SANTOS, 1986; MORAES, 1985).

Neste capítulo, optamos por ler o espaço geográfico por meio dos dois circuitos da economia urbana, de modo a contribuir para a compreensão da reprodução e reestruturação do espaço urbano nas cidades, buscando, assim, contribuir para a análise do espaço urbano e do fenômeno urbano.

A nossa dissertação tem como um dos objetivos, compreender as articulações entre os dois Circuitos da Economia Urbana (SANTOS, 2004), a partir dos camelódromos e das principais variáveis-chave da globalização: produção, tecnociência, circulação, informação, crédito e consumo (SANTOS 2006; SILVEIRA, 2009, 2015), identificando os novos conteúdos de todo esse processo, através dos camelódromos. O interesse maior é o da compreensão da reprodução e reestruturação do espaço urbano em cidades médias, focando nas lógicas dos comerciantes desse espaço comercial, dimensão importante para a análise da relação entre a produção do espaço urbano e o comércio popular no período atual.

Com pesquisas realizadas desde 2013, nos camelódromos de Presidente Prudente e Londrina, constatamos que o circuito inferior não pode ser considerado informal, mas sim menos capitalizado, pois os agentes que compõe esse circuito geralmente são desprovidos de alta tecnologia e organização quando comparados à dinâmica dos agentes ligados ao circuito superior, porém não a ausência desses elementos.

3.2 Os circuitos da economia urbana em cidades médias

Partimos de uma premissa para a construção de nosso pensamento: compreender a realidade do mundo contemporâneo, através dos processos de urbanização, de acordo com o atual modo de produção e suas variáveis complexas - produção, tecnociência, circulação, informação, crédito e consumo (SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2009, 2015).

Desde a elaboração da teoria por Milton Santos na década de 1970 até os dias atuais, os estudos sobre os circuitos estão concentrados na explicação das metrópoles, portanto, as variáveis da teoria são mais complexas e expressivas nas cidades metropolitanas, como, por exemplo, São Paulo e Buenos Aires¹⁸. Propusemo-nos a enfrentar o desafio de realizar pesquisa que auxilie a pensar se a teoria dos circuitos da Economia Urbana poderia contribuir para pensar as cidades médias na contemporaneidade.

Propomos a seguintes questões para orientar nossa reflexão: Como a teoria dos circuitos da economia urbana permite enxergar as diferentes atividades econômicas existentes nas cidades médias? De que forma os agentes econômicos das grandes corporações e os menos capitalizados atuam nessas cidades?

No espaço urbano existe uma articulação entre o circuito superior e o inferior moldando as formas de consumo e as formas de vida das pessoas, bem como organizando o espaço. O circuito superior é constituído por atividades bancárias e financeiras, serviços modernos, comércio e indústria de exportação, atacadistas e transportadores, como resultado direto das modernizações que atingem o território. Por sua vez, o circuito inferior, constitui-se de formas de fabricação de capital não intensivo, serviços e comércio não modernos e de pequena dimensão, voltados para o consumo da população de baixa renda, sendo este um resultado indireto das modernizações (SANTOS, 2004; SILVEIRA, 2016; MONTENEGRO 2011).

Como escreveu Santos (2004), o espaço muda na medida em que o tempo e a sociedade mudam. Nesse sentido, os dois circuitos ganharam novas feições desde a proposição conceitual deles nos anos 1970, quando foi elaborada a teoria. Esse processo de mudança é marcado por transformações e uso de modo mais ativo das variáveis-chave da atual dinâmica pelos dois circuitos da economia urbana.

As cidades abrigam diferentes divisões do trabalho, que coexistem e compreendem os circuitos da economia urbana. Estes se distinguem em função das atividades econômicas,

¹⁸ Consultar o livro: “Circuitos de la economía urbana – ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo”, María Laura Silveira (coordinadora), Buenos Aires, editorial Café de las Ciudades, 2016.

segundo diferentes graus de tecnologia utilizados por cada segmento, capital intensivo e organização complexa. Quando estes são bem organizados, capital em grande circulação, trata-se do circuito superior e quando é ao contrário, trata-se do circuito inferior (MONTENEGRO, 2012).

O circuito superior melhora a sua capacidade de organização do espaço. De outro lado, o circuito inferior continua a permitir a sobrevivência de uma grande parte da população nas grandes e médias cidades. Essa “desigualdade estrutural na cidade” (SILVEIRA, 2010, p. 9) - que nos permite afirmar a existência de dois circuitos da economia urbana (SILVEIRA, 2010).

Com a proposta de entender essa teoria através do comércio popular em duas cidades médias, tomamos os camelódromos como objeto de análise, que surgiram como pertencentes ao circuito inferior da economia urbana na década 1990, caracterizados por serem desprovidos de tecnologia, com capital reduzido e sem nível organizacional. Como ressaltado no capítulo anterior, esses espaços comerciais geralmente são instalados no Centro Principal dessas cidades, próximos a terminais urbanos e lugares de grande circulação de fluxos, articulados e convivendo com os representantes do circuito superior, caracterizado pelos grandes agentes econômicos e financeiros que dominam o mercado com seu poderio financeiro e sua capacidade de expandir de forma constante.

As cidades contemporâneas, sobretudo a metrópole devido a sua complexidade, acolhe diversas divisões territoriais do trabalho, sendo hegemônicas ou não. E dessa maneira, Silveira (2015, p. 101) afirma que “tal disparidade entre divisões territoriais do trabalho permite reconhecer dos circuitos da economia urbana que, longe de compor uma dualidade, se definem pela existência unitária e pela oposição dialética”.

É através dessa existência unitária, que segundo Silveira (2015) que os circuitos explicam a unidade do fenômeno urbano, pois cada circuito influencia de alguma maneira o outro e é necessário apreender o urbano como um movimento infinito, caracterizando como fenômeno. É um fato que cada circuito está dotado de significados e características, mas deve ser destacada a origem comum dos circuitos nas cidades dos países periféricos (SILVEIRA, 2015).

Por isso, explicar a urbanização contemporânea, como afirmou Silveira (2016), permite-nos retratar as manifestações relevantes e explicativas da realidade. Os circuitos são categorias analíticas que se complementam e nos ajudam a compreender muitas coisas, dentre elas, o que a autora considera como fenômeno urbano: “pensamos que los circuitos de la economía urbana son elementos analíticos - categorías - que permiten retratar ciertas

manifestaciones relevantes y explicativas de lo existente, es decir, del fenómeno urbano. (SILVEIRA, 2015, p. 102).

É importante observar a divisão territorial do trabalho e as formas de consumo que se dão, analisando-as através da circulação do capital, do grau de tecnologia e da organização do território, afirmando, assim, que os dois circuitos são apostos e distintos e, ao mesmo tempo, interdependentes (SILVEIRA, 2009; 2011; 2015).

Pensando-se nos moldes urbanos contemporâneos, é inegável a indissociabilidade entre os circuitos, o campo e a cidade, e as economias políticas das cidades, pois nunca houve tanta interdependência explicativa entre esses pares como no período atual (SILVEIRA, 2009).

Originado diretamente do alto grau de domínio da tecnologia, complexidade e da organização, encontra-se o circuito superior da economia urbana. Este se robustece, ainda que seletivamente, em grandes cidades e nas cidades médias. As atividades modernas necessitam cada vez mais novas relações interurbanas, dialogando entre si para compor este nível da economia superior (SILVEIRA, 2015).

É importante frisar que este circuito possui uma relação intrínseca com o circuito inferior, pois eles são indissociáveis (SILVEIRA, 2015). Na atual conjuntura do poder econômico e territorial, os grandes grupos econômicos estão se fortalecendo nos chamamos de holdings e/ou oligopólios, com um intenso processo de fusões e aquisições, cuja internacionalização está em evidência (SILVEIRA, 2015). Assim, podemos considerar uma certa tendência de concentração e centralização em ebulição.

Montenegro (2013, p. 38) define o circuito superior da economia urbana, retratando os principais agentes e representantes, que são um resultado direto da globalização:

O circuito superior - composto pelos bancos, comércio e indústria de exportação, indústria moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores - é o resultado direto das modernizações que atingem o território. Seus principais representantes, no período atual, são as grandes indústrias, corporações globais e multisetoriais, empresas de consultoria, empresas produtoras de informação e de alta tecnologia.

O que vemos no mundo globalizado é o circuito superior alargado pelo território nacional, dominando-o em grande escala, com atividades modernas, o que gera grande circulação do capital, assumindo, cada vez mais, carácter de substituição da mão-de-obra pela robotização e pela automação (SILVEIRA, 2015).

Com o processo da globalização entendida como período histórico de consonância das três unicidades (unicidade da técnica; convergência dos momentos e unicidade motor [Santos, 2006]), a entrada de capital estrangeiro começou a se tornar mais frequente,

possibilitando a reprodução capitalista em escalas geográficas mais abrangentes. Para tal, tem sido necessária uma expansão territorial das empresas, alterando as relações entre as escalas, que agora passam a atingir a escala global.

A questão agora é entender as lógicas e estratégias espaciais destas empresas (SPOSITO; SPOSITO, 2017), que passam a investir em cidades médias, ampliando suas bases territoriais e redefinindo os papéis e posições dessas cidades na rede urbana:

As lógicas econômicas e espaciais, de um lado, e as estratégias espaciais, de outro, formam um par contraditório que contribui para explicar, de maneira racional, como as empresas atuam espacialmente e como decidem suas localizações na rede urbana, seja do ponto de vista de um país ou entre países (isto é, em diferentes escalas geográficas). (SPOSITO; SPOSITO, 2017, p. 475).

Os próprios autores consideram o exame dos movimentos de diferentes empresas no território e principalmente suas implicações na rede urbana uma ferramenta analítica importante para a análise da divisão interurbana do trabalho.

Ao modo em que as grandes empresas vão expandindo-se por todo território e ampliando sua topologia, de forma mais que isso esteja evidente nas metrópoles, essas características aparecem também nas cidades médias:

Nos dias de hoje e em virtude da concentração de capitais, as grandes empresas veem crescer seus lucros ao passo em que também se expandem no território. Suas topologias incluem agora as cidades médias, ainda que frequentemente estas sejam enclaves unidos por redes (SILVEIRA, 2016, p. 64).

Na formação de uma dada rede urbana com dinâmicas diversas, há uma natureza hierárquica entre as cidades. Alguns fatores conduzem o movimento de compreensão que estabelecem tais dinâmicas e que exige uma articulação entre escalas para entendê-las.

Sposito (2013) redefine as relações entre as cidades em duas perspectivas: a primeira refere-se à intensificação das relações entre diferentes redes urbanas, reconhecidas em diversas escalas, verificadas pelo aumento da frequência das interações espaciais. De outro lado, a possibilidade e a realização de interações entre cidades componentes de redes urbanas distintas, implicando num aumento na quantidade e na qualidade dessas relações, intensificando a primeira tendência destacada por ela.

As cidades médias têm se tornado espaços do capital corporativo e estão submetidas às novas condições impostas pelo capital, independentemente de qual seja a escala de atuação, assim como a abrangência da circulação e da produção (SPOSITO, 2007; CATELAN, 2014).

No entanto, para buscar entendimento de como a cidade se posiciona e se reestrutura, seria preciso ter capacidade de verificar como se relacionam os movimentos de vários atores e

como se combinam acontecimentos de diferentes importâncias. Aqui é preciso ir um pouco além da síntese de escalas e partir de atores ou acontecimentos, para buscar apreender a articulação entre eles em múltiplas escalas (SPOSITO, 2007).

Surge daí a necessidade da articulação entre atores locais, que residem e atuam nas cidades médias, que buscam a conquista do mercado para seus produtos e serviços, e os atores que são externos às cidades médias.

No período atual, compreender o local pelo local não explica mais toda a dinâmica, processos e fluxos envolvidos, é necessária uma compreensão analítica profunda, e talvez esse o papel fundamental da Geografia na contemporaneidade. Por isso, concordamos com Sposito (2013, p. 130) quando ela afirma:

Nada pode ser explicado apenas numa escala, mesmo que estejamos nos referindo à escala internacional. Toda a compreensão requer a articulação entre as escalas, ou seja, a avaliação dos modos, intensidades e arranjos, segundo os quais os movimentos se realizam e as dinâmicas e os processos se desenvolvem, combinando interesses e administrando conflitos que não se restringem a uma parcela do espaço, mesmo quando os sujeitos sociais, que têm menor poder aquisitivo, parecem atados a territórios relativamente restritos.

O centro principal das cidades abriga diferentes tipos de comércio, empresas e tamanhos, portanto, é um lugar de coexistência entre os dois circuitos, dado os diferentes momentos históricos e dada as diferentes intensidades da utilização das variáveis-chave por diversos agentes econômicos. Uma relação existente é de complementaridade e concorrência entre as empresas, pois a divisão do trabalho é base e resultado de múltiplos circuitos espaciais da produção e segmentados pelos circuitos da economia (SILVEIRA, 2015).

Podemos considerar que as grandes corporações buscam a todo o momento inovações tecnológicas com a intenção de aumentar a produtividade, ampliar a lucratividade, reduzindo os custos. Uma das estratégias é a instalação de novas firmas em cidades médias, onde, relativamente, são consideradas novas no exercício de funções comerciais.

Ao modo que as empresas passam a adotar os procedimentos tecnológicos como um fator de ampliação das próprias firmas existentes em regiões com alta capacidade industrial, fazendo com que barreiras sejam superadas como, por exemplo, exigência de maior escolaridade por parte dos trabalhadores e assim obter um maior nível organizacional, melhorar a capacidade de produção e promover a qualificação tecnológica (SILVEIRA, 2017).

As cidades médias, geralmente, não criam dificuldades para entrada desses grandes capitais, pelo contrário, se apoiam na falsa ideologia de criação de postos de trabalho em

grande quantidade e oferecem vantagens fiscais, tributárias, abrindo possibilidade para essas empresas instalarem unidades modernas.

Contudo, é evidente que as melhorias de infraestruturas são criadas para um desenvolvimento da própria cidade, mas podemos problematizar que as grandes obras realizadas pelo Estado são efetuadas de acordo com as demandas das grandes empresas, que instalam diversos circuitos produtivos, sobretudo, pela necessidade de ampliação do transporte e da logística, para colocar em movimentos esses fluxos materiais e imateriais, por isso a necessidade dos círculos de cooperação para unificação desse processo todo (SANTOS, 2006).

Quando as grandes empresas passam a dominar todo território, cresce a dependência e a subordinação das empresas de menor poder por dois motivos: primeiro, porque há uma intensa concentração técnica, econômica e financeira do circuito superior, exigindo mão-de-obra qualificada e seletiva, gerando assim menos empregos e superando escalas geográficas; segundo, porque esses agentes desprovidos de capacidade de dominação possuem menos possibilidades de usufruir de territórios bem equipados, beneficiando assim, os grandes agentes hegemônicos.

Devido à ação de dominação técnica das grandes empresas, visando fortalecer a circularidade dos produtos e mercadorias, de capital, de crédito, gerando menos emprego e, ao mesmo tempo, estimulando o consumo entre as classes de menor poder aquisitivo, aumenta a concentração desses processos no circuito superior, Silveira (2017, p. 70) afirma que

Mais capitalizado, tecnificado e organizado, o circuito superior oferece relativamente menos empregos e provoca o aumento dos consumos. Não parece coincidência que essas fusões e aquisições sejam concomitantes à expansão dos consumos creditizados das classes médias e médias baixas.

Através da ampliação das bases industriais de várias cidades médias, novos papéis da divisão territorial do trabalho são inseridos, o que, por conseguinte, provoca um crescimento econômico e demográfico delas.

Reconhecemos, deste modo, o circuito superior da economia urbana presente nesse território, exigindo atividades modernas e subordinando as já existentes, criando uma porção marginal. Esse circuito é um complemento das atividades de distribuição das grandes firmas, um grande exemplo são as empresas terceirizadas que ganham características dos outros dois circuitos da economia (SILVEIRA, 2016).

Enquanto o circuito superior “puro” permanece nos polos industriais, essa porção marginal do próprio circuito superior é um complemento das atividades de distribuição das

grandes firmas, um grande exemplo são as empresas terceirizadas que ganham características dos outros dois circuitos da economia (SILVEIRA, 2016).

Todavia, o circuito superior, por mais que nele se trabalhe com um capital intensivo e a circulação financeira seja maior, é preciso, para ampliar seus lucros, vender produtos e serviçosem todos os ramos de forma constante, visando que esse circuito englobe todas as fatias do mercado, razão pela qual jamais foi independente (SILVEIRA, 2016).

De outro lado, a expansão do circuito inferior vem se consolidando e ocupando o território em formas diferentes de organização, como, por exemplo, o camelódromo, prestadores de serviços e ambulantes, galerias, entre outros. Sendo assim, este age como “o abrigo e fornecedor de ocupação e renda para grande parte da população” (MONTENEGRO, 2013, p. 39).

Nas cidades médias, em que os chamados camelódromos, geralmente, estão localizados no Centro Principal das cidades, bem próximo aos terminais de transporte urbano e ruas importantes para o comércio cidade e os serviços urbanos, como uma forma estratégica de praticá-los e da luta pela sobrevivência.

A redefinição da divisão territorial do trabalho e da divisão social do espaço por meio de novas áreas de concentração de comércio e serviços geram uma cidade fragmentada, marcada por uma mobilidade restrita, altera o perfil dos consumidores e a densidade do consumo no Centro Principal onde está o calçadão e, conseqüentemente, há queda do número de pessoas que ali trabalham.

Talvez essa reestruturação que é tanto econômica como espacial, leve à necessidade de os camelódromos terem que competir com as próprias lojas do centro, com as lojas dos subcentros e com os *shopping centers*, dinâmicas estas que estão associadas à atualização das variáveis-chave dos circuitos da economia urbana e à reestruturação da cidade.

Segundo os resultados das enquetes aplicadas nas duas cidades em análise, o centro da cidade é o principal espaço de comércio para as pessoas que frequentam os camelódromos. Em Presidente Prudente, os abordados pela nossa pesquisa afirmaram que preferem e compram no centro principal da cidade. Das 315 pessoas que responderam as enquetes, 62,2% responderam que consomem em lojas do centro. Enquanto outras 28,6% preferem consumir nos dois *shopping centers* existentes na cidade, seguido por 9,2% pessoas que consomem de forma mais ativa nos subcentros das cidades, e revelaram que só vão ao centro quando é realmente necessário, relatando como fatores negativos a distância e a dificuldade para estacionar seus automóveis particulares na área central.

No que se refere a Londrina, das 320 pessoas abordadas, 58% disseram optar por comprar nas lojas do centro principal, para eles é o espaço onde se encontram todos os tipos de produtos que vão desde os mais caros até os mais baratos, o que mostra a forte centralidade comercial exercida pelo Centro Principal, sobretudo, o calçadão e a Rua Sergipe. Outras 33,7% pessoas responderam que preferem consumir nos *shopping centers*, e destacaram intensa relação entre lazer e consumo e, por fim, 8,3% pessoas responderam sobre consumir em lojas dos subcentros da cidade.

Silva (2008) fez uma análise da relação entre a estruturação urbana e a expressão das centralidades na cidade de Londrina, apontando para uma tendência à dispersão, sobretudo, das atividades econômicas, e por diferentes configurações da ação de poder público municipal, pois na cidade do norte do Paraná, devido à evolução da expansão territorial urbana, no início dos anos de 1980, houve transferência da sede da administração pública do município do Centro Principal para nova localização em área de expansão urbana mais recente (SILVA, 2008).

Outro aspecto levantado por esse autor diz respeito aos investimentos que potencializam a reestruturação da cidade realizada via políticas públicas, entra as quais destacamos: realização de obras fora do Centro Principal, como, por exemplo, implantação da Universidade Estadual de Londrina (UEL); construção de eixos viários (Avenida Ayrton Sena e Maringá) para integração do Shopping Center Catuaí, o principal da cidade; construção das áreas de implementação dos conjuntos habitacionais da Zona Norte, conhecidos popularmente como “Cincão”, onde atualmente há um subcentro em que se desenvolvem várias atividades econômicas, inclusive voltadas para prática do comércio informal de mercadorias, fortemente concentradas na Avenida Saul Elkind.

Segundo Montessoro (2006), vivemos na “era da *shoppinização*”, hoje as áreas comerciais são dominadas pelos *shoppings centers* e pelos *hipermercados*, vistos como espaços bem organizados e estruturados e nos quais as pessoas podem adquirir mercadorias e consumir em lugares considerados por eles adequados, combinado lazer e consumo. Além do mais, estes acabam criando subcentros, deslocando novas formas de consumo, gerando uma nova centralidade e deslocando a população do Centro Principal da cidade, como ocorre na maioria das cidades médias, inclusive em Presidente Prudente e em Londrina (MONTESSORO, 2006).

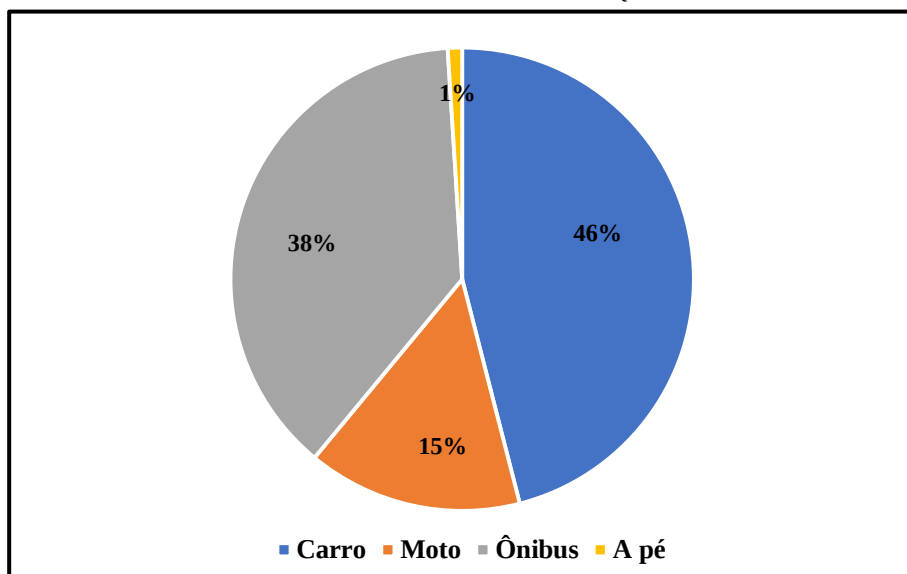
Com convergências e dispersões, com pessoas em difícil acesso para deslocar até o Centro Principal, ao mesmo tempo em que a cidade se torna fragmentada¹⁹ no que concerne ao espraiamento do tecido urbano, as pessoas consomem e vivem em frações da cidade, mesmo não sendo as cidades médias caracterizadas por grande extensão territorial e as distâncias em relação ao centro principal da cidade se intensificam. A concentração populacional passa a ser distribuída na cidade, ocupando parcelas do espaço urbano ainda não explorados, em função dos interesses da produção capitalista da cidade (SPOSITO e GOES, 2013; DAL POZZO, 2015).

A apropriação do espaço, na cidade contemporânea, é tendencialmente realizada em parcelas, ou seja, fragmentos da cidade. As pessoas se movimentam e usufruem da cidade de acordo com seus interesses, condições, necessidades, levando a escolhas que são individuais, ainda que orientadas pelo perfil socioeconômico, pela segmentação profissional, pela faixa etária entre outros fatores (SPOSITO, 2013).

A maior proximidade de subcentros e de vendedores que operam nos bairros, legal ou ilegalmente, associada a pouca eficácia dos transportes públicos que gera menor mobilidade, deve ser considerada para se compreender a diminuição de consumidores nos camelódromos. Uma das perguntas de nossa enquête foi sobre as formas de deslocamento dos consumidores até os camelódromos. Segundo os abordados, tanto em Presidente Prudente quanto em Londrina, é proporcionalmente importante a parcela que utiliza o automóvel particular para se deslocar até esta área, com 46% e 54% respectivamente (gráficos 1 e 2).

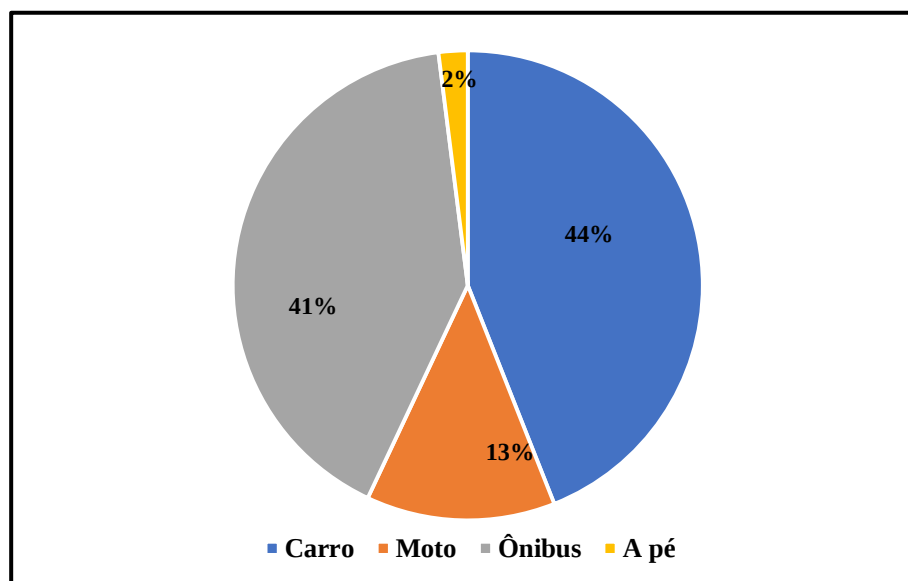
¹⁹ Não é objetivo da dissertação discutir sobre o processo de fragmentação socioespacial, na qual existe uma ampla e rica bibliografia (Amendola (2000), Salgueiro (2001, Sposito (2003; 2007; 2013), Dal Pozzo (2011, 2015) e Sposito e Góes (2013), entre outros. Mas entendemos que esse processo é uma característica da cidade contemporânea, em curso nas cidades médias, e que contribui diretamente para substituição do consumo no Centro Principal das cidades, portanto, impactando diretamente no comércio popular, que como ressaltou um dos comerciantes: “[...] já foram muito melhores às vendas no passado”.

GRÁFICO 1 - PRESIDENTE PRUDENTE. MEIOS DE TRANSPORTE DOS FREQUENTADORES DO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

GRÁFICO 2 - LONDRINA. MEIOS DE TRANSPORTE DOS FREQUENTADORES DO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

Dessa forma, toda uma dinâmica é redefinida, pois as pessoas se deslocam na cidade, seja a partir da área onde moram, trabalham, estudam, consomem, com percursos diários, alterando-se muitas vezes o tempo que necessitam para fazer esse deslocamento, ou seja, os trajetos e os tempos que compõem a mobilidade espacial. De fato, é sobre a perspectiva da relação tempo-espço na apropriação do espaço urbano que se trata (SPOSITO, 2013).

Em ambas as cidades, é possível verificar a importância dos Centros Principais na realização da prática do comércio, sobretudo, o popular, mas é necessário compreender as

dinâmicas da cidade contemporânea, sendo alvo e ao mesmo tempo base de reprodução dos grandes agentes hegemônicos, que impõe uma modernização seletiva e avassaladora no território, tornando-se fragmentada e una (SILVEIRA, 2016) - podendo ser analisada através das divisões territoriais do trabalho coexistentes em cada período na formação socioespacial promovida por diversos agentes e atores.

É nesse sentido que a modernização da cidade contemporânea, que reorganiza os fatores de produção, provoca novos processos, novas articulações urbanas, não se complementaria sem uma variável muito importante: o consumo (SILVEIRA, 2016).

Na atualidade, os novos moldes de consumo ganham força e contornos com enorme potência, principalmente pela ação das grandes empresas, gerando uma extraordinária difusão territorial e social.

Por isso, a importância de se repensar o papel que o camelódromo exerce na atual urbanização e analisar como a teoria dos dois circuitos permite enxergar essa realidade, através das variáveis-chave que lhe agregam valor na contemporaneidade.

3.3 Os camelódromos e as relações com as variáveis-chave da globalização

No que se refere à nossa análise, o camelódromo como nosso objeto de estudo, pressupõe considerar as articulações entre os circuitos da economia urbana para interpretar sua função no espaço urbano.

Nesta dissertação, propomo-nos a mostrar o que era o camelódromo na década de 1990 e o que ele representa na atual urbanização. Por isso, os camelôs que surgiram na década 1990 nas cidades médias, depois, em meados de 1995 o governo deslocou esses trabalhadores ambulantes e os situaram em locais fixo - os camelódromos -, “nasceram” para atender as demandas de um público específico, no caso, os de menor poder aquisitivo e de classes sociais consideradas baixas. Hoje, alguns comerciantes conseguem ter maior domínio da técnica, possuindo um maior nível de organização no que se refere aos produtos oferecidos e no controle dos estoques – voltaremos ao debate no próximo capítulo.

Com base nos resultados de nossa IC e, agora, tomando como referência à presente investigação de Mestrado²⁰, podemos afirmar que o perfil de consumidores desses produtos foi alterado, quando comparado àquele da década de 1990. Atualmente, segundo nossas enquetes e entrevistas realizadas com os comerciantes desse espaço, pessoas de menor e/ou

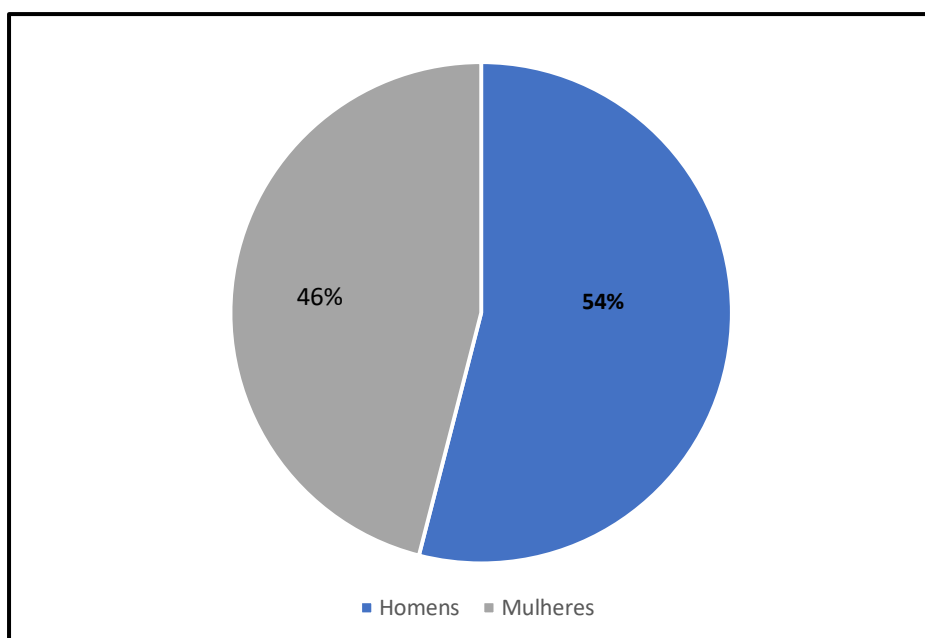
²⁰ Como plano secundário, porém não menos importante, através da aplicação de enquetes foi traçar o tipo de perfil dos frequentadores dos dois camelódromos, por meio de suas profissões e da origem espacial, tomando como referência seus locais de domicílio.

maior poder aquisitivo comprem seus produtos, identificando que o perfil dos frequentadores é de origens diversas, no que concerne às profissões/ocupações e à origem espacial, considerando-se os locais de domicílio, por mais que a maioria desses são de bairros periféricos.

Assim, a aplicação de enquetes junto aos consumidores foi de suma importância para obtermos conhecimento dos tipos de frequentadores desse espaço comercial, ocorrendo no atual cenário uma popularização do comércio com relação aos preços baixos das mercadorias de procedência chinesa, pois quando perguntamos nas enquetes “*por que consome no camelódromo?*”, as repostas mais comuns foram: “porque é mais barato; por causa dos preços”; de fato, comparando os preços dessas mercadorias consideradas como réplicas com os produtos de “grandes marcas”, há variações de preços. Debruçaremos no próximo capítulo sobre.

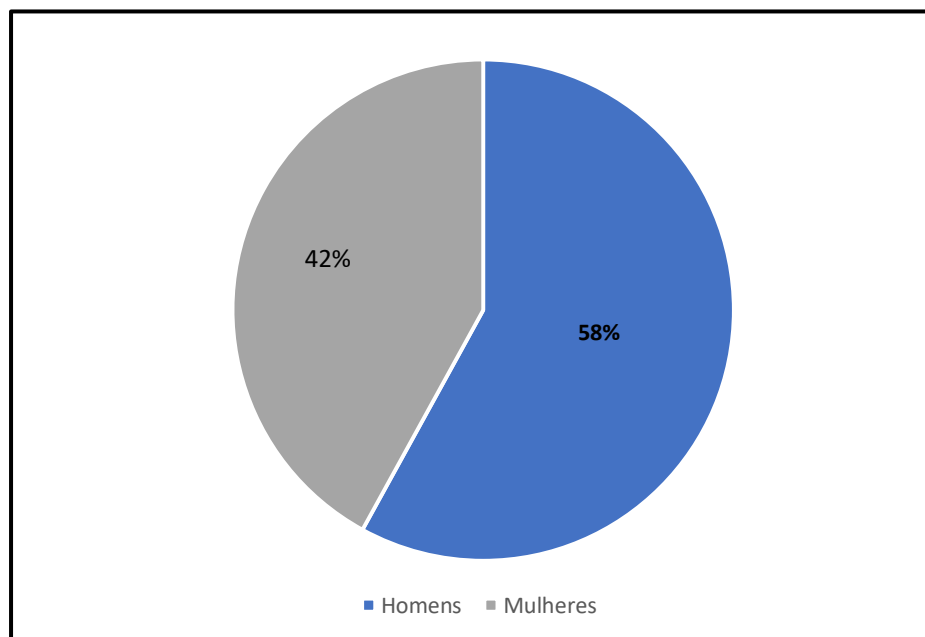
Para caracterizar esse perfil da população consumidora, começamos por tentar diversificar o universo de pesquisados, quando se aplicavam as enquetes, conforme o sexo e a idade das pessoas. Assim, abordamos tanto homens como mulheres tentando equilibrar a quantidade de entrevistas, conforme mostram os gráficos:

GRÁFICO 3 - PRESIDENTE PRUDENTE. PORCENTAGEM DE ENTREVISTADOS DE ACORDO COM O SEXO NO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

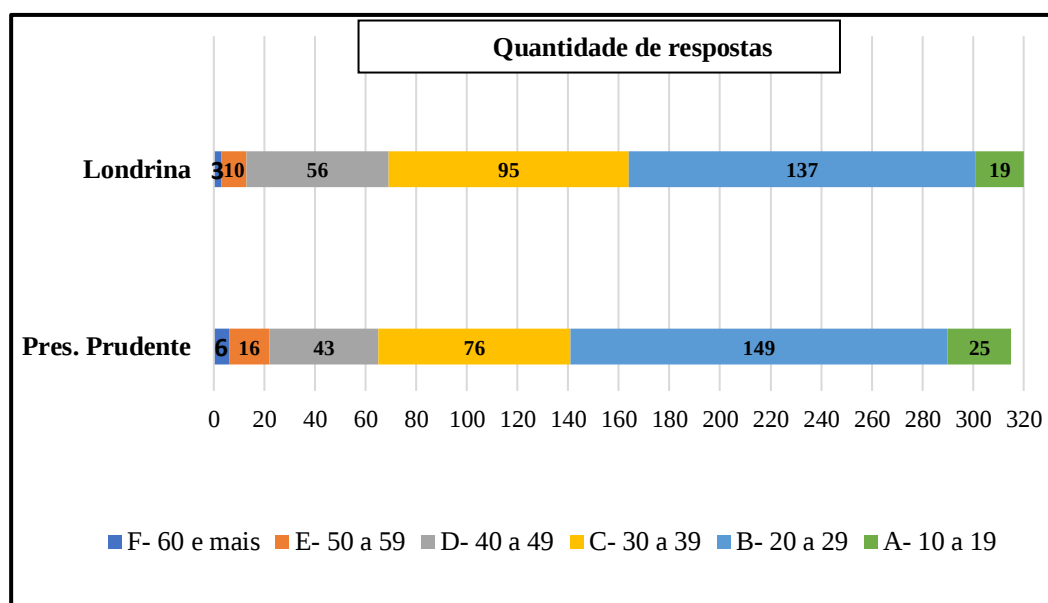
Gráfico 4 - LONDRINA. PORCENTAGEM DE ENTREVISTADOS DE ACORDO COM O SEXO NO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

Com o mesmo objetivo, abordamos também pessoas de todas as idades, desde jovens até idosos, conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 5 - Presidente Prudente e Londrina. Número de entrevistados segundo a faixa de idade, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

Assim, identificamos com a letra A, pessoas entre 10 a 19 anos, que corresponderam a 25 pessoas do total dos 315, e 19 dos 320 respondentes das enquetes, nas cidades de Presidente Prudente e Londrina, respectivamente. Geralmente eram adolescentes que estavam acompanhados das mães, ou estavam comprando jogos de videogame e bonés. Alguns estavam até com os uniformes das escolas da cidade.

A letra B corresponde a pessoas entre 20 a 29 anos, faixa com maior número de pessoas entrevistadas em Presidente Prudente (149) e em Londrina (137). As duas cidades têm a característica de serem ‘universitárias’, com muitos alunos estudando em uma das faculdades que possuem, sendo, assim, um polo regional para as outras cidades do entorno, o que reforça o oferecimento e a importância deste serviço. Outro fator é o interesse de jovens por produtos relacionados ao setor tecnológico: celulares e acessórios; videogames e seus acessórios; caixas de som; etc.

A faixa de idade relativa à letra C teve uma grande quantidade de respondentes também, com pessoas entre 30 a 39 anos. Em Presidente Prudente foram 76 pessoas e em Londrina 95 pessoas pertencentes a essa faixa de idade.

Na letra D, estão as pessoas de 40 a 49 anos, com 43 e 56 respondentes, respectivamente. No camelódromo de Londrina, o destaque é para o público masculino, pois dos 56 que responderam, 40 foram desse gênero. Diferentemente do camelódromo de Presidente Prudente, com boxes entre os quais muitas eram mulheres que circulavam com os filhos e outros membros da família, sempre estavam com sacolas nas mãos de lojas do centro e consumindo.

As letras E e F, correspondem aos respondentes de 50 a 59 anos e 60 e mais, os quais foram 6 em Presidente Prudente e 3 pessoas em Londrina, respectivamente. No camelódromo de Presidente Prudente, foi notável a presença de pessoas com mais idade caminhando pela praça devido ser um espaço público aberto, paradas perto da banca de jornal, outros conversavam com alguns donos dos boxes, como por exemplo, os que vendem artigos para pesca. No camelódromo de Londrina, isso não era comum, por ser um espaço de ambiente fechado, ou seja, outro fator decorrente da situação geográfica de cada camelódromo.

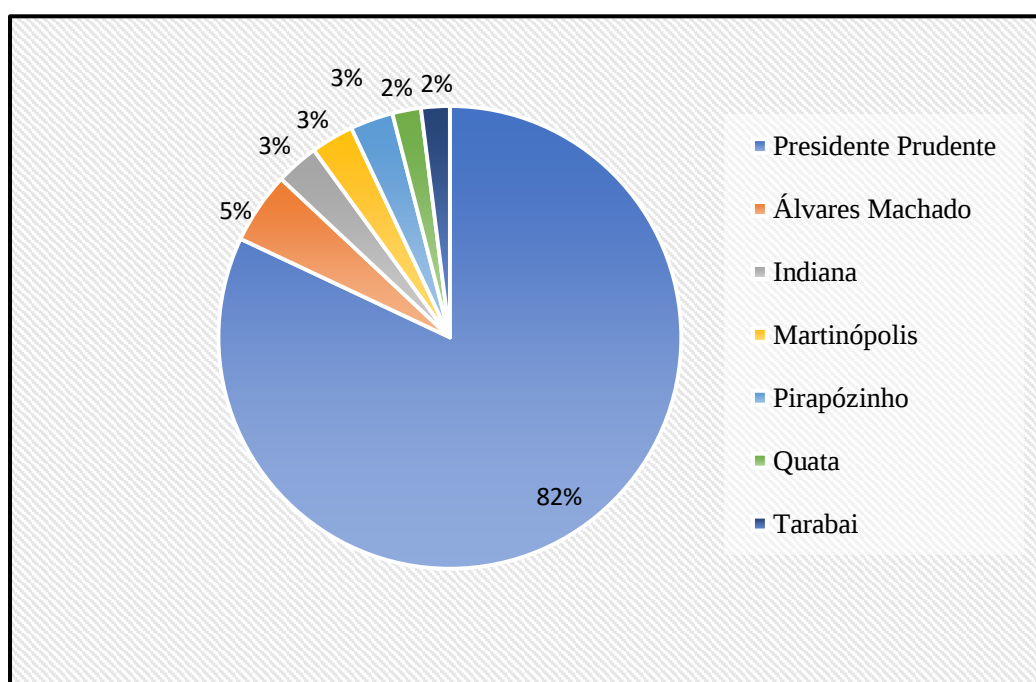
Em suma, os camelódromos são mais frequentados por um público jovem, principalmente da faixa etária entre 20 e 29 anos, conforme podemos analisar de acordo com nossas enquetes o que está representado graficamente, predominando a cor azul com a letra B.

No que se refere às profissões/ocupações, tanto em Presidente Prudente quanto em Londrina, as respostas foram bastante variadas, obtendo-se um leque significativo de ramos profissionais entre os que consumiam naquele espaço (anexo 4). Mais uma evidência de que o camelódromo não é um local frequentado apenas por pessoas de segmentos socioeconômicos mais baixos, pois envolve todas as camadas da sociedade, como se pode depreender das filiações profissionais informadas.

No que concerne à origem espacial, considerando-se os locais de domicílio, foi possível ver que aqueles que frequentam os camelódromos são dos mais variados bairros das duas cidades, conforme o anexo 5.

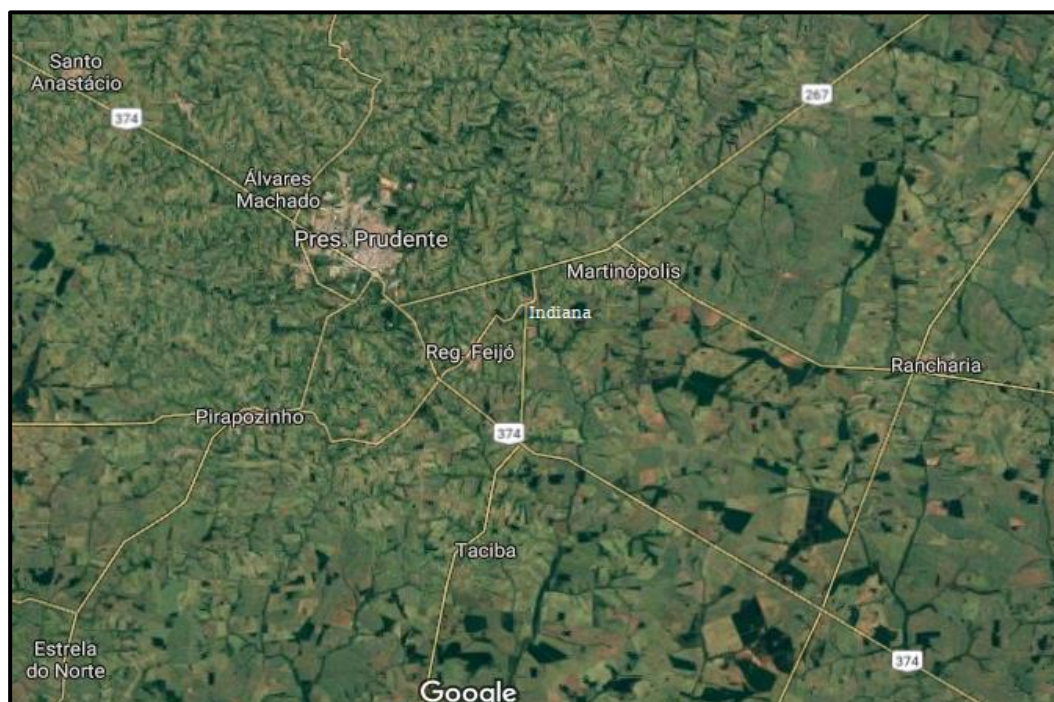
A seguir, apresentamos os Gráficos 6 e 7 e as Figuras 17 e 18, com o fluxo de pessoas oriundas e a proximidade dessas cidades do entorno próximas a Londrina e de Presidente Prudente, que se deslocam para consumir nestas cidades médias, mostrando importância dos camelódromos para suas respectivas regiões. Em Presidente Prudente, correspondeu a 18% dos frequentadores deste espaço; em Londrina, a porcentagem foi de 16%, evidenciando os papéis importantes que as duas cidades exercem na região e na escala da rede urbana, no que se refere ao consumo popular e à concentração espacial do comércio e de serviços, com uma forte polarização no potencial de consumo dessas mercadorias.

GRÁFICO 4 - PRESIDENTE PRUDENTE E REGIÃO. CIDADES DE RESIDÊNCIA DOS QUE CONSUMEM NO CAMELÓDROMO. 2018.



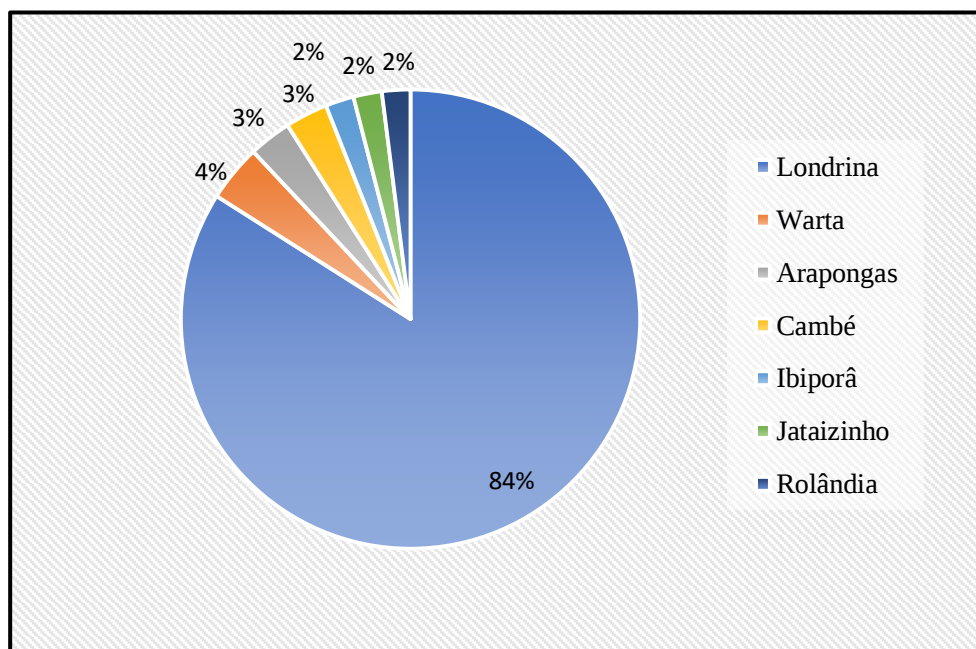
Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

FIGURA 17- PRESIDENTE PRUDENTE E REGIÃO. LOCALIZAÇÃO DAS CIDADES DE RESIDÊNCIA DOS FREQUENTADORES DO CAMELÓDROMO, 2018



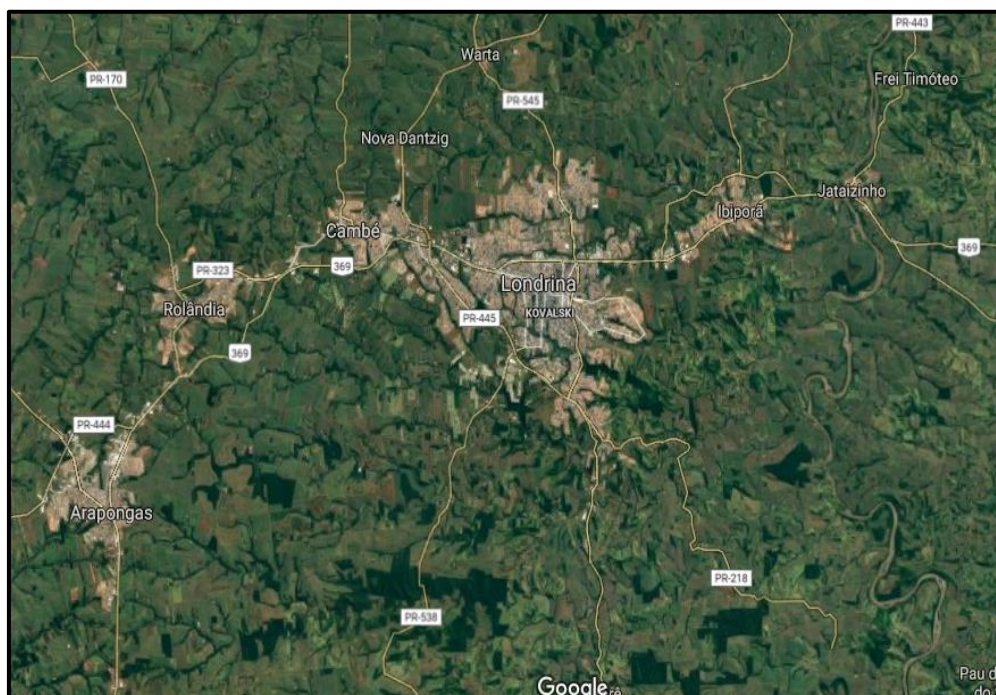
Fonte: Imagem Google 2018.

GRÁFICO 5 - LONDRINA E REGIÃO. CIDADES DE RESIDÊNCIA DOS QUE CONSOMEM NO CAMELÓDROMO, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

FIGURA 18 -LONDRINA E REGIÃO. LOCALIZAÇÃO DAS CIDADES DE RESIDÊNCIA DOS FREQUENTADORES DO CAMELÓDROMO, 2018.

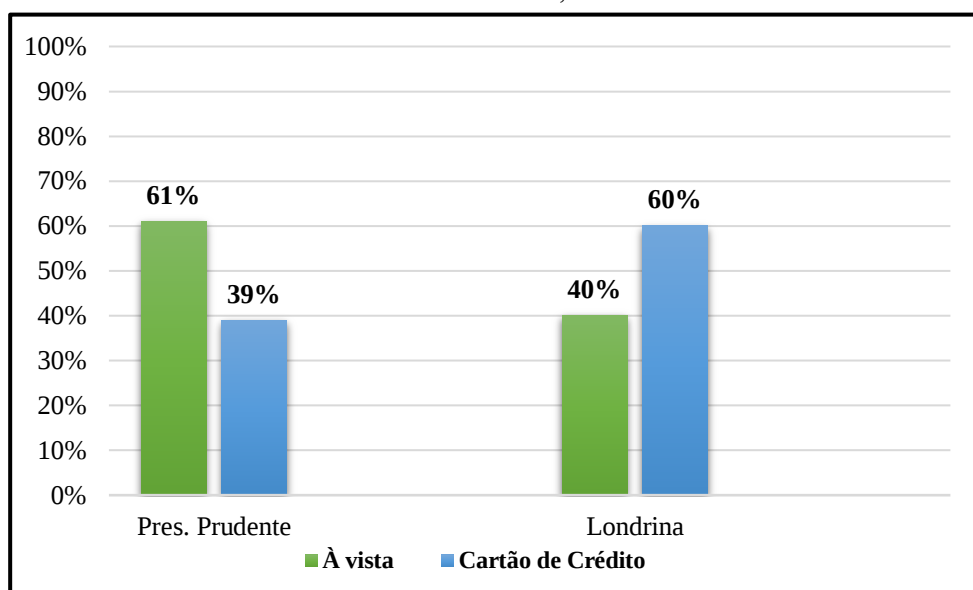


Fonte: Imagem Google 2018.

No que concerne às variáveis associadas à importância do sistema bancário à crescente incorporação de máquinas de cartões de crédito e débito é uma dinâmica aderida recentemente por esses comerciantes. Por exemplo, nas entrevistas realizadas com esses agentes perguntamos: *“Quais formas de pagamento são possíveis no seu box, além do pagamento à vista?”*. Por exemplo, nas entrevistas realizadas com esses agentes perguntamos: *“Quais formas de pagamento são possíveis no seu box, além do pagamento à vista?”*. Todos com os quais realizamos entrevistas e aqueles com que conversamos informalmente, só trabalham com dinheiro e cartão de crédito. Outras formas de pagamento como, por exemplo, cheques, vales-refeições, vale-transporte, etc., não são aceitos. Em Londrina, todos os comerciantes possuem máquina de cartão de crédito, o que propicia que 60% das pessoas que responderam as enquetes comprem via cartão de crédito ou débito. Diferentemente do camelódromo de Presidente Prudente²¹, em que uma porcentagem relativa dos comerciantes possui máquina de cartão, obtendo-se assim o pagamento à vista como principal (61% dos consumidores).

²¹ Um dado curioso chamou atenção: ao questionar as pessoas sobre o porquê de não utilizar os cartões de crédito no camelódromo da cidade paulista, algumas relataram certa desconfiança de utilizar essa forma de pagamento, com medo e receio de clonagens de cartão, ou de não se debitar a quantia correta, ou seja, devido ser este um espaço denominado “informal” e precário, as pessoas tem certo temor sobre utilização de cartão de crédito, sendo esse, outro fator, somado pouco interesse dos comerciantes em não criar vínculos bancários e, em função de neste tipo de comércio, os preços serem menores, as pessoas preferem pagar à vista.

GRÁFICO 6 - PRESIDENTE PRUDENTE E LONDRINA. FORMAS DE PAGAMENTO REALIZADAS PELOS CONSUMIDORES NOS CAMELÓDROMOS, 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

Dessa forma, a utilização das máquinas de cartão e, conseqüentemente, o vínculo bancário estabelecido acabam por ampliar os nexos econômicos e/ou financeiros entre os dois circuitos, visto que no inferior não se trabalha mais, somente, com pagamentos à vista ou fiado, atualmente, as máquinas de cartões fazem parte deste processo, sobretudo por meio da estratégia de venda dos comerciantes dos camelódromos, assim como a atual expansão do crédito pessoal dos consumidores. O circuito superior multiplica suas vendas nas camadas mais pobres da sociedade, oferecendo poder de compra a essas pessoas, através das finanças via crédito (SILVEIRA, 2011).

Assim, como afirma Silveira (2011, p. 13):

Si los nexos financieros inherentes al circuito inferior son el dinero líquido y el fiado, la creciente incorporación de máquinas de tarjetas de crédito y débito en los pequeños establecimientos y en ciertas ferias, así como la expansión actual del crédito y su desburocratización son datos perturbadores para tal circuito.

Em uma das entrevistas realizadas, um dos comerciantes nos relatou que muito de seus clientes estão “afundados nas dívidas” e que já tentaram comprar produtos de 100 reais e o cartão não foi aceito por falta de pagamento, porém não deixavam de consumir o produto efetuando a compra via outro cartão de crédito disponível.

Montenegro (2011) afirma que os trabalhadores do circuito inferior utilizam as variáveis-chave da atual dinâmica global de maneira ativa, adaptando-se ao uso e resistindo à

dominação imposta pelos grandes agentes hegemônicos, por isso a transformação de variáveis determinantes da ação globalizante em variáveis dominantes (SANTOS, 2006), devida à crescente incorporação e aumento das possibilidades de agentes desprovidos de domínio dessas variáveis entre atores não hegemônicos.

O circuito inferior beneficia-se indiretamente da propaganda e do *marketing* que são gerados pelos grandes capitais, principalmente com a arte da imitação (SILVEIRA, 2015), ou seja, venda de réplicas, e o uso do cartão de crédito. Beneficia-se das técnicas modernas implantadas nos produtos vendidos.

Contudo, há uma forte concorrência, quando se trata da financeirização, pois as propagandas atraem cada vez mais as pessoas de classes mais baixas, para consumir nas grandes lojas (SILVEIRA, 2008). Todo esse benefício, que ocorre de forma indireta, não adquire total eficiência. Quando se trata da questão da marca, a atração criada pelos agentes do circuito superior é maior, talvez criado num mundo simbólico frente ao consumo das melhores marcas e qualidade, a partir desta, é que surgem as multiplicações das imitações.

A grande diferença nas formas de articulação dos dois circuitos da economia urbana é entender que não é a carteira assinada e os direitos garantidos pelos trabalhadores que vão distingui-los e sim a diferença de capital entre os agentes econômicos envolvidos. É por isso que, no circuito inferior, no lugar de grande capital empregado no processo de tecnificação da produção está, então, a mão de obra intensiva (SILVEIRA, 2015).

O interessante do circuito inferior são as atividades econômicas, porque as pessoas podem trabalhar nesse circuito e consumir no circuito superior, por exemplo. Podemos afirmar que o circuito inferior é um modo de participar nessa circulação de capital hegemônico.

O circuito inferior caracterizado pela utilização de capitais reduzidos, fabricação e comércio em pequenas quantidades, trabalho familiar, autônomo ou acordos pessoais entre patrão e funcionário, prestação de serviços, arte da imitação, é um resultado indireto da modernização e uma de suas feições no atual período é utilizar os avanços modernos impostos através das variáveis-chave da globalização (MONTENEGRO, 2012).. Podemos reconhecer esse circuito como um resultado indireto do acontecer hierárquico impostos pelos grandes agentes hegemônicos

[...] o circuito inferior é hoje o resultado indireto de um acontecer hierárquico portador de um novo sistema técnico e político, nascido das privatizações e da redução das funções do Estado, cujas manifestações mais visíveis são demissões, normatizações, reduções de custos, normas de “flexibilidade trabalhista”, terceirização, robotização, etc. (SILVEIRA, 2008, p.10).

3.4 Os comerciantes dos camelódromos a relação com a porção marginal do circuito superior

O que predomina hoje no mundo do trabalho contemporâneo são os processos de tecnificação, normatização e cientificização (SILVEIRA, 2016). O que não dispõe amplo domínio dessas variáveis e não pode usufruir de tal adjetivação, não interessa para o circuito superior “puro”, passando a procurar outras formas que utilizem de modo menos intenso, no caso uma porção marginal do próprio circuito superior ou o circuito inferior.

Sendo assim, Silveira (2008, p. 6) afirma que

Um olhar sobre as formas de trabalho e suas relações com o meio construído permite refletir sobre os conteúdos existenciais do espaço, isto é, a vida e as técnicas, que indicam como o território é utilizado. As formas de trabalho que compõem o circuito inferior e, por vezes o circuito superior marginal, no período atual podem ser vistas como divisões do trabalho espontâneas que nascem nos interstícios do circuito superior.

Dada a identificação de algumas dinâmicas das atividades modernas nos dois camelódromos, poderíamos reconhecer esse tipo de comércio como uma porção marginal do circuito superior? De fato, qual a definição desse circuito? Qual é a sua escala de ação? É um circuito intermediário ou complementar? É um circuito onipresente nas cidades médias? Qual é o papel do Estado nesse ordenamento todo?

A complexidade do circuito superior é tão alta, que pode gerar outras ramificações. Por isso a importância de considerar este circuito fragmentado, visto que algumas empresas não conseguem participar do capital hegemônico e, assim, subdividindo-se, tendo uma diferença de técnicas, organização, de informação e do dinheiro.

Santos (1994, p. 96) destaca a importância desse circuito com a ideia de complementariedade:

Em certas cidades, alguns ramos industriais não existiriam sem o circuito superior marginal. O circuito superior “puro” e o circuito superior marginal “trabalham juntos, utilizando a cidade como um mercado unificado de mão-de-obra, de economias externas, de capital e o lugar de um consumo também unificado”. Graças às diferenças de técnica e organização há, mais que complementaridade, uma verdadeira cumplicidade ao nível de mercado.

Devido ao adensamento e expansão das modernizações e das dinâmicas globais impostas no meio construído, a consequência é uma divisão do trabalho mais complexa e segmentada nesse espaço ou “divisões do trabalho espontâneas”, o que torna necessário novos conteúdos com níveis de organização para articular os processos produtivos.

No entanto, a realização de certas atividades não interessa aos grandes agentes hegemônicos, o que acaba sendo responsabilidade de empresas médias e pequenas, eis a caracterização e atuação da porção marginal do circuito superior “que se torna, ao mesmo tempo, mais significativa e mais difícil de definir e caracterizar nos dias de hoje” (SILVEIRA, 2014, p. 338).

Dentro das caracterizações dos circuitos da economia, Silveira (2008) chama atenção e destaca a porção marginal do circuito superior, que está ligada a um capital moderno e que é funcional à divisão territorial do trabalho. Há associação à difusão das variáveis modernas/determinantes, porém em função dos materiais e demandas que marcam um ritmo de trabalho, associadas à sua condição de vulnerabilidade, assemelham-se ao circuito inferior da economia. Por isso,

[...] o circuito superior marginal é funcional à divisão territorial do trabalho hegemônica, ou deixou de sê-lo propriamente no instante anterior, permanecendo apenas no exercício de funções diretas embora menos significativas ao trabalho moderno. (SILVEIRA, 2008, p.9).

Longe de ser um “terceiro circuito”, a porção marginal tem relação entre as empresas que possuem dominação das variáveis-chave e aqueles agentes que cumprem tarefas de complementariedade, sendo indispensáveis para complexidade de todo processo geral.

Como consequência, esses agentes dessa porção não são capazes, ou com baixa possibilidade, de fixar o preço dos produtos e dos serviços que são oferecidos. Por isso, podemos relacionar que alguns comerciantes dos camelódromos são pertencentes a essa porção marginal. Os mesmos não são capazes de produzir os seus produtos e fixar preços, pois seguem uma tendência do mercado de acordo com os lançamentos dos produtos, com preços pré-fixados e que dependem de outros agentes para as mercadorias adentrar o território brasileiro e finalmente nos respectivos boxes.

Esses agentes da porção marginal possuem uma vida efêmera e que estão totalmente dependentes das mudanças ligadas a produção promovidas pelos grandes agentes (SILVEIRA, 2014). Assim, não conseguem de fato integrar-se ao circuito superior “puro”, porém age em função do circuito moderno e podendo se consolidar.

Como nos asseverou Santos (2004 [1975]), essa porção marginal é considerada a partir das empresas advindas do uso das técnicas e formas de organização menos modernas, com demandas menos robustas. Ou seja, empresas ou certos espaços comerciais utilizam-se das variáveis-chave, mas estão ao mesmo tempo subordinadas a forças externas maiores, tornando-se uma porção residual ou emergente das atividades de fabricação (DAVID, 2016).

Assim, concordamos com a mesma autora, quando podemos reconhecer essa porção marginal via fenômeno técnico em outras atividades econômicas, inclusive reconhecer certos comerciantes dos camelódromos como inseridos nessa porção:

Graças ao fenômeno técnico contemporâneo, pensamos ser possível reconhecer a existência de uma porção marginal em outras atividades econômicas, como o comércio e os serviços, sem que isso implique a conformação de um circuito intermediário ou terceiro circuito. (SILVEIRA, 2014, p. 343).

Podemos afirmar que esse circuito tem a sua própria solidariedade organizacional, ainda que de modo seletivo e com menos recursos, sem os mesmos moldes e padrões do circuito superior, mas é uma possibilidade concreta e presente nos agentes menos capitalizados (SANTOS, 2006). Por exemplo, o uso do cartão de crédito não decorrente e simplesmente de copiar o circuito superior, e sim, estabelecer também uma lógica organizacional do seu trabalho para que ele possa competir e garantir uma estratégia de sobrevivência econômica.

Há, então, o acontecer hierárquico entre os circuitos, que na verdade é a interdependência dos eventos, como tendência a uma articulação muito bem engajada da técnica, da informação, das finanças e do consumo, presente no circuito superior para que se reproduza o capital, enquanto o circuito inferior tenta reproduzir essa articulação (SILVEIRA, 2015).

É nesse sentido, que se trata da solidariedade organizacional. Pois, são espaços de interação social com princípio de organização numa atividade econômica, criando normas dentro desse espaço e mantendo relações normativas. Essas relações estabelecidas entre os comerciantes se tornam forma via técnicas de ação (SANTOS, 2006).

Esses comerciantes possuem o domínio em adquirir os produtos, por mais que não sejam capazes de produzirem os mesmos. Ademais, possuem a clareza do nível de organização, de modo que ao se organizarem estabelecem círculos de cooperação no espaço, sendo uma forma de agregar valor aos seus produtos, via circuitos espaciais da produção.

De fato, existe uma articulação e uma solidariedade orgânica, no sentido reorganizarem-se para resistir às formas de reprodução do capital imposta pelos grandes agentes hegemônicos pertencentes ao circuito superior. Talvez, possamos falar de uma existência de “formas culturais” entre os menos capitalizados, em que utilizar ferramentas e mecanismos para se defender da presença avassaladora das variáveis que dominam, onde a sobrevivência é a motivação.

Por fim, foi elaborado no quadro 3 na tentativa de resumir as principais características dos dois circuitos da economia urbana, para ao mesmo tempo fazer uma comparação entre a forma como Milton Santos enxergava-os, na década de 1970, e como alguns autores enxergam-lhes hoje, na utilização das variáveis-chave da dinâmica global de forma mais ativa, com destaque para Silveira (2008, 2009, 2015 2016), que é a principal autora contemporânea que trabalha com o tema. Dessa forma, o quadro foi extraído de Santos (2004) e complementado por nós, de acordo com as leituras realizadas (destacado em negrito):

QUADRO 3 - OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA, SEGUNDO SANTOS E SILVEIRA. 2018.

	CIRCUITO SUPERIOR	CIRCUITO INFERIOR
<i>Tecnologia</i>	Capital intensivo.	Trabalho intensivo.
<i>Organização</i>	Potencial de criação considerável.	Arte do imitativo.
<i>Capitais</i>	Importantes.	Reduzidos.
<i>Emprego</i>	Reduzido, visto que se utilizam da variável ‘capital intensivo’.	Volumoso. Raramente é permanente, e sua remuneração varia entre o limite ou abaixo do mínimo vital.
<i>Assalariado</i>	Dominante.	Não-obrigatório.
<i>Estoques</i>	Grande quantidade/ alta qualidade.	Pequena quantidade/qualidade inferior.
<i>Preços</i>	Fixos em geral.	Submetidos à discussão entre comprador e vendedor.
<i>Crédito</i>	Bancário institucional.	Pessoal não-institucional, porém, desburocratizado e surgimento de financeiras e bancos que proporcionam este.
<i>Lucro</i>	As manipulações dos preços supõem uma margem de lucro contabilizável por longos prazos.	Trata-se de acumular capitais indispensáveis à continuidade das atividades e à sua renovação em função dos progressos técnicos. Questão de sobrevivência.
<i>Relações com a clientela</i>	Impessoais e/ou com papéis/ Dependendo do produto é uma clientela mais específica.	Diretas, personalizadas. Produtos para todos os tipos de cliente.
<i>Custos fixos</i>	Importantes.	Desprezíveis.

<i>Publicidade</i>	Necessária e importante para divulgação de novos produtos.	Nos dias atuais é necessária também, pois advém da arte imitativa e a propaganda ajuda a venda dos produtos.
<i>Reutilização dos bens</i>	Nula.	Frequente.
<i>Overhead capital</i>	Indispensável.	Dispensável.
<i>Ajuda governamental</i>	Importante.	Quase nula.
<i>Dependência direta do exterior</i>	Grande, atividade voltada para o exterior.	Reduzida.
<i>Escala</i>	Vai ordinariamente buscar articulação fora da cidade e de sua região, chegando até outro país.	Encontra os elementos de sua articulação na cidade e sua região.

Fonte: Quadro extraído de SANTOS (2004, p.44) e complementado pelo autor, com base em: SILVEIRA (2008, 2009, 2015, 2016); MONTENEGRO (2011, 2012).

4. CIRCUITOS ESPACIAIS DA PRODUÇÃO E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO NO ESPAÇO: MERCADORIAS MADE IN CHINA EM ROTAS DE TRANSIÇÃO

Carregada de conflitos e paradoxos, é necessário compreender a cidade como uma totalidade. É o espaço onde ocorre a reprodução do capital e ao mesmo tempo lugar da reprodução da vida social, buscando compreensão das engrenagens que a compõe em todas as dimensões de sua existência, que envolve muito mais que a relação entre trabalho-capital-consumo; a vida das pessoas é fundamental (ARROYO, 2008).

Conforme aumenta o número de agentes e de atividades econômicas no espaço urbano, maior é seu dinamismo. No período atual, as variáveis-chave da dinâmica global ganham novos conteúdos e articulações, e os diferentes agentes passam a utilizá-las de forma mais ativa (MONTENEGRO, 2011), como, por exemplo, os agentes menos capitalizados dos camelódromos de Presidente Prudente e Londrina. Assim, as cidades atuais passam a sintonizar os novos ritmos da aceleração contemporânea, facilitando essa interdependência entre as variáveis-chave no espaço geográfico.

O objetivo desse capítulo é compreender a lógica dos comerciantes dos camelódromos em análise, suas estratégias comerciais para adquirir os produtos, como são estruturados seus estoques e quanto tempo é necessário para realizar novas aquisições. Para isso, é preciso examinar a trajetória espacial das mercadorias, estudar suas origens, o modo como são transportadas e realizada a distribuição para os boxes dos camelódromos de Presidente Prudente e Londrina e o consumo final, contribuindo para a compreensão das relações entre espaço urbano e o consumo de mercadorias do comércio popular no período atual.

Do ponto de vista conceitual, para analisar tais dinâmicas, tomamos como referência o conceito de circuitos espaciais de produção que formam um par dialético com os círculos de cooperação no espaço, com base em Santos, (1986;1988), Santos e Silveira (2006); Moraes (2017, [1985]), Arroyo (2001; 2008; 2012; 2017), Bomtempo e Sposito (2012), Castillo e Frederico (2010; 2017), entre outros autores que trabalharam com esse tema em suas pesquisas.

O esforço é de aproximar esses conceitos com os dois circuitos da economia urbana, propostas teórico-conceituais desenvolvidas por Milton Santos, que são tratadas numa perspectiva diferente, porém de maneira que se complementam e se dialogam.

4.1 Os circuitos espaciais da produção e os círculos de cooperação no espaço na cidade contemporânea

Santos e Silveira (2001, p. 143) afirmam que para compreender o “funcionamento do território é preciso captar o movimento”, dada a divisão territorial do trabalho em que há uma repartição das diversas atividades em cada porção do espaço, com inúmeras especializações, que foram se inovando conforme as modernizações técnicas passaram a dominar o espaço geográfico. Por essa razão, a importância de compreender o movimento, surgindo à proposta dos circuitos espaciais da produção, que são “definidos pela circulação de bens e produtos e, por isso, oferecem uma visão dinâmica, apontando a maneira como os fluxos perpassam o território” (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p.143).

Devido a propagação do fenômeno técnico e das modernizações no território, a segmentação das etapas de trabalho intensifica o conjunto de trocas e de relações sociais entre os lugares. Não podemos falar apenas de circuitos regionais de produção, e sim em subespaços articulados a múltiplas escalas regidos por uma lógica global de especialização dos lugares e que após a corporificação das variáveis-chave passou a ser interpretado como circuitos espaciais da produção, justamente pela necessidade de um circuito mais abrangente, dada a coexistência de divisão do trabalho em diferentes escalas e alcances espaciais (SANTOS, SILVEIRA, 2001).

Estas sucessivas divisões do trabalho não se realizam independentemente dos fluxos, onde há diversos circuitos, criando-se o que Santos e Silveira (2001, p. 144) interpretaram como “solidariedades entre os elementos novos e herdados”, dada a cada convergência de momentos e das novas formas modernas e antigas se complementam por distintas combinações técnicas e sociais do trabalho (SANTOS E SILVEIRA, 2001).

Segundo Moraes (1985; 2017), a ideia de circuito de produção remonta a Marx quando esse autor analisa com profundidade as contradições existentes entre a produção, a distribuição, a troca e o consumo. Deste modo, a produção não se limita a produzir em si, é necessário compreender a distribuição e a circulação das mercadorias até o consumo final. Esses elementos citados são importantes para o entendimento dos atuais circuitos produtivos da produção de mercadorias populares - chamadas réplicas ou produtos piratas -, em que a circulação ganha propriedade, demonstrando a natureza essencial dos fluxos e fixos para a realização da produção geral e a circulação desses produtos (MORAES, 1985; 2017).

Outro ponto de destaque para compreensão desse circuito é a categoria espaço. Moraes (1985; 2017) chamou atenção para a mundialização do espaço geográfico, carregado

de novos significados contraditórios. Ao mesmo tempo em que diversos pontos do globo passam a fazer parte da globalização, ganhando novos conteúdos e alterando a sua forma, eles se tornam singulares e específicos (MORAES, 1985; 2017). É mister compreender agora, cada fração do território de acordo com a lógica global, “hoje, o que não é mundializado é condição de mundialização” (MORAES, 2017, p. 25). Assim, se torna fundamental compreender a espacialidade da produção-distribuição-troca-consumo como movimento constante da circulação de mercadorias populares em todo espaço.

Somada a ideia de periodização discutida no primeiro capítulo, Milton Santos (1988; 2006) adverte ao ressaltar que a análise desse conceito está relacionada as articulações das relações de produção do passado com o atual modo de produção, indiciando o papel ativo do espaço, oferecendo a cada momento a situação de cada fração do território em função da divisão territorial do trabalho imposta.

Para entendermos a proposta de abordagem da teoria dos circuitos espaciais da produção de mercadorias populares, é necessário apreender o movimento para compreendermos o funcionamento do território, daí a circulação assume um papel importante, de acordo com Santos e Silveira (2001). A circulação de bens e produtos oferece uma interpretação dinâmica e assinala como os fluxos perpassam por toda fração territorial, ou seja, o aumento das trocas materiais (SANTOS, SILVEIRA, 2001). Segundo, Castillo e Frederico (2017, p. 89) “o aumento das trocas materiais, possibilitado pelo aprofundamento da divisão territorial do trabalho, é o fato que torna operacional o conceito de circuito espacial produtivo”.

As diversas etapas do processo capitalista se tornaram cada vez mais especializadas, em contradição, cada vez mais articuladas pela política das grandes empresas pertencentes ao circuito superior da economia urbana, via dominação das modernizações e dos sistemas técnicos (SANTOS, 2006). Por isso, o fenômeno técnico é uma variável-chave importante para compreensão da urbanização e, sobretudo, das lógicas econômicas dominantes.

A difusão dos meios técnicos é uma variável importante para realizar-se a circulação mundial e a expansão das redes técnicas de informação, evidenciando a centralidade dos fluxos imateriais na análise geográfica (SANTOS, 2006). Ao mesmo tempo da complexificação da espacialidade dos fluxos materiais, nada seria possível se não fosse a unificação dos fluxos imateriais, como capital, informação, ordens e mensagens (SANTOS, 2006).

Eis a importância dos Círculos de Cooperação no Espaço (MORAES, 1985; SANTOS, SILVEIRA, 2001), entendidos como a relação entre os diversos lugares e agentes

mediado por fluxos de informação, sendo essenciais por colocar em conexão todas as etapas espacialmente separadas da produção e que agora passam a estar conectadas e articuladas com os diferentes agentes e lugares que compõem o circuito espacial da produção geral, sempre tendo o espaço geográfico com articulador.

Para Moraes (2017, [1985]), esses são os pressupostos para penetrar na temática conceitual dos circuitos espaciais de produção e os círculos de cooperação no espaço, com foco nas articulações das atividades econômicas no espaço geográfico, entre os diferentes lugares que compõem o processo produtivo:

Circuitos espaciais de produção e os círculos de cooperação no espaço devem, então, ser discutidos na ótica da mundialização do espaço geográfico e da globalização das relações sociais de produção. Trata-se de clarificar instrumentos conceituais para compreender a divisão espacial do trabalho em múltiplas escalas. Para tanto, deve-se buscar a lógica territorial da internacionalização do capital, pois o mundo como espaço se torna global do capital. (MORAES, 2017, p. 43).

Castillo e Frederico (2017, p. 90) definem por circuitos espaciais de produção a “circulação de matéria (fluxos materiais) no encadeamento das instancias geograficamente separadas da produção, distribuição, troca e consumo, de um determinado produto, num movimento permanente” e por círculo de cooperação no espaço, “tratam da comunicação, consubstanciada na transferência de capitais, ordens, informação (fluxos imateriais), garantido os níveis de organização necessários para articular lugares e agentes dispersos geograficamente”, ou seja, unir as diversas etapas especialmente segmentadas da produção.

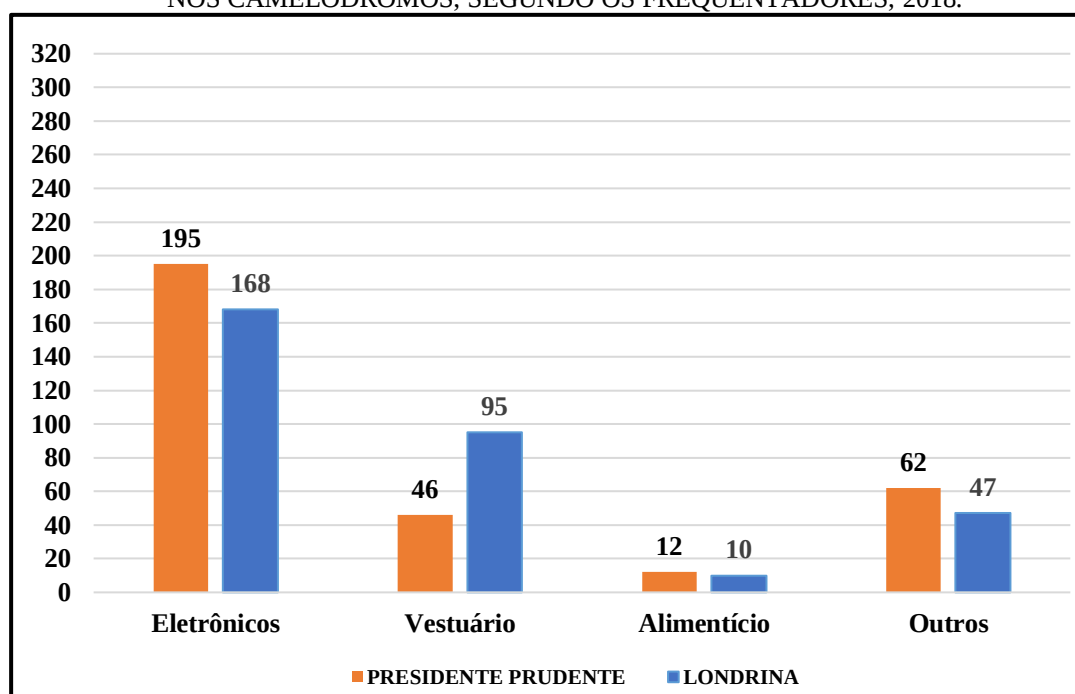
Diante disso, é através das informações, dos capitais, e da forma de produção, que se interligaram mediante os círculos de cooperação. O que antes era separado em diversos pontos do território, empresas e lugares, alargam as escalas geográficas e ampliam a área de produção. Para ocorrer essa cooperação é necessária uma devida infraestrutura, principalmente na comunicação e na logística de transporte (MORAES, 1985).

Podemos afirmar que no atual cenário, os circuitos produtivos das mercadorias populares abrangem diversos círculos cooperativos, que rompem os círculos tradicionais de cooperação no espaço, se dão em função do movimento comandado por inúmeros fluxos materiais e imateriais.

No que concerne à nossa pesquisa, o foco são as mercadorias populares do ramo eletrônico, isto é, circulação de matéria, considerando a base produtiva, o meio de transporte utilizado na distribuição e na comercialização desses produtos e até chegarem aos camelódromos. Pois, constatamos que os principais produtos vendidos nos camelódromos são desse ramo: 195 dos 315 em Presidente Prudente e 145 dos 320 em Londrina dos

frequentadores, responderam que compram produtos eletrônicos (gráfico 9). Principalmente a busca por aparelhos celulares e acessórios (carregadores, baterias portáteis, fones de ouvido, cabos USB, peças específicas para concertos, “capinhas” de proteção, cartões de memória, etc.); videogames; computadores usados; seminovos e usados e os acessórios (mouses, teclados, fones de ouvidos para jogos, peças específicas para concertos, baterias, fontes para cabo de energia, etc.); caixas de som; helicópteros de controle remoto sob encomenda; entre outros produtos. De acordo com os comerciantes, os produtos mais vendidos são os aparelhos celulares e seus acessórios.

GRÁFICO 9 - PRESIDENTE PRUDENTE E LONDRINA. QUANTIDADE DE PRODUTOS CONSUMIDOS NOS CAMELÓDROMOS, SEGUNDO OS FREQUENTADORES, 2018.



Fonte: trabalho de campo, 2017 e 2018.

No atual modo produção do meio técnico-científico-informacional não basta produzir, a normativa é pôr toda a produção em movimento. Os círculos de cooperação inseriram-se em um nível superior da complexidade, de alcance espacial e de escala geográfica de ação ampla. Por isso, a circulação que preside a produção e assim “os fluxos daí decorrentes são mais intensos, mais extensos e mais seletivos” (SANTOS, SILVEIRA, 2001, p. 167).

Na cidade vista como uma totalidade, cada fração que a compõe é constituída por diversos circuitos produtivos, o que permite explicar as múltiplas divisões territoriais do trabalho e, conseqüentemente, seus respectivos circuitos espaciais de produção e os circuitos

da economia urbana. Esses dois modos de análise vão sendo moldados conforme o período em constante transformação das mudanças econômicas, políticas e técnicas. Assim, temos hoje, uma mudança de cenário.

Arroyo (2008; 2017) interpreta essa articulação da totalidade por meio dessas duas propostas conceituais de Milton Santos. Para a autora, existem circuitos espaciais de produção dispersos e concentrados. Disperso por estar ligado ao mercado externo, sob a égide de uma lógica global impulsionada por grandes multinacionais e agentes hegemônicos, ampliando suas escalas de forma contínua. Concentrado, porque outros começam e terminam num único subespaço, ou seja, produção e consumo ocorrem no mesmo lugar (ARROYO, 2008; 2017).

Essa ampliação das escalas geográficas de ação dos diferentes circuitos está sempre em transformação, a mesma autora afirma que

Mesmo que as fases ou momentos produtivos se desenvolvam de forma geograficamente dispersa, inclusive para além das fronteiras nacionais, haverá sempre uma unidade do movimento que permite indicar como cada fração do território é interdependente das demais. Os circuitos espaciais da produção são, portanto, úteis para relevar quanto o trabalho é comum, solidário e circular. (ARROYO, 2017, p. 54).

De outro modo, a mesma analisa essa totalidade que representa a cidade por meio da teoria dos dois circuitos da economia urbana, já discutido no capítulo anterior. O interessante é entendermos que os circuitos permitem entender a cidade, desigual e fragmentada, porém de um mercado fortemente segmentado como totalidade, pois tanto o circuito superior quanto o inferior estão relacionados por meio da cooperação e da subordinação, participando do mesmo movimento dialético (ARROYO, 2008; 2017).

Milton Santos (1986) relata sobre o projeto “MORVEN: Metodologia para o Diagnóstico Regional”, desenvolvido na Universidade Central da Venezuela no final da década de 1970, que para o autor o objetivo era estudar as segmentações dos espaços nacionais e as ações dos diferentes agentes produtivos nos países em desenvolvimento. O autor propõe a existência de três circuitos: “circuito por ramos”, “circuito de firmas” e “circuito espacial”.

É significativo destacar, de um lado, que o importante da teoria dos dois circuitos são as atividades e os agentes econômicos, diretamente ligados a um circuito de firmas, pois está atrelada a ação das grandes empresas que controlam o mercado, pautado nas relações econômicas via círculos de cooperação no espaço em diferentes escalas geográficas (SANTOS, 1986).

De outro lado, no caso da teoria dos circuitos espaciais de produção o foco são os circuitos de ramos, envolvendo todos os tipos de firma que participam do mesmo, refere-se as relações técnicas, à localização das atividades e à tipologia dos lugares (SANTOS, 1986). Por fim, a noção de circuito espacial é uma síntese desses dois outros circuitos, ao mesmo tempo o uso território é simultâneo entre as grandes empresas e os diferentes ramos produtivos, reforçando a divisão territorial do trabalho de cada lugar (SANTOS, 1986).

Todo esse processo de circulação de fluxos e fixos em constante transformação robustece a economia urbana de certas cidades e acabam colocando essas num patamar privilegiado na hierarquia do sistema urbano. Porém, essas características não são restritas as metrópoles brasileiras, as cidades médias ganham importância na rede urbana e, conseqüentemente, no aumento das interações espaciais:

É na encruzilhada da circulação, das redes e dos fluxos que as cidades crescem, na medida em que conseguem ser ponto de confluência de diversos circuitos produtivos. E todo esse movimento, por sua vez, lhes outorga uma vida de relações mais ou menos intensa. Esses atributos não são exclusivos das metrópoles ou das grandes cidades, mas podem ser encontradas também nas cidades médias e pequenas, onde se tornam um elemento de diferencia entre elas. (ARROYO, 2017, p. 55).

4.2 Circuitos produtivos de mercadorias *Made in China*

Pensar a cidade através dessas duas análises é um dos modos de enxergar a realidade existente na urbanização contemporânea. O circuito inferior é representado nas cidades médias por ambulantes, comerciantes localizados nos camelódromos, prestadores dos mais variados tipos de serviços, entre outras atividades menos capitalizadas.

Assim, no que se refere aos comerciantes dos camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina, qual é a relação deles com o circuito espacial de produção de eletroeletrônicos? Que lugar ocupam nesse processo geral de produção, que pode começar, talvez, numa grande empresa multinacional onde são fabricados os aparelhos celulares, para depois de muitos percursos, chegar aos boxes dos camelódromos?

Montenegro (2011, p. 76) destaca a atual participação do circuito inferior em circuitos espaciais produtivos mais amplos na cidade de São Paulo, e relaciona ao contexto da abertura econômica da década de 1990, destacando a maior presença de atores globais no país e assim, “agentes locais e regionais também tiveram suas dinâmicas alteradas”.

Novas segmentações territoriais das etapas da relação trabalho-capital se intensificaram nas trocas e relações entre as diversas cidades. Montenegro (2017, p. 370) afirma que “a explicação para as atuais dinâmicas dos circuitos, inclusive para aqueles do

circuito inferior, encontra-se, cada vez mais, fora dos limites da macha urbana”. Silveira (2011) promove esse debate que, nas atuais dinâmicas presentes no espaço urbano, sobretudo no que se refere ao circuito inferior, não são obrigatoriamente entre áreas contínuas, a cooperação nem sempre se realiza em áreas contíguas.

Tendo em vista os camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina, a predominância nas vendas é do setor de eletroeletrônicos, principalmente de aparelhos celulares pois “encontramos um mosaico de situações geográficas espacialmente reveladoras das novas articulações estabelecidas entre os circuitos da economia urbana e os circuitos espaciais da produção” (Montenegro, 2017, p. 370). De fato, que esses processos são mais gritantes nas metrópoles, principalmente no objeto de estudo de Montenegro, onde a autora fez uma pesquisa minuciosa em São Paulo, mais especificamente no polo comercial no bairro da Santa Efigênia.

Identificamos que as mercadorias populares que circulam por diversos pontos do território brasileiro são de procedência chinesa, e, por consequência, compõem o estoque de produtos dos dois camelódromos. Segundo pesquisas realizadas por Telles (2015), essas mercadorias estão ganhando uma nova “rota de transformação”, pois São Paulo se consolida cada vez mais como o principal centro de distribuição de produtos populares chineses pelo Brasil, ocupando o lugar de Ciudad del Este, no Paraguai. Essas mercadorias que adentram o país, algumas entra legalmente, enquanto outras escapam do sistema de controle da Receita Federal.

Segundo entrevistas realizadas com os comerciantes dos dois camelódromos, uma parte significativa compra mercadorias no Paraguai, ainda que alguns revelaram que já experimentaram comprar produtos em São Paulo.

Os comerciantes buscam mercadorias em duas cidades paraguaias: Ciudad del Leste e Pedro Juan Caballero. Como característica dos agentes menos capitalizados, que não possuem grande quantidade de estoque referente aos produtos, então suas viagens acabam sendo em curtos períodos - intervalos entre 20 a 35 dias -, segundo os próprios comerciantes. Os mesmos afirmam quem não existe um tempo programado, e sim de acordo com às vendas. Portanto, existem épocas durante o ano que se vende mais e outras nem tanto. Alguns buscam diretamente nas lojas paraguaias, já outros utilizam transportadoras localizadas em Foz do Iguaçu no Estado do Paraná, por exemplo, para adquirir seus produtos e assim não adentram o território paraguaio.

Um dos comerciantes do camelódromo de Presidente Prudente relatou que compra tudo por e-mail ou via aplicativo de smartphone, o WhatsApp. Montenegro (2011, p. 51)

afirma que o aparelho celular hoje é “um dos objetos técnicos mais emblemáticos no período da globalização, vem sendo progressivamente incorporado às dinâmicas do circuito inferior enquanto instrumento de trabalho nas mais diferentes atividades”. Deste modo, o aparelho funciona como instrumento de trabalho, pois o comerciante disse envia a lista com os produtos que deseja comprar e busca na transportadora que está localizada em território brasileiro, assim evitando muitos conflitos nas fronteiras territoriais. Muito destes, possuem contato direto com os comerciantes que habitam as duas cidades paraguaias mencionadas, porém, a grande maioria opta por Pedro Juan Caballero por estar localizada mais próxima territorialmente (540 km de Presidente Prudente) e por ser uma zona fronteira com menos fiscalizações, segundo eles.

Já os comerciantes do camelódromo de Londrina, optam por buscar mercadorias em Ciudad del Leste - assim como alguns comerciantes do camelódromo de Presidente Prudente - , por estar mais próximo territorialmente (500km de distância).

A partir dessas estratégias aderidas, incorpora-se nova rota e um novo cenário emerge. Uma parcela dos comerciantes começou a buscar mercadorias em São Paulo, principalmente, os pertencentes ao camelódromo de Londrina. Por exemplo, como constatamos na pesquisa, o comércio de mercadorias do ramo têxtil é muito forte no camelódromo de Londrina e a maioria dos comerciantes buscam esses tipos produtos em São Paulo, assim, aproveitam-se da viagem e compram produtos eletrônicos na própria metrópole, pois segundo um dos entrevistados, “a fiscalização na fronteira com o Paraguai está nos prejudicando na compra de mercadorias”, ou seja, o combate à pirataria está de modo intenso nas fronteiras entre Brasil e Paraguai.

É comum em nosso cotidiano as lojas de “bugigangas de 1,99” e os camelódromos instalados nos centros comerciais das cidades médias e pequenas. A inundação de produtos é avassaladora, e como um respondente nos disse durante a aplicação de enquetes, quando perguntamos “Por que consome no Camelódromo?”: *“quem não gosta de comprar coisas baratas, não é mesmo?! [risos]”*. No entanto, existe toda uma trajetória espacial e social embutidas nessas mercadorias que adentram nosso território.

Deste modo, há uma diversidade de procedências de produtos vinculados à produção externa, como uma manifestação do processo de ampliação das escalas geográficas, sobretudo pela articulação da economia popular.

No que tange as estratégias dos comerciantes dos camelódromos, alguns produtos são comprados na escala do local ou do regional, como, por exemplo, a aquisição de bonés no camelódromo de Londrina, em cidades do entorno que a forte produção desse tipo de produto.

Já em outros casos, as mercadorias comercializadas provêm de outros pontos do território, entrando na corrente explicativa no circuito espacial da produção mais amplos, com alcances internacionais. Como define Montenegro (2017, p. 371): “este é um fato novo que singulariza o funcionamento do circuito inferior no período da globalização”.

No que tange ao setor de produtos eletroeletrônicos, dentre os principais produtos que implicam numa crescente participação desses agentes menos capitalizados em circuitos produtivos de maior alcance espacial, os celulares são os mais impactantes. Além de tudo, é o produto mais procurado pelos consumidores dos dois camelódromos em análise.

Graças a seu relativo barateamento, devido às técnicas ampliadas com base na indústria da cópia (PINHEIRO-MACHADO, 2012) e da pirataria (TOZI, 2006), combinados a expansão do crédito, os telefones celulares se tornaram acessíveis a todo tipo de população, contribuindo cada vez mais, para a inserção desses agentes no circuito espacial produtivo.

Sendo assim, é necessário compreender os circuitos espaciais de produção, os quais envolvem empresas, ramos, lógica do mercado. O que mais nos interessa é que eles criam as bases para o desenvolvimento do comércio e, no que tange aos circuitos da economia urbana, principalmente para a porção marginal do circuito superior e para o circuito inferior, que dependem dessas empresas exportadoras, envolvendo múltiplas escalas de produção, comércio e consumo. Ainda, Arroyo (2006) define:

As empresas exportadoras compõem um quadro bastante diversificado, no qual coexistem empresas com grandes diferenças de tamanho, permanência na atividade e disponibilidade de recursos financeiros e técnicos. A segmentação do mercado autoriza a coexistência dessa variedade de formas de realização econômica que, simultaneamente, trabalham segundo diferentes taxas de lucro. Trata-se, de qualquer modo, de empresas do circuito superior da economia urbana, já que as exigências do comércio internacional constituem um obstáculo para que esse tipo de empresas possa se desenvolver no circuito inferior. (ARROYO, 2006, p. 19).

Numa tentativa de realização de orientação metodológica e operacionalizando o conceito de circuito espacial de produção, Castillo e Frederico (2017, p. 90) propõem a análise de alguns temas principais: a atividade produtiva dominante, os principais agentes envolvidos e seus círculos de cooperação no espaço, a logística e o uso e organização do território. Propomos seguir esse mesmo exercício para identificar os circuitos que compõem os sistemas de produção das cópias das mercadorias eletrônicas, de modo específico as réplicas dos aparelhos celulares.

Como primeiro passo, é necessário identificar a *atividade econômica dominante*, pois a análise dos circuitos parte do produto, de acordo com os principais elementos técnicos e normativos embutidos. Então, a atividade econômica dominante de nossa pesquisa é à

produção de cópias das mercadorias eletrônicas presente nos boxes dos camelódromos, produzidas na Ásia, especificamente na China.

De modo seguinte, é necessário reconhecer os *principais agentes envolvidos* nessa atividade e as formas de criar círculos de cooperação para distribuição dessas mercadorias. Identificar os sistemas comerciais praticado por diversos agentes responsáveis pela produção de cópias das mercadorias presente nos boxes dos camelódromos.

E porque a China? Para isso é necessária uma breve reconstrução histórica. Cremos que compreender o que a China representa para a produção de mercadorias, nos ajuda explicar a realidade contemporânea, sobretudo, pela inundação de mercadorias em diversos pontos do território global.

Durante muito tempo a China era vista como um país isolado situado geograficamente no continente asiático com restrito contato para o mundo. Porém, no período da globalização, a lógica inverteu: a China é o maior produtor de mercadorias do globo, ultrapassando todos os tipos de escalas geográficas e rompendo fronteiras nacionais. E mais, é um grande consumidor de produtos de outros países, como, por exemplo, produtos agrícolas, petróleo, matérias-primas, entre outros. Especificamente no que se refere ao Brasil, a China na atual conjuntura é o principal parceiro comercial, ultrapassando os Estados Unidos desde 2009, no qual era o principal²².

Podemos afirmar que, existe um circuito espacial produtivo específico que concerne às mercadorias das pequenas e médias indústrias chinesas, criando uma rota global pertencente às imitações dos produtos, produzido sob um regime intensivo de trabalho. Existindo uma “cadeia global de mercadorias” (PINHEIRO-MACHADO, 2011, p. 27) que se refere a esses produtos paradigmáticos de reprodução.

Os produtos com o termo *made in China* inundaram o Brasil e o resto do mundo. Porém, é um processo antigo, dotado de trajetória histórica. Desde o século XVIII, os produtos fabricados nas Zonas Econômicas Especiais da província de Guangdong, no qual assume um papel de protagonismo no crescimento econômico do país, sempre foi uma característica dessa região a evidência do comércio marítimo, devido aos portos localizados na cidade de Guangzhou, voltado para o comércio externo. Entre os séculos XIV e XIX esse mercado movimentava uma economia expressiva com o mundo ocidente, tanto que entre os anos de 1700 e 1845, o comércio de Guangdong viveu a “época de ouro” e ficou conhecida

²² Segundo o ministério da Indústria, do Comércio Exterior e Serviços, em 2017 as trocas comerciais entre os países somaram cerca de US\$ 58,5 bilhões de dólares, entre os principais produtos exportados pelo Brasil ganham destaque a soja, minério de ferro, petróleo, carnes e aviões, enquanto nas importações da China: eletroeletrônicos, painéis solares, adubo, pneus e peças para computadores.

como a *Canton*²³ *Era*, que ganhou tanta expressão que criou um sistema comercial próprio, onde uma das características mais marcantes era a limitação de portos destinados a negociar com outros países, sobretudo a dependência que estes tinham pelos produtos²⁴ chineses (PINHEIRO-MACHADO, 2011)

Esse sistema que ficou conhecido como a *Canton System*, ou a “janela chinesa para o mundo”, passou a ser o centro chinês dos negócios estrangeiros, pois contavam com muitos benefícios em vantagens mercantis, além da localização geográfica, no que condiz sobre as condições hidrográficas e topográficas, além de estar na costa do Pacífico (PINHEIRO-MACHADO, 2011).

Portanto, somado a importância da produção na cidade de Guangdong e da distribuição dessas mercadorias, além das fronteiras nacionais dos portos da cidade de Guangzhou, juntos compõem, de maneira geral, o sistema “*Made in China*” (PINHEIRO-MACHADO, 2011).

Existe toda uma trajetória histórica de vida por trás das pequenas mercadorias que adquirimos num box de camelódromo, por exemplo. Apenas considerar como um produto lícito ou ilícito, formal ou informal, pirata ou original, é muito raso. É necessário fazer um aprofundamento no debate.

Como exposto, de acordo com os autores citados, as etapas da produção são geograficamente dispersas, com os agentes que dão vida encontrada nas mais diversas localizações do território, possuindo poder ou não para colocar a produção em circularidade, “com objetivos e perspectivas próprios, se inter-relacionam dentro de círculos de cooperação cada vez mais intensos e extensos” (CASTILLO, FREDERICO, 2017, p. 91).

Após realizar a produção das mercadorias, ou melhor dizendo, das cópias, é necessário por essa produção em movimento, circular em pontos do território global. Os autores Castillo e Frederico (2017), compreendem a *logística* como a “expressão geográfica da circulação corporativa” (CASTILLO, 2008), que

[...] permite analisar as condições materiais e o ordenamento dos fluxos que perpassam os circuitos espaciais produtivos. No atual período da globalização, a ideia de logística passou a ser fundamental para o entendimento de como os diversos momentos do processo produtivo são articulados pelas grandes corporações, da escala local à mundial. (CASTILLO, FREDERICO, 2017, p. 91).

Os mesmos autores consideram a importância da compreensão da dimensão infraestrutural - redes técnicas – e da logística, porque é através dessa vertente que se

²³ Cantão é a província, enquanto Guangdong é a capital dessa província.

²⁴ Principais produtos chineses comercializados na época: ouro, prata, chá, porcelana, ópio, seda, lã, arroz, entre outros.

estabelece a conexão entre os diversos campos separados da produção (CASTILLO, FREDERICO, 2017). Deste modo, em sua dimensão material, as redes são classificadas em linhas e pontos. As primeiras pode ser subdividas em fluxos materiais e imateriais e vinculadas ao mercado externo e/ou voltadas para integração territorial. Os pontos são considerados como os “nós” das redes, cada vez mais seletivos e dispersos no território, considerando suas densidades técnicas, das quais sucedem suas funcionalidades ao circuito espacial (CASTILLO, FREDERICO, 2017).

Por fim, é fundamental analisar a *organização* e o *uso do território* das inúmeras etapas do circuito espacial de produção. Cabe ao pesquisador entender os sentidos da localização das atividades produtivas. No caso de nossa pesquisa, as mercadorias de procedência chinesa, cujo preço baixo das mercadorias é devido a uma exploração em massa da mão-de-obra barata baseada no trabalho intensivo, somando a forte intervenção do Estado chinês em promover a “indústria da cópia” (PINHEIRO-MACHADO, 2011). Tornando-se atributos materiais carregados de normas, em que prezam por quantidade de produção e não por qualidade, trata-se do meio mais rápido de produzir alguma coisa, e, por isso, tão eficiente nos dias atuais de circulação constante de produtos no mundo todo (PINHEIRO-MACHADO, 2011).

Considerando de maneira geral o uso e a organização do territorial no que se referem à quantidade e à qualidade da produção dos produtos-cópia chineses, estes são opostos. A distribuição é um processo de ebulição constante por estar circulando produtos em todos os momentos, a logística torna-se uma ferramenta importantíssima nesse aspecto, contribuindo para a reorganização da lógica global e alteração dos subespaços, confrontando a lógica do uso seletivo dos sistemas técnicos em relação a outros espaços (PINHEIRO-MACHADO, 2011).

O quadro4 abaixo é um esboço e um âmbito comparativo para realizarmos a trajetória das mercadorias e assim fazer um mapa com o circuito espacial destas, a partir das três marcas mais procuradas, segundo os comerciantes. Em relação às roupas fica difícil averiguar quais são as mais vendidas, porém, o que chamou atenção foi a quantidade de boxes que vendem roupas esportivas. Os bonés são extremamente procurados nos boxes do Camelódromo de Londrina.

Segundo as entrevistas com os comerciantes dos dois camelódromos, as principais marcas mais vendidas são: Samsung, Iphone e Motorola. Por isso, no mapa consta as empresas sede e suas localizações e as produções das réplicas na China. Para o próximo tópicos vamos desdobrar a análise sobre a produção e a distribuição dessas mercadorias.

QUADRO 4 - TRAJETÓRIA ESPACIAL DAS MERCADORIAS ATÉ CHEGAREM NOS CAMELÓDROMOS DE PRESIDENTE PRUDENTE E LONDRINA, SEGUNDO OS COMERCIANTES, 2018.

	APARELHO CELULAR			VESTUÁRIO		
Marca ou tipo de segmentação ----- Enquetes - Perguntas	SAMSUNG 	APPLE (IPHONE) 	MOTOROLA 	BONÉS	ROUPAS ESPORTIVAS (Nike/Adidas) 	VESTUÁRIO GERAL
Sede da empresa	Coreia do Sul.	Estados Unidos.	Estados Unidos.	Apucarana (PR).	Adidas -<u>Alemanha</u>. Nike - Estados Unidos	-
Local de produção das “imitações”	China e Sudeste asiático	China e Sudeste asiático	China e Sudeste asiático		China e Sudeste asiático	China, Sudeste asiático e São Paulo.
Tipo de transporte até o mercado desejado	Contêineres de navio	Contêineres de navio	Contêineres de navio	Transporte Rodoviário	Contêineres de navio	Contêineres de navio/Transporte Rodoviário
País de entrada dos produtos importados	Brasil (Porto de Santos)	Brasil (Porto de Santos)	Brasil (Porto de Santos)	Brasil	Brasil (Porto de Santos) e fabricação nacional	Brasil (Porto de Santos) e fabricação nacional
País de busca das mercadorias	Paraguai e São Paulo.	Paraguai e São Paulo.	Paraguai e São Paulo.	São Paulo e cidades específicas.	São Paulo	São Paulo.
Formas de deslocamento para busca das mercadorias	Transportadoras/Próprios comerciantes	Transportadoras/Próprios comerciantes	Transportadoras/Próprios comerciantes	Próprios comerciantes	Transportadoras/Próprios comerciantes	Transportadoras/Próprios comerciantes

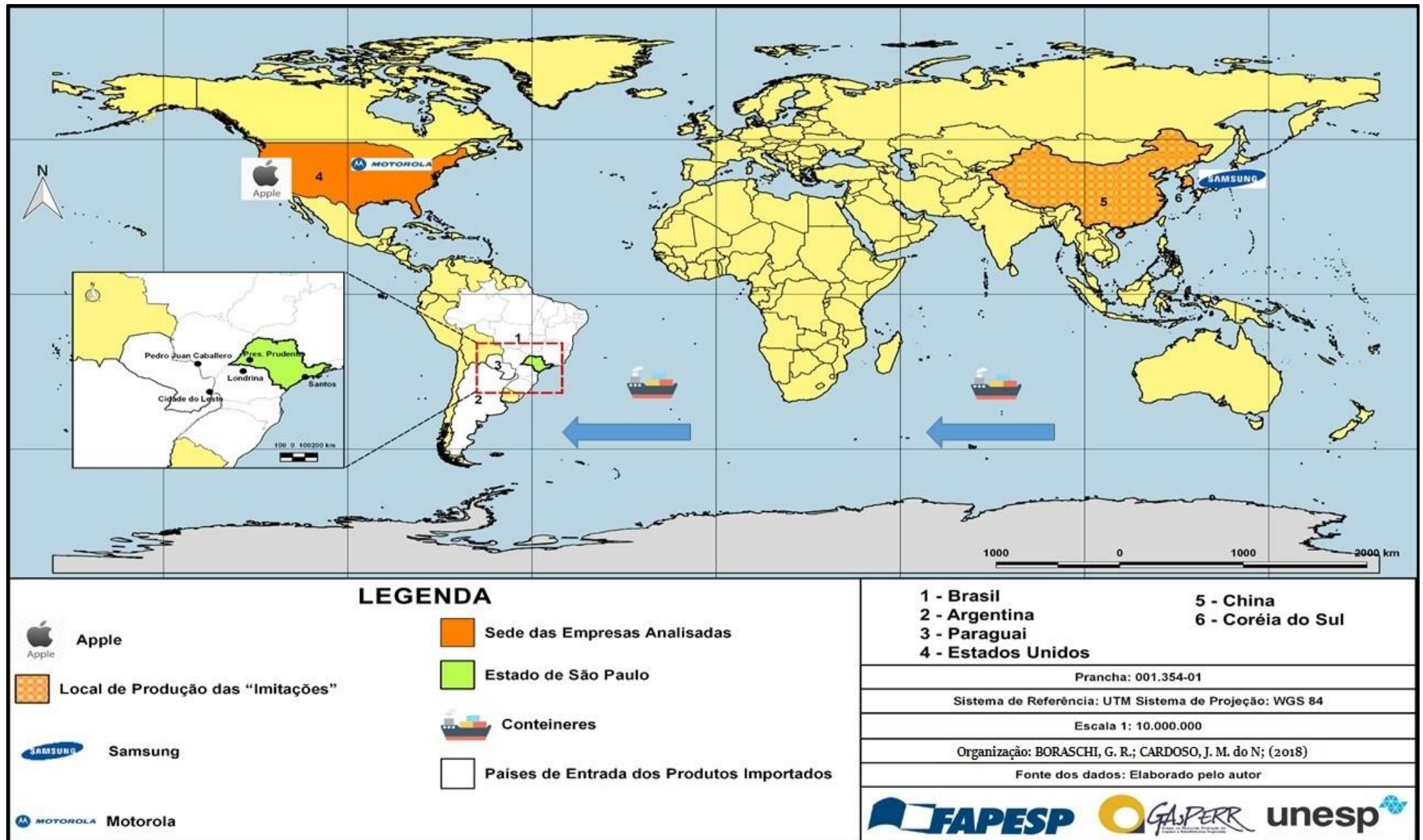
Fonte: Trabalho de campo, 2017 e 2018.

Em outra tentativa de representar cartograficamente (figura 19) o circuito espacial de produção das mercadorias de procedência chinesa, de forma mais singular os produtos eletrônicos, elaboramos um mapa, cujo objetivo é representar os aparelhos celulares (produto mais procurado nos dois camelódromos),no caso as imitações/réplicas destes que são produzidos na China.

Essas mercadorias são postas em circularidade via containers de navios capacitados para transportar grandes quantidades de produtos com destino a América do Sul, através do Porto de Santos. Somente depois são distribuídas no território Sul-americano.

Assim, os comerciantes dos camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina adquirirão suas mercadorias em duas cidades paraguaias: Ciudad del Este e Pedro Juan Caballero. Então, esses agentes menos capitalizados buscam essas mercadorias para disponibilizar as vendas dos produtos. Basicamente é esse o circuito espacial da produção das mercadorias presentes nos boxes dos camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina, para realização das vendas dessas mercadorias.

FIGURA 19 - CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUÇÃO DAS RÉPLICAS DE APARELHOS CELULARES. PRESIDENTE PRUDENTE E LONDRINA, 2018



4.3 Fenômeno *smartphone* e os camelódromos

O foco desse tópico é nos principais produtos comercializados dos dois camelódromos, no qual engendra uma série de atividades que vão da produção até chegaram nos boxes. Assim, cabe analisar qual papel do telefone celular²⁵ - *smartphone* -, no processo geral de produção.

De início, esse produto é feito numa grande empresa situada em outro país, na China, onde são montados todos esses aparelhos celulares, num lugar privilegiado à produção de cópias, frutos de uma produção em massa baseada no trabalho intensivo, devido a um sistema informal de relações pessoais (PINHEIRO-MACHADO, 2011). Depois de muitos percursos realizados, essas mercadorias chegam ao porto de Santos, onde parte delas entra legalmente, enquanto outras não, e assim, a distribuição desses produtos se inicia.

De acordo com as entrevistas realizadas com os diversos comerciantes dos dois camelódromos, particularmente o “bloco 2” do roteiro, onde fizemos duas perguntas importantes para averiguar qual os produtos mais vendidos nesses boxes: 1) “*Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?*” e 2) “*Qual é o produto mais vendido?*”. Perguntamos a marca, modelo e faixa de preço desse produto. As repostas foram os aparelhos celulares, cujas principais marcas vendidas são: Samsung, Motorola e Apple.

Segundo os comerciantes, os aparelhos celulares da Samsung²⁶ são os mais vendidos nos camelódromos, portanto a procura é maior quando comparado com as outras marcas. Atualmente, a faixa de preço dos aparelhos celulares vendidos nos dois camelódromos dessa marca varia entre 350,00 a 1.200,00 reais, dependendo o modelo. Os próprios comerciantes afirmaram que são os melhores celulares em configuração técnica, possuem maior durabilidade e que as réplicas são perfeitas em relação aos produtos originais.

²⁵ Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL, 2018), o Brasil tem cerca de 234 milhões de celulares cadastrados na agência, e de acordo com o IBGE (2018), a população atual é de 208,5 milhões de habitantes, ou seja, a quantidade de *smartphone* é superior que a própria população do país.

²⁶ Com sede em Seul na Coreia do Sul, em 1969 nasce a “Samsung Eletronics”, e o primeiro produto foi um televisor preto e branco que foi um sucesso na Coreia, mas logo ela passou a fazer modelos a cores e a lançar eletrodomésticos, como: geladeiras, máquinas de lavar e fornos micro-ondas. A Samsung é reconhecida como a mais prestigiosa firma da Coreia do Sul, atraindo e tendo em seus funcionários muitas das pessoas mais inteligentes e talentosas do país.

O primeiro celular fabricado da Samsung foi o SH-100, ele nasceu em 1988. Não foi um sucesso comercial, mas tornou-se histórico por ser o primeiro criado e fabricado inteiramente na Coreia do Sul. A partir daí a Samsung expandiu-se mundialmente no mercado de celular, inclusive abrindo uma fábrica no Brasil em 1998. Somente em 2009 é lançado o primeiro *smartphone* da linha Galaxy - linha de dispositivos portáteis com o sistema operacional Android, que passou a dominar todos os pontos do globo e continua em ascensão constante até hoje.

A segunda marca mais vendida por esses comerciantes são os aparelhos celulares da Motorola²⁷ e os preços médios desses produtos nos dois camelódromos variam entre 300,00 a 1.100,00 reais. Alguns comerciantes nos relataram que essa é uma marca bastante procurada por causa do preço, que é um pouco menor quando comparado as outras, e afirmou que um celular de 700,00 reais da Motorola tem a mesma configuração técnica do que o celular de 1.000,00 da Samsung, por exemplo, por isso algumas pessoas preferem essa marca.

Por fim, dentre os produtos mais vendidos vem a marca norte-americana Apple²⁸, com os aparelhos celulares Iphone e que conforme nos relatou um comerciante: “*é o sonho de consumo das pessoas*” afirmou.

Para realizar a comparação entre os valores das réplicas e das “grandes marcas”, levantamos os preços de vendedores dessas mercadorias em sites de empresas varejistas de eletrodomésticos, por exemplo, Casas Bahia, Ponto Frio, Submarino, entre outros. Assim, segue o quadro 5 abaixo com a média dos valores dos preços nos dois camelódromos e o valor dos produtos das “grandes marcas”:

²⁷ Com sede em Chicago, nos Estados Unidos, fundada em 1928, os primeiros produtos fabricados pela Motorola foram aparelhos destinados a rádios movidos a bateria a funcionarem com o uso de eletricidade doméstica. Devido aos avanços da tecnologia, os eliminadores de bateria tornaram-se rapidamente obsoletos, e passaram a investir em rádios para carros. Somente em 1973, a companhia teve seu passo mais importante ao lançar um dispositivo móvel para comunicações voltado para o consumo pessoal, o telefone celular, pouco tempo depois em 1977, foi colocado em teste um sistema radiotelefônico chamado de “*celular*”. Após diversos estudos, a Motorola começou a ficar mais envolvida no ramo de celulares, por volta de 1996 a Motorola desenvolveu o StarTAC, um celular mais leve e menor. Por volta de 2011 a Motorola entrou no mercado dos smartphones e hoje produz aparelhos da mais sofisticada tecnologia como aparelhos com custo benefício melhor, com baixo custo, torando-se acessível para grande parte da população. Talvez isso explica a grande procura desses produtos nos camelódromos: devido ao custo baixo, quando comparado com as grandes marcas. (informações disponíveis no site Wikipédia).

²⁸ O iPhone não foi o primeiro smartphone do mundo, sendo lançado em 2007, mas foi o primeiro a se tornar objeto de desejo de todos, desde crianças até idosos. É um aparelho atraente em seu design e em performance, porque consegue oferecer comunicação e entretenimento. Ele está transformando o mundo das telecomunicações: além de milhares de opções de aplicativos, possibilita a comunicação entre pessoas em todos os lugares do mundo. (informações disponíveis no site Wikipédia). Quando Steve Jobs anunciou os detalhes do iPhone, em janeiro de 2007, ele deixou claro que a invenção estava cinco anos à frente de seu tempo. E ele acertou. Demorou cerca de dois anos para que outros fabricantes comesçassem a lançar produtos concorrentes. Só agora estão surgindo aparelhos que podem competir em design, performance e funcionalidade com o iPhone. O Windows Phone, da Nokia, e o Galaxy S3, da Samsung, são exemplos. (informações disponíveis no site Wikipédia).

QUADRO 5 - PREÇOS DAS RÉPLICAS EM COMPARAÇÃO COM GRANDES MARCAS. 2018.

MARCAS	Preços (R\$) das réplicas vendidas nos camelódromos		Preços (R\$) dos produtos das grandes marcas
	Presidente Prudente	Londrina	-
MOTOROLA	300,00 a 1.000,00	250,00 a 1.200,00	500,00 a 2.500,00
SAMSUNG	330,00 a 1.000,00	350,00 a 1.100,00	700,00 a 4.000,00
APPLE	500,00 a 1.200,00	400,00 a 2.300,00	1.300,00 a 5.000,00

Obs: levantamos os preços em sites de empresas varejistas que pertencem ao circuito superior, podendo variar o preço do produto de acordo com a empresa, porém o intuito é obter o valor para podermos fazer a comparação dos produtos dessas “grandes marcas” e entre as réplicas vendidas nos camelódromos.

Elaboração: o autor.

Podemos notar a diferença de preços entre os aparelhos celulares, pois as réplicas conseguem oferecer produtos até quatro vezes menores do que os produtos oferecidos pelas consideradas “grandes marcas”, evidenciando a popularização dos *smartphones* para o comércio de consumo popular.

Um dos comerciantes do camelódromo de Londrina nos relatou que, devido aos constantes lançamentos dos produtos pelas grandes empresas de celulares é uma das motivações para os próprios comerciantes sempre adquirir mercadorias novas, que atendam as demandas e satisfaçam seus clientes, afirmando que é um “modo de se mantarem sempre atualizados”.

Desde a sua fabricação em indústrias de cópias chinesas, até suas vendas nos boxes dos camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina, e em outros tantos pontos no território, o produto passa por uma série de questionamentos: são consideramos produtos ilegais? São produtos piratas? São originais? Ou são produtos vendidos de formas legalizadas? O que é legal e o que é ilegal? O que é formal e o que consideramos informal? Vamos tentar trazer o debate.

Dentro do universo de nossa pesquisa, após conversas com frequentadores dos camelódromos, o termo mais utilizado por eles é “produtos piratas”, então, dissertar um pouco sobre os reais significados do termo “pirataria” nos parece ser importante sobre a conjuntura envolvida nessa terminologia.

Pinheiro-Machado (2011) argumenta sobre a condição do produto a partir de alguns mitos criados a tão estereotipada noção de pirataria, discutido com afinco também por Tozi (2012). Segundo a autora, as mercadorias sofrem um “processo metamorfose” entre a

condição de legal e ilegal, lícitas e ilícitas se fundem ao longo de sua trajetória e assim como o processo de produção alternando o status do produto entre formal e informal:

Por isso, do início ao fim da cadeia, pessoas, bens e serviços metamorfoseiam-se entre a condição de legal e ilegal (e às vezes, aparecem como ambos). Tal processo de metamorfose sugere que estamos diante de uma cadeia particular, que, no todo, não pode ser considerada como pertencente nem à economia informal nem à formal, mas que circula entre ambas as condições (PINHEIRO-MACHADO, 2011, p. 30).

O combate à pirataria é uma das ações prioritárias do governo brasileiro, para isso existe o Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCPP)²⁹. A Organização Internacional de Polícia Criminal (INTERPOL) considera como o crime que mais movimento dinheiro no globo, mais do que o narcotráfico. O centro das preocupações dessas grandes organizações são as questões ligadas à propriedade intelectual embutida no produto, pois de acordo com a pesquisa realizada por Pinheiro-Machado (2011), as mesmas fábricas que produzem produtos de consideradas marcas e registrado com patentes, podem ser as mesmas fábricas que produzem as cópias apoiadas e regularizadas pelas leis do Estado chinês e que o destino dessa mercadoria é um boxe de camelódromo. Ou de modo inverso, podem ser produzidas em fabriquetas ilegais e os mesmos produtos ter como seu destino final lojas de *shopping centers* no território brasileiro, por exemplo (PINHEIRO-MACHADO, 2011).

O que existe de fato são “feixes de ilegalidades” (PINHEIRO-MACHADO, 2007; 2011) num sistema complexo de produção, circulação, distribuição e consumo desses produtos, percorrendo todas as fronteiras geográficas e rompendo-as, de leste a oeste do planeta, cuja mercadoria passa por centenas de fabricantes, distribuidores, importadores, vendedores, agentes do Estado e consumidores. O qual nos interessa, é como os comerciantes dos respectivos camelódromos adquirem esses produtos e os colocam à venda em seus boxes.

Portanto, o que consideremos irregular no Brasil, é regularizado na China. O que existe entre o legal/ilegal, entre o formal/informal, entre lícito e ilícito, são as relações sociais existentes por trás desse sistema de produção, apoiado pelo Estado, no caso o chinês, pois marginalizar o sistema da cadeia produtiva já constituída é gerar estereótipos, ou seja, é limitar a compreensão profunda desse circuito espacial de produção e um “antídoto” talvez

²⁹Desde outubro de 2004, o País conta com uma instância própria para cuidar do assunto Pirataria. Trata-se do Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCPP), por intermédio da Secretaria Executiva do Ministério da Justiça, instituição responsável pela aplicação de abordagens e metodologias inéditas para o tratamento da questão. O CNCPP, órgão colegiado consultivo, integrante da estrutura básica do Ministério da Justiça, tem por finalidade elaborar as diretrizes para a formulação e proposição de plano nacional para o combate à pirataria, à sonegação fiscal dela decorrente e aos delitos contra a propriedade intelectual.

seja o combate com políticas públicas capazes de gerar eficácia a esses feixes de ilegalidades impostos (PINHEIRO-MACHADO, 2011).

Assim, cabe destacar o papel desses atores sociais que estão em plano de fundo e na essência de uma nova ordem global que envolve todo o sistema de produção, circulação e consumo de mercadorias e informações, e que há um movimento que chamado por Pinheiro-Machado (2011) de “China-Mundo”.

Como constatamos em nossa pesquisa, muitos comerciantes dos camelódromos não fazem ideia da procedência de seus produtos, além do selo estampado neles: *made in China*. Não compreendem a importância da China no contexto da produção e seu papel no mundo das mercadorias globalizadas, apenas conhecem e buscam seus produtos no Paraguai e mais recentemente, em São Paulo. Do mesmo modo, produtores das pequenas e médias fábricas chinesas, não fazem ideia do alcance espacial de suas produções, principalmente a importância para o circuito inferior e a porção marginal do circuito superior da economia urbana.

Segundo Pinheiro-Machado (2009, p. 222), estima-se que 70% ou mais do capital estrangeiro que adentra a China seja resultante de chineses que vivem em outros territórios, sobretudo, uma parcela significativa do que a autora considera como a “diáspora chinesa no Paraguai”:

Como parte de um processo de circularidade econômica, em troca de dinheiro, os imigrantes chineses trazem mercadorias baratas que, via mercado popular, chegarão a um público brasileiro mais abrangente. No entanto, eles não trazem apenas bens da terra natal: eles trazem sua família, suas práticas culturais, seus modos de viver, seus conflitos, seus meios de negociar sob *guanxi*.

No camelódromo de Presidente Prudente, a influência das mercadoras chinesa é tão presente, que um comerciante alterou o próprio nome do box para “*Made in China*” (figura 20 abaixo) e as duas funcionárias que trabalham nesse local usam a camiseta com o mesmo nome. Ao abordar as duas, questionamos o porquê do nome da loja e uma delas nos respondeu: “é para atrair os clientes e mostrar que temos produtos baratos e de ótima qualidade”, nos relatou. Mais uma vez as estratégias de vendas e comércio sendo praticada no camelódromo.

FIGURA 20 - PRESIDENTE PRUDENTE. BOX COM O NOME “MANDE IN CHINA”. 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2018.

Como já estacado, o setor de produtos eletrônicos é o mais procurado nos dois camelódromos, obtendo maior potencial de consumo, e é um mercado que se renova constantemente, principalmente no que concerne aos aparelhos celulares, com predominância de boxes oferecendo esses tipos de produtos, conforme podemos ver nas figuras 21 e 22 abaixo:

FIGURA 21 - PRESIDENTE PRUDENTE. BOXES COM VENDAS DE CELULARES E ELETRÔNICOS. 2018.



Fonte: Trabalho de campo, 2018.

FIGURA 22 - LONDRINA. BOX COM VENDA DE CELULARES E PRODUTOS ELETRÔNICOS. 2018



Fonte: trabalho de campo, 2018.

Montenegro (2017, p. 374) considera o ramo eletroeletrônico como um “fenômeno de alargamento das escalas” do circuito inferior da economia urbana, podemos afirmar que da porção marginal do circuito superior também. E é por meio deste produto, os celulares *smartphones*, que vamos fazer uma análise das relações entre o circuito inferior, superior marginal e o circuito espacial da produção de eletroeletrônico.

Identificamos, que nos camelódromos, também há dinâmicas modernas na aquisição de mercadorias, organização no controle de estoques e estratégias de vendas importantes, como, por exemplo, o uso da máquina de cartão de crédito. De fato, essas dinâmicas não com a mesma intensidade como se apresentam nas atividades modernas, como, por exemplo, no que se refere aos preços e qualidade dos produtos oferecidos pelo circuito superior. No entanto, constatamos que, por meio das mercadorias de produção chinesa e outros países da Ásia, como em função dos meios utilizados para a consecução do comércio, podemos observar novas lógicas econômicas por parte dos comerciantes de mercadorias populares.

Portanto, a essa dinâmica dos comerciantes em adquirir seus produtos, podemos nos remeter a ideia de movimento, que é intrínseca em relação ao conceito de circuito espacial produtivo e a circularidade das mercadorias. Por isso, o conceito de circuitos espaciais da produção e os círculos de cooperação nos ajuda no entendimento de uma cadeia global que envolve todo um conjunto de atividades e que fazem parte da história da mercadoria, cheia de relações sociais justapostas.

Para Arroyo (2008), as empresas dos mais variados tamanhos são articuladoras das porções territoriais, formando assim os circuitos espaciais da produção. E destaca a circulação como variável dessas articulações dos inúmeros fluxos (produtos, ideias, ordens, informação, dinheiro), sobretudo dos smartphones.

Assim, independente do ramo da economia tomado como referência na análise, é necessário observar os diversos agentes que participam e fazem parte de um determinado circuito produtivo, devido à complexidade existente em cada realidade, principalmente as atividades ligadas ao circuito inferior que se encontra em escalas de menor alcance espacial e uma porção marginal do circuito superior sendo complemento das atividades de distribuição das grandes empresas, que pertencem ao circuito superior “puro”. É mister destacar a importância da economia menos capitalizada que participa de processos e circuitos produtivos que abrangem uma escala global de mercadorias populares (MONTENEGRO, 2011).

CONCLUSÃO

Um recurso de método fundamental é considerar o espaço como uma totalidade, como propôs Santos (2006), carregado de contradições, conflitos e adversidades. A partir de alguns elementos que foram discutidos nesta dissertação, é mister destacar o fenômeno técnico como uma das variáveis-chave da dinâmica global, o qual assume caráter importante para a compreensão do urbano contemporâneo, sobretudo a partir dos conjuntos de objetos técnicos, ou seja, a técnica como critério (SANTOS, 2006), meio pelo qual é possível analisar o espaço geográfico e, por sua vez, os processos de urbanização.

No período contemporâneo, a técnica assume um papel de inovação tecnológica, propagada em diversos pontos do território, ainda que com diferentes intensidades e efeitos sobre as totalidades dos espaços, como realidade comandada por agentes hegemônicos que têm o poder de se apropriar desses sistemas, sobretudo pela difusão das variáveis da informação e do consumo, que revolucionam o espaço geográfico.

Essas sucessivas modernizações técnicas conduzem a uma nova divisão territorial do trabalho, base para compreensão dos Circuitos da Economia Urbana (SANTOS, 2004).

No mundo globalizado, temos os grandes agentes que pertencem ao circuito superior da economia urbana presente no território nacional, dominando-o em grande escala, com atividades modernas e que geram grande circulação do capital. Esses agentes representam os grandes oligopólios e monopólios, cujos limites extrapolam a escala local e regional, e que ao comandarem em escala nacional ou global, trazem uma série de benefícios e relevância para a economia (SILVEIRA, 2015). Então, “(...) o dinheiro e os instrumentos financeiros são abundantes, inclusive porque várias das empresas que constituem o circuito superior são bancos ou controlam bancos, exercendo interferências sobre as demais atividades” (SILVEIRA, 2008, p. 7). O circuito superior tem o poder devastador de transcender escalas geográficas, articulando novos territórios.

Por outro lado, o circuito inferior vem ocupando o território sob formas diferentes de organização, como, por exemplo, prestadores de serviços que exigem pouco domínio técnico, produtores de bens artesanais ou fabris com baixo valor agregado, comerciantes ambulantes etc. Sendo assim, este circuito age como “o abrigo e fornecedor de ocupação e renda para grande parte da população” (MONTENEGRO, 2013, p. 39). Por essas características, este circuito é compreendido como formas de trabalho urbanas assumidas por populações de

menor poder aquisitivo, de fabricação não intensiva em capital, com um giro de capital baixo quando comparado ao circuito superior.

Na presente dissertação, estabelecemos como horizonte compreender as articulações entre os dois circuitos da economia urbana, tendo como objeto de estudo dois camelódromos situados nas cidades médias de Presidente Prudente (SP) e Londrina (PR), localizados em seus centros principais.

Propusemo-nos a enfrentar o desafio de realizar pesquisa que auxilie a pensar se a teoria dos circuitos da Economia Urbana poderia contribuir para reflexionar as cidades médias na contemporaneidade.

Nas últimas duas ou três décadas, essas duas cidades que são voltadas para o comércio e serviços e polarizadoras regionais, passaram por uma transformação de uma modernização acelerada nesses setores, ou seja, o fortalecimento do circuito superior da economia urbana.

O momento em que os camelódromos surgiram e foram instalados, gerando todos os conflitos e disputas destacados no capítulo 2, foi o momento em que os vetores dos capitais externos começaram a chegar com mais intensidade nessas cidades médias, no final dos anos 1990 e início dos 2000.

Começaram a aparecer hotéis de rede, *shopping center*, redes de franquias, tudo isso no mesmo momento que é preciso tirar os ambulantes das ruas e ordenar um espaço, pois é preciso “preparar” as cidades do ponto de vista do uso do território, apropriado para receber esses agentes externos com segurança para que eles possam transformar essas cidades, sobretudo, economicamente.

Existe o desejo das elites locais em reconfigurar esses espaços para essas novas lógicas e, pela disputa no mercado internacional, receber novos agentes e esta reordenação espacial é necessária. Os camelódromos surgiram como uma possibilidade de reordenamento no espaço, trazendo uma ideia de confinamento, controle e organização metódica desses espaços, principalmente nas áreas centrais das cidades, para que esses processos ocorram, além da pressão dos próprios comerciantes da área central.

Assim, a realização de nossa pesquisa possibilitou constatar o movimento na direção da institucionalização dos camelódromos, como espaço físico e controlado para os comerciantes trabalharem, diferente dos ambulantes que realizavam esse comércio popular nas ruas e também pertencem ou pertenciam ao circuito inferior.

A dimensão política é de suma importância para entender esse processo, visto que, houve enorme movimento por ocasião da implantação dos camelódromos nessas duas cidades, tanto pelo papel das elites locais quanto pela disputa pelo espaço, exigindo uma nova espacialização para o próprio circuito inferior, desintegrado e desunido, devido ao fato de que os ambulantes antes em diversas ruas e avenidas, terem sido confinados em área delimitada. No caso de Londrina, como ressaltamos no texto, houve um processo de judicialização que não está concluído até hoje, quando os comerciantes foram realocados para o atual prédio e a Prefeitura pagou os primeiros aluguéis, ou seja, é uma questão temporal que persiste até os dias atuais.

Segundo nossas pesquisas, os camelódromos atendem, atualmente, todos os tipos de público e essa é uma das mudanças ocorridas: ele deixou de ser espaço comercial voltado apenas às faixas de renda mais baixa e passou a atender segmentos de renda mais altos. Assim como, de outro lado, as classes mais baixas passaram a frequentar e consumir em lojas, cujo domínio é do circuito superior.

Novas modernizações territoriais, através dos sistemas técnicos que fortalecem esse circuito superior, provocam uma nova ordem espacial consolidada, colaborando para a transformação da organização espacial das cidades e, por consequência, para um aumento significativo da distância entre os circuitos da economia urbana (SILVEIRA, 2015).

Mais uma vez, o circuito superior melhorou a sua capacidade de ampliação no espaço, enquanto o circuito inferior continuou a permitir a sobrevivência (SILVEIRA, 2011). A mesma autora destaca a importância das atividades de sobrevivência, quando afirma que:

Lejos de tener un conocimiento científico-tecnológico para prestar servicios de esa naturaleza a la economía superior, buena parte de la población urbana realiza trabajos ocasionales y orientados a consumos banales. Es un verdadero sistema de vasos comunicantes, el circuito inferior nace y se desarrolla en función tanto de la insatisfacción de las demandas creadas por la economía hegemónica como del desempleo estructural. (SILVEIRA, 2011, p.11).

Um ponto a ser destacado, nessas conclusões, é relativo à idéia substancial de heterogeneidade no âmbito de cada circuito da economia urbana, assim como há mais articulação entre eles. Nesse sentido, a pesquisa mostrou que o camelódromo é heterogêneo, porque há comerciantes que se aproximam mais da porção marginal do circuito superior, como há comerciantes que mais afeitos ao circuito inferior da economia urbana.

Classificar as atividades econômicas como superior, inferior ou marginal, depende do ramo, do lugar, do nível de organização e de capital. Os camelódromos de Presidente

Prudente e de Londrina pelo fato de atenderem demandas também dos estratos de renda mais alto, em decorrência do tamanho das cidades, do fato de serem elas cidades médias, de os camelódromos estarem localizados no centro da cidade, têm comerciantes que podem ser caracterizados como porção marginal do circuito superior. Em metrópoles, espaços urbanos maiores e mais complexos, há tendência de a oferta ser mais segmentada e do custo de vida urbana ser mais caro, razões pelas quais é pressuposto que comerciantes desses espaços não façam parte da porção marginal do circuito superior.

Ao passo que as modernizações tecnológicas começaram a alcançar vários pontos do espaço, os comerciantes tiveram que se adaptar às novas dinâmicas, exigindo um nível maior de domínio da técnica, das novas estratégias para propiciar o consumo e da maior organização para adquirir mercadorias.

No camelódromo de Londrina, por exemplo, todos os boxes possuem máquinas de cartão de crédito, seus empregados possuem carteira assinada e têm direitos trabalhistas assegurados, possuem o Cadastrado Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e pagam aluguel do prédio onde estão instalados e contam com apoio do Sebrae em melhorias para seu comércio. Porém, esses elementos não são obrigatoriamente um sinal positivo e de avanços.

A partir do camelódromo, tomamos como foco as lógicas econômicas dos comerciantes para adquirir os produtos, como eles estruturam seus estoques e o tempo necessário para realizar novas aquisições.

Identificamos que os principais produtos vendidos são réplicas de aparelhos celulares e outros produtos *Made in China*. Essas mercadorias são postas em circulação via containers de navios capacitados para transportar grandes quantidades de produtos com destino à América do Sul, através do Porto de Santos. Somente depois são distribuídas no território sul-americano.

Devido às técnicas ampliadas com base na indústria da cópia e da pirataria, os telefones celulares (*smartphones*) se tornaram acessíveis a todo tipo de população, contribuindo cada vez mais, para a inserção desses agentes menos capitalizados dos camelódromos no circuito espacial produtivo desses aparelhos, evidenciando uma rota global pertencente as imitações dos produtos, produzidos sob um regime intensivo de trabalho, porém legalizado pelas leis da China.

Devido à expansão, que Montenegro (2011) considerou como um alargamento das escalas do circuito inferior, nas cidades contemporâneas, onde há novos pontos de comércio menos capitalizados são instalados, podemos caracterizar este como um dos fatores, a perda

de expressividade dos camelódromos de Presidente Prudente e de Londrina quando comparados a um passado recente, pois muitos comerciantes durante as entrevistas relataram a diminuição das vendas nos últimos anos.

Talvez esse seja um elemento para pensar o circuito inferior e os desafios nas cidades médias, como fora proposto por nós. Os camelódromos vão surgir num momento específico em que a ordenação do espaço precisa ganhar alguns contornos para que essa modernização acelerada aconteça. Isso ajudaria a caracterizar essas cidades, fora do ambiente metropolitano.

Quiçá, nas cidades médias o alargamento das escalas do circuito inferior é menos potencializado quando comparado as metrópoles, devido ao forte crescimento econômico e da modernização tecnológica, sendo o circuito inferior um resultado indireto, esse processo não atende todas as pessoas das grandes cidades, é seletivo e concentrador (SILVEIRA, 2015). O que acaba remetendo num mercado segmentado, com os mais diferentes níveis de capital, trabalho, organização e densidade técnica, obrigando a quem não possui essas características a lutar pela sobrevivência (SILVEIRA, 2015).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAYA, Cristina Bonilla. **El proceso de urbanización y los circuitos de la economía urbana: la actividad pesquera en la ciudad de Valparaíso, Chile.** Tesis de Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, 2017.

BICUDO, Edison. **O circuito superior marginal: produção de medicamentos e o território brasileiro.** Tesis de Maestría en Geografía, Universidad de Sao Paulo, São Paulo, 2006.

BUSCH, Silvia Inés. **Modernización en el circuito productivo de alimentos y aceleración contemporánea en la región metropolitana de Buenos Aires.** Tesis de Doctorado en Geografía, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Para Consumo: A transformação das pessoas em mercadorias.** Traduzido por Carlos Alberto Medeiros. -- Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BORASCHI, Gabriel Ribeiro. **Comércio popular e consumo. Articulações entre os Circuitos Superior e Inferior da economia urbana em cidades médias: Presidente Pudente (SP) e Londrina (PR).** Originalmente apresentado com trabalho de conclusão de curso em Geografia, Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, 2016.

CASTRO, Alexandre C.; MELAZZO, Everaldo Santos. **A escala geográfica: noção, conceito ou teoria?** A geografia no Tempo de Novos Conhecimentos, Revista Terra Livre, Ano 23, v.2, nº29, 2007, p. 133-142.

CACCIAMALI, Maria Cristina. **Globalização e processo de informalidade. Economia e Sociedade.** Campinas, v. 9, n. 14, p. 153-174, jun. 2000. CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **Comércio informal e a produção do espaço urbano em Uberlândia (MG).** Sociedade e Natureza. Uberlândia, v. 21, n. 3, p. 327-339, dez. 2009.

CACHINHO, Herculano. **Geografias do Consumo: Rotas Exploradas e Novas Linhas de Rumo.** Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Infogeo, 14, Lisboa, Edições Colibri, 1999, PP. 157-178.

CARRERAS, Carles. **Consumir ou comprar- repensando o consumo urbano à luz da globalização.** Revista GEOUSP, nº6, 1999, p. 81-94.

CATELAN, Márcio José. **Heterarquia urbana: interações espaciais interescolares e cidades médias.** Originalmente apresentado como tese de Doutorado em Geografia, Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, 2012.

_____. **As interações espaciais interescolares: o potencial de consumo das cidades médias na rede urbana.** Apresentado no XIII Seminário Internacional RII, Salvador/BA. Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, 2014.

CREUZ, Villy. *Compassos Territoriais: os circuitos da economia urbana na música em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife e Goiânia*. Tesis de Maestría, Universidad de São Paulo, 2012.

_____. *A cadência de divisões do trabalho na música: o coexistir de atores sociais do circuito superior do circuito superior marginal*. GEOUSP – Espaço e Tempo (Online), São Paulo, v. 18, n.2, p. 370-385, 2014.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. São Paulo: Editora Ática, Série Princípios, 3ª. edição, n. 174, 1995.

CORREIA, Silvia. **Emprego e Desemprego em Presidente Prudente. A Saída pelo Trabalho Informa: O exemplo dos Camelôs**. UNESP, Presidente Prudente, 2006
Dissertação [Mestrado em Geografia].

COSTA, Daniele Aparecida Gonçalves Gregório. **Camelô, Camelódromo e Informalidade: Um estudo sobre o Trabalho Informal no comércio de Presidente Prudente**. Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” – Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas de Presidente Prudente, 2002.

DANTAS, Aldo., ARROYO, Mónica., CATAIA, Márcio. *Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais da produção: um diálogo com a teoria de Milto Santos*. Série Estudos Geográficos, ed. Sebo Vermelho: Natal, 2017.

DAVID, Virna Carvalho. **Território e saúde: Circuito da economia urbana dos equipamentos médicos no Estado de São Paulo**. São Paulo: Humanitas: FAPESP, 2016.

DI NUCCI, Josefina. **División territorial del trabajo y circuitos de la economía urbana: bebidas gaseosas y aguas saborizadas en Buenos Aires, Mar del Plata y Tandil**. Tesis de doctorado en Geografía, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina, 2011.

_____. **Circuito superior de bebidas gaseosas y aguas saborizadas en Buenos Aires: organización y capital**. Revista Geográfica Venezolana, nº 2, vol. 52, 2011, 61-80.

_____. **Circuitos de la economía urbana de bebidas gaseosas en Buenos Aires**. Boletim Campineiro de Geografia, nº1, vol. 3, 2013, 76-96.

DI NUCCI, Josefina y LAN, Diana. **Globalización, hiperconcentración y transnacionalización del comercio alimenticio en Argentina. El territorio usado por las empresas supermercadistas**. Anales de Geografía, 2009, vol. 29, nº1, p. 9-33

DONATO LABORDE, Matías. **Territorio y globalización en Argentina: los circuitos de la economía urbana vinculados a las empresas automotrices**. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata, 2017.

_____. **Dinámicas territoriales de la industria automotriz argentina (1990-2012)**. Estudios socioterritoriales, Revista de Geografía, enero-junio 2014, nº 15, p. 133-148.

FERNANDES, Jose Alberto R., SPOSITO, Maria Encarnação B. (org). **A nova vida do velho centro**. Porto: Cegot, 2013, p. 7 a 59.

MONTENEGRO, Marina Regitz. **Globalização, trabalho e pobreza no Brasil metropolitano. O circuito inferior da economia urbana em São Paulo, Brasília, Fortaleza e Belém**. São Paulo: FFLCH. Originalmente apresentada como tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 2012.

_____. **Reflexões para uma teoria da localização da economia popular nas metrópoles brasileiras**. Boletim campineiro de Geografia, v.3, n.1: AGB: Campinas, 2013.

MONTE-MÓR, Roberto L. **A questão urbana e o planejamento urbano-regional no Brasil contemporâneo**. Economia e território. In: DINIZ, Clélio C., LEMOS, Mauro B. Economia e Território. Belo Horizonte: UFMG, p. 429-446, 2005.

MONTESSORO, C. C. L. **Centralidade urbana e comércio informal: os novos espaços de consumo no centro de Anápolis– GO**. Presidente Prudente, 2006. Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente.

OLIVEIRA, Edilson de. **Divisão do trabalho e Circuitos da Economia Urbana em Londrina – PR**. São Paulo, 2009. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo.

RIBEIRO, Guilherme da Silva. A influência do camelódromo de Londrina sobre o comércio formal de seu entorno. Dissertação (Mestrado em Geografia, Meio Ambiente e Desenvolvimento), Universidade Estadual de Londrina, 2010.

RODRIGUES, Ivanildo Dias. **A Dinâmica Geográfica da Camelotagem: A Territorialidade do Trabalho Precarizado**. Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, 2008. Dissertação [Mestrado em Geografia].

SANTOS, Flaviane Ramos dos. **Centralidade, eixos comerciais e consumo: um estudo sobre as concessionárias de automóveis em Presidente Prudente (SP)**. Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, 2015.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1987.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado, fundamento teórico e metodológico da geografia**. Hucitec. São Paulo 1988

_____. **Por uma economia política da cidade**. São Paulo, Hucitec, 1994.

_____. **O Espaço Dividido**. São Paulo: Edusp: 2004

_____. **A urbanização brasileira**. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005

_____. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** São Paulo, Hucitec, 2006.

_____. **A urbanização brasileira.** 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

_____. **Manual da Geografia Urbana.** São Paulo: Edusp: 2008.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maia Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI.** 5 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

PARSERISAS, Derlis. **Los circuitos de la economía urbana y el sistema financiero de crédito en Olavarría.** Tesis de licenciatura en Geografía, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del centro de la Provincia de Buenos Aires, 2011.

_____. **Territorio usado y finanzas: entidades no bancarias y préstamos personales en la ciudad de Tandil.** Revista Universitaria de Geografía, v. 23, n.1, Bahía Blanca, 2014, 11-39.

_____. **Urbanización y finanzas en la Provincia de Buenos Aires: dinámicas contemporáneas de los circuitos de la economía urbana.** Tesis de Doctorado en Geografía, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, 2018.

SILVA, William Ribeiro da. Para além das cidades: centralidade e estruturação urbana: Londrina e Maringá. 2006. 280 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2006

PINHEIRO-MACHADO, R. **La garantía soy yo. Redes locais e transnacionais de comércio popular – camelôs e sacoleiros (Brasil-Paraguai).** Dissertação de Mestrado, Porto Alegre: PPGAS, UFRGS, 2005.

_____. **China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal.** Revista Brasileira de Ciencias Sociais, vol. 23 n.º 67, 2008, pp. 117-333.

_____. **Made in China. (In)formalidade, pirataria e redes sociais na rota China-Paraguai-Brasil.** São Paulo, Hucitec: Anpocs, 2011.

SILVEIRA, M. L. **Globalización y circuitos de La economía urbana en ciudades brasileñas.** cuadernos del cendes año 21. n.º 57. tercera época septiembre-diciembre 2004.

_____. **Crises e Paradoxos da Cidade Contemporânea: os Circuitos da Economia Urbana.** Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Finanças, consumo e circuitos da economia urbana na cidade de São Paulo.** Caderno CRH (UFBA), v. 22, p. 65-76, 2009

_____. **Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana.** Universidade de São Paulo e Universidad de Buenos Aires: texto apresentado no ENG, Porto Alegre, 2010.

_____. **Urbanización Latinoamericana y Circuito de la Economía Urbana.** Revista Geográfica de América Central, Vol. 2, N° 47E, p. 1-17, 2011

_____. **Modernização contemporânea e nova constituição dos circuitos da economia urbana.** Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires – Argentina. Revista Geosp, Espaço e Tempo, V. 19, nº2, p. 245-261, 2015.

_____. **Buenos Aires em clave de modernidade y pobreza.** Circuitos de la economía urbana. Ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo. In: SILVEIRA, Maria Laura (org), Buenos Aires: Café de La Ciudades, p. 29-67, 2016.

_____. **Circuitos de la economía urbana. Ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo.** Buenos Aires: Café de La Ciudades, p. 29-67, 2016.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os Conceitos fundamentais da Pesquisa Sócio-espacial.** 1 ed. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 2013.

SPOSITO, Eliseu Savério. **Redes e Cidades** – Editora UNESP. Série Sociedade, Espaço e Tempo, 2006.

_____. **A teoria dos dois circuitos da economia urbana nos países desenvolvidos: seu esquecimento ou sua superação?** Universidade Estadual Paulista, 1996.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. O centro e as forma de centralidade urbana. **Revista Geografia.** São Paulo: v.10, p. 1-18, 1991.

_____. **Cidades Médias: Espaço em transição.** São Paulo: Expressão Popular, 2007.

_____. **Globalização, consumo e papéis intermediários de cidades médias no Brasil.** In: BELLET SANFELIU, Carmen Bellet; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Orgs). Las ciudades medias o intermedias en un mundo globalizado. Lleida: Universitat de Lleida, 2009.

_____. **A produção do espaço urbano – Agentes e Processos, Escalas e Desafios.** SPOSITO, Maria Encarnação; CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de (orgs). São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo.** Presidente Prudente: projeto de pesquisa apoiado pela FAPESP 2011_____. **Oportunidades e desafios da pesquisa urbana comparada.** In: FREITAS-FIRKOWSKI, Olga L. C.; NUNES DA SILVA, Marta. D. C. M.; CZYTAJLO, Natalia P.; VOLOCHKO, Danilo (orgs). Estudos urbanos comparados: oportunidades e desafios da pesquisa na américa latina: 1a ed. - San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán, p. 25-60, 2016.

TOZI, Fabio. **Rigidez normativa e flexibilidade tropical**: investigando os objetos técnicos no período da globalização. 2012. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. doi:10.11606/T.8.2013.tde-30042013-094602. Acesso em: 2018-10-24.

VILLAÇA, Flavio. **Espaço Intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

WHITACKER, A. M. **Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto - SP**. [Doutorado em Geografia]. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, 2003.

ANEXOS

Anexo 01: Questionário para recadastramento do camelódromo utilizado pela SEDEPP.

Página 01.

**QUESTIONÁRIO
PARA
RECADASTRAMENTO DO CAMELÓDROMO**

QUALIFICAÇÃO TOTAL:

- Nome:- _____
- CPF:- _____ RG:- _____
- ENDEREÇO:- _____
- TELEFONE:- () _____ CEL:- () _____
- E.MAIL:- _____

a) Apresentar os seguintes documentos:-

- () Certidão de nascimento () Certidão de casamento
- () CPF () RG () Carteira de trabalho () Título de eleitor
- () Comprovante de endereço atualizado
- () Atestado de antecedentes criminais
- () Declaração do Imposto de Renda 2015/2016
- () 03 fotos 3 x 4
- () Certidão negativa de bens imóveis tirada no 1º e 2º Cartórios de registro de imóveis

2. Indicar o local de ocupação pelo cadastrado:

() Box nº _____ () Via () Canteiro () Outro local

3. O responsável pelo espaço é o mesmo originalmente cadastrado pela Prefeitura Municipal?

() SIM () NÃO

Se a resposta for NÃO, cite o nome do(s) proprietário(s) anterior(es) :-

4. Qual o(s) produto (s) comercializado (s) ou serviço prestado?

Fonte: SEDEPP, 2017.

5. Possui outro emprego, ocupação e ou outra fonte de renda?
() SIM () NÃO
Se positivo, qual o valor desta renda? Cite:-
qual _____ R\$ _____

6. Possui bens imóveis outro comércio ou empresa?
Cite quais: _____

() NÃO

7. Se emprega alguém no comércio ou cuida pessoalmente do local.
Se positivo, quantas pessoas emprega? _____
() Cuida pessoalmente do local

a. Outras informações: _____

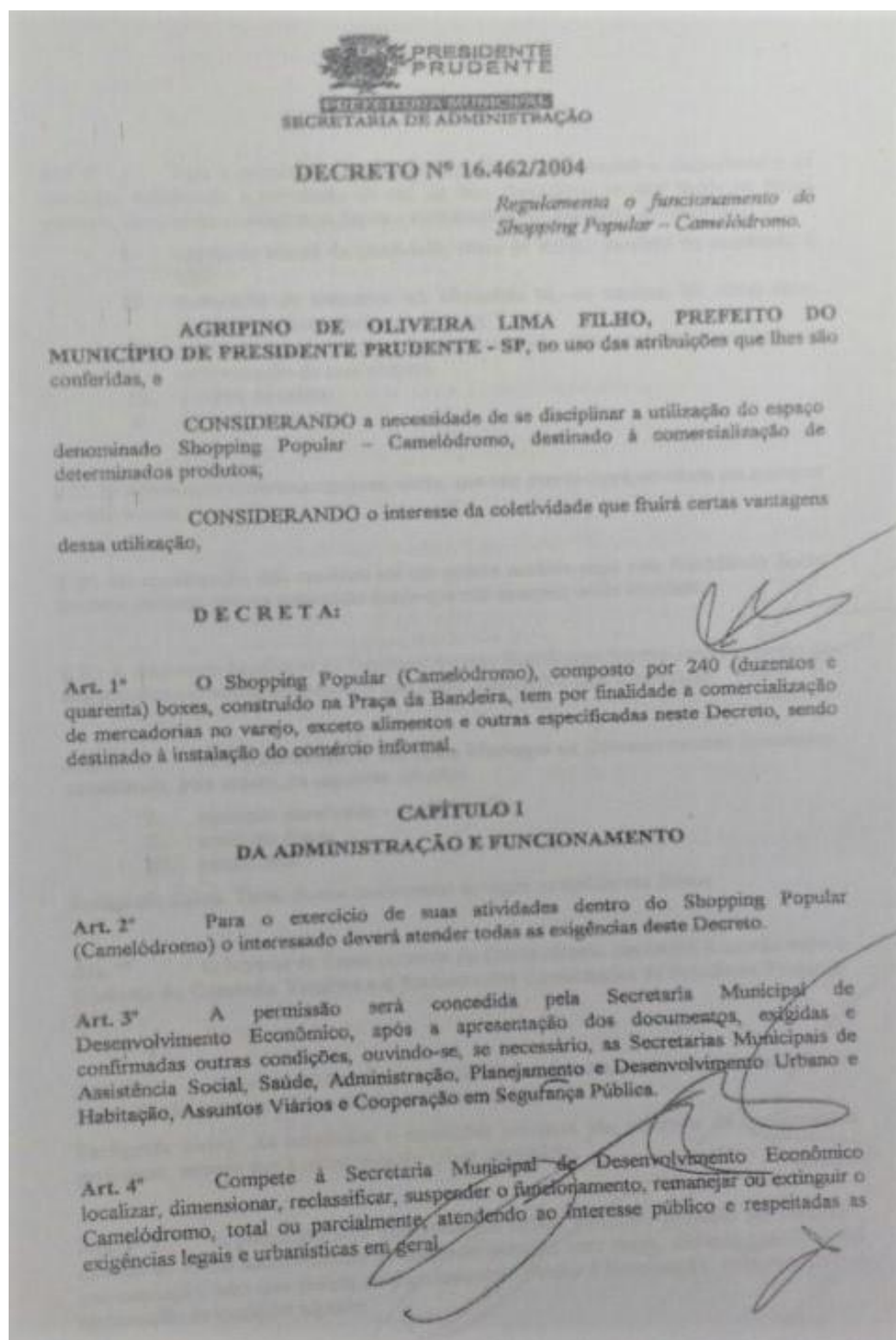
Presidente Prudente ____ de _____ de 2017

Assinatura do entrevistado

Assinatura e nome do entrevistador
Nome-

Anexo 2: regulamentação do funcionamento do Shopping Popular – Camelódromo.

DECRETO Nº 16.462/2004 (p.1)



Fonte: SEDEPP, 2017.

DECRETO Nº 16.462/2004 (p.2)



SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

Art. 5º Para a permissão, os interessados deverão preencher o requerimento de inscrição, solicitando a permissão de uso do box, fazendo-se constar todos os dados pessoais, atendendo as exigências legais e apresentando os seguintes documentos:

- I. cópias da cédula de identidade, título de eleitor, certidão de casamento e CPF;
- II. declaração de residência no Município há, no mínimo, 02 (dois) anos, emitida pela autoridade competente;
- III. prova de que é pessoa de poucos recursos, não possuindo bens imóveis com exceção de casa própria;
- IV. carteira de saúde;
- V. 03 (três) fotos 3x4.

§ 1º. O interessado deverá comprovar, ainda, que não exerce outra atividade em qualquer horário e local.

§ 2º. Os aposentados que recebam até um salário mínimo pago pela Previdência Social também poderão obter a permissão desde que não exerçam outra atividade.

§ 3º. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico fica reservado o direito de exigir quaisquer outros documentos que julgar necessários para a permissão.

Art. 6º Para a permissão, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico considerará, pela ordem, os seguintes critérios:

- I. condição econômica – renda familiar;
- II. condição física;
- III. estado civil.

Parágrafo único. Terão direito preferencial às vagas os deficientes físicos.

Art. 7º O horário de funcionamento do Camelódromo obedecerá a acordo entre o Sindicato do Comércio Varejista e o Sindicato dos Comerciantes de Presidente Prudente-SP.

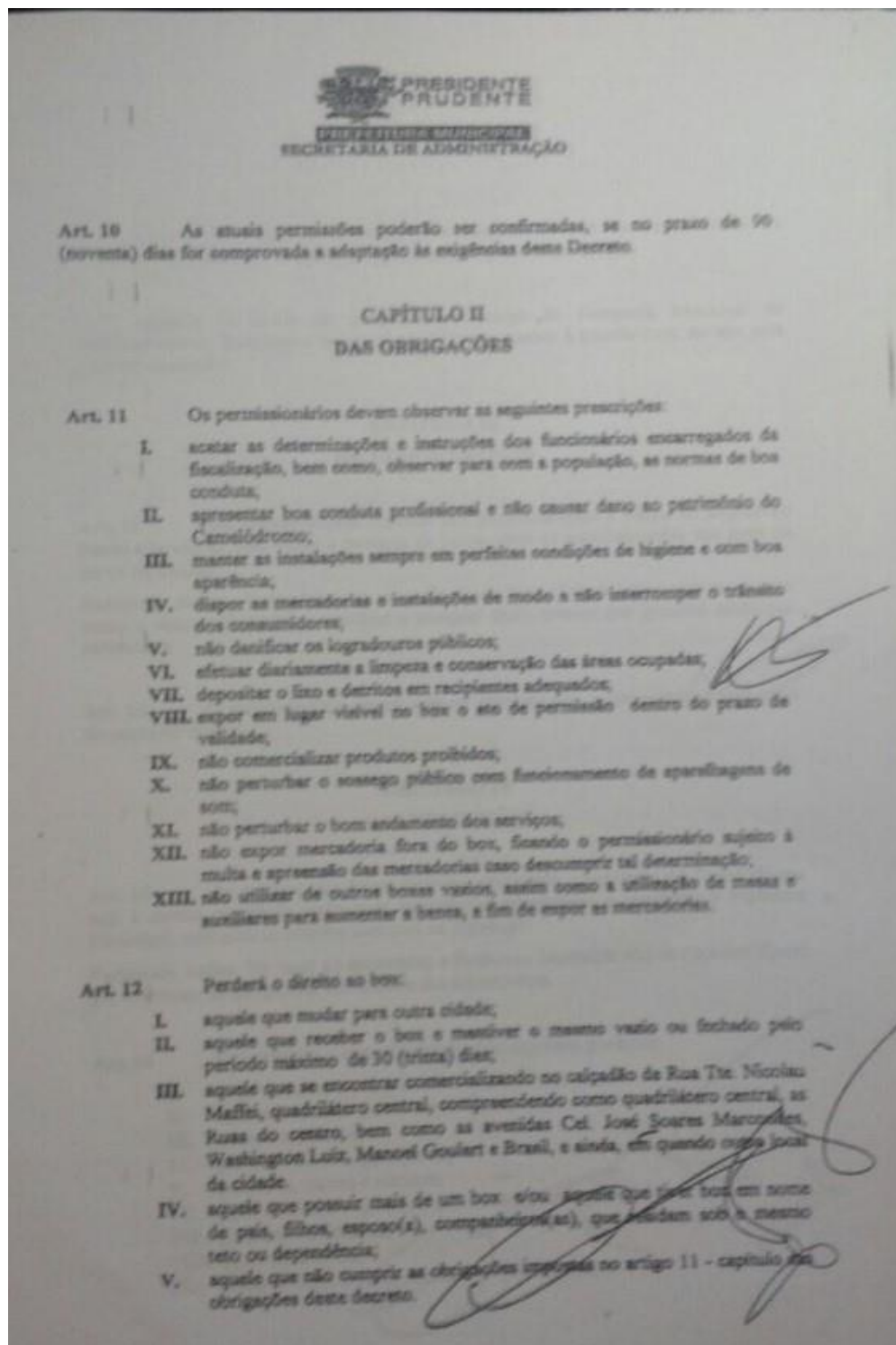
Art. 8º A permissão deverá ser reavaliada anualmente, sendo mantida desde que o permissionário atenda ao que exige este Decreto.

Parágrafo único. As exigências e condições previstas são passíveis de confirmações periódicas, sempre que a administração julgar necessário.

Art. 9º A permissão será concedida em caráter precário, podendo ser revogada, quando se tornar inconveniente ao interesse público, bem como, cassada quando ilegal sua execução, sem que assista ao permissionário direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer espécie.

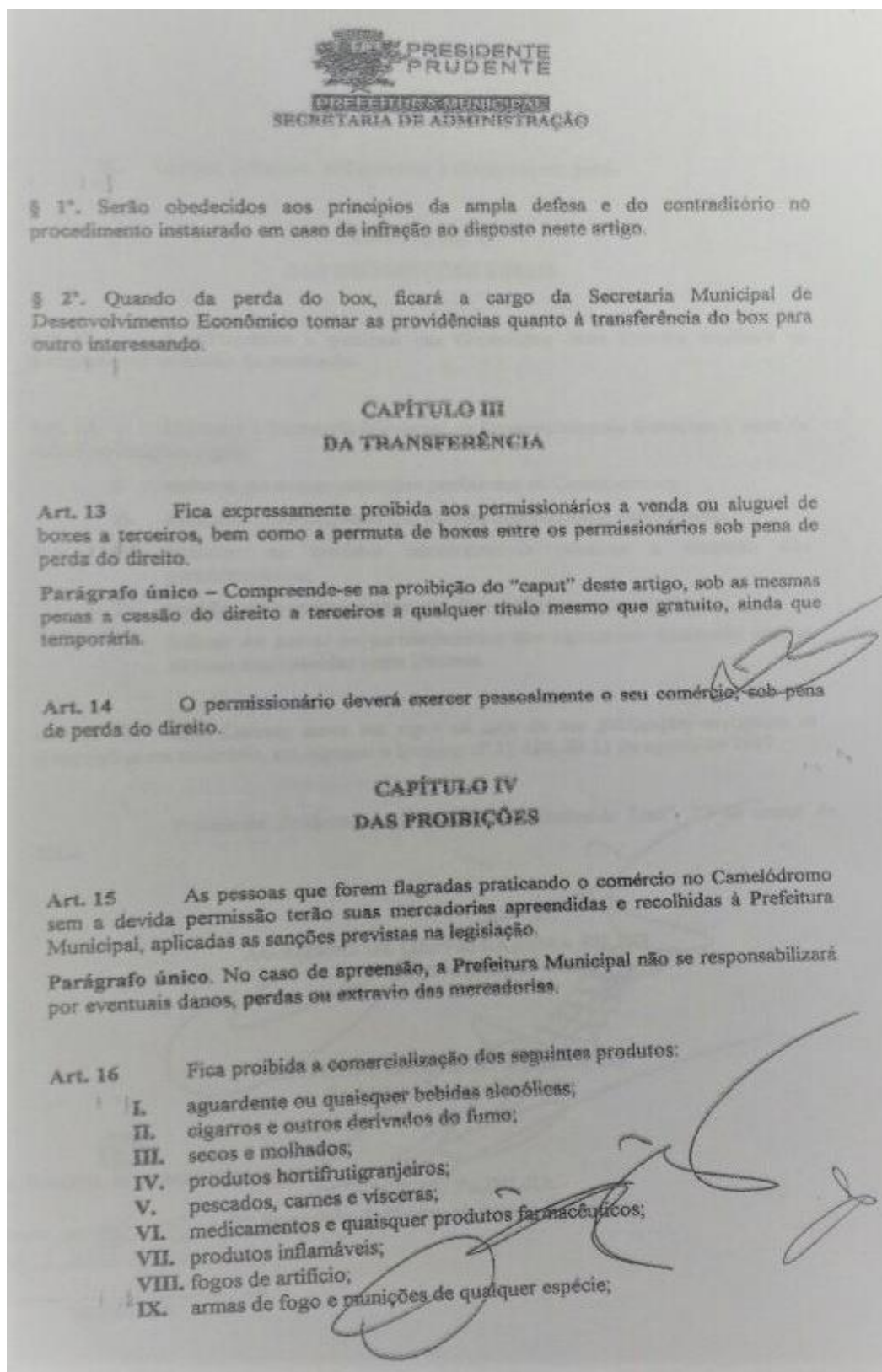
Fonte: SEDEPP, 2017.

DECRETO Nº 16.462/2004 (p. 3)

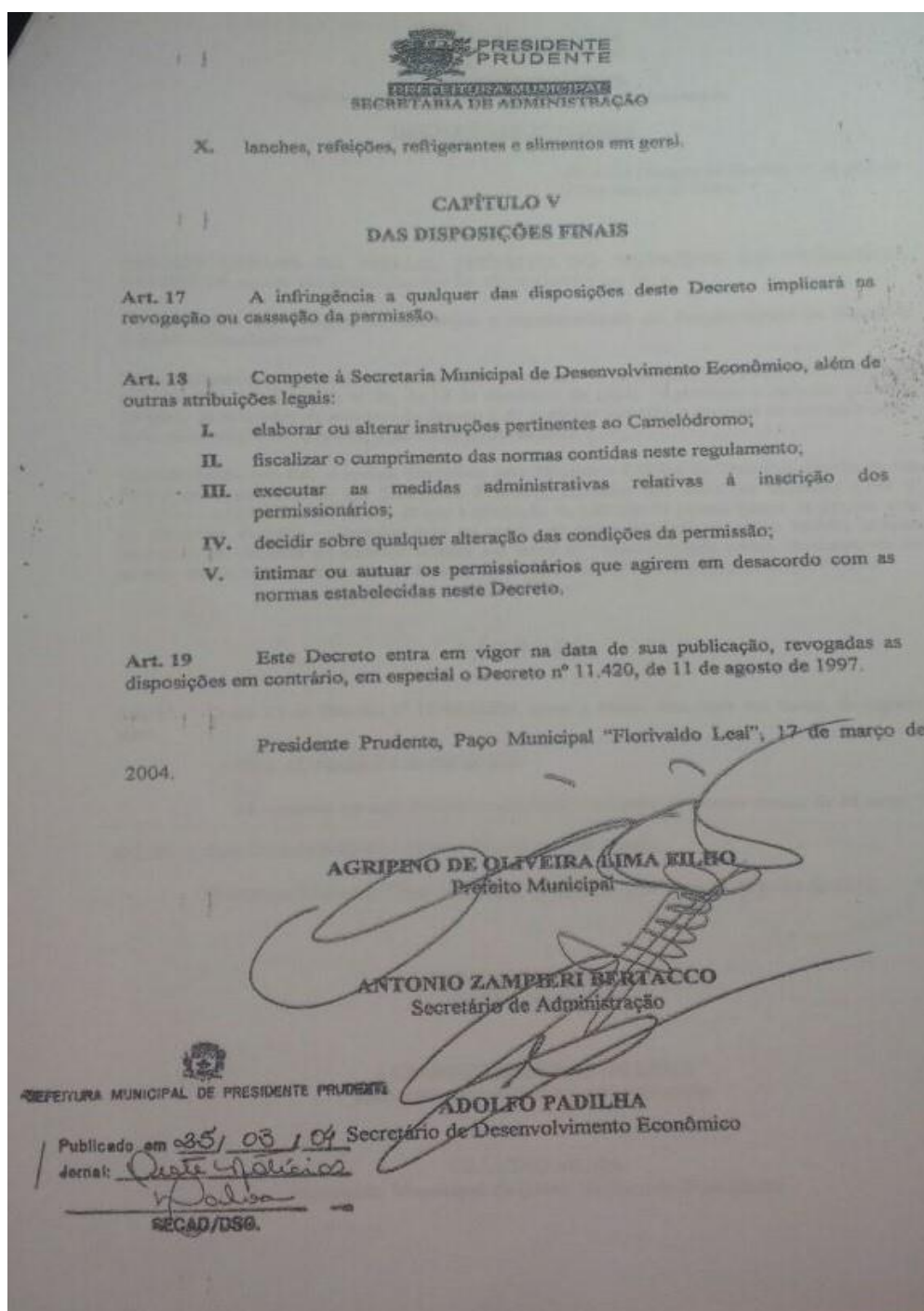


Fonte: SEDEPP, 2017.

DECRETO Nº 16.462/2004 (p. 4)

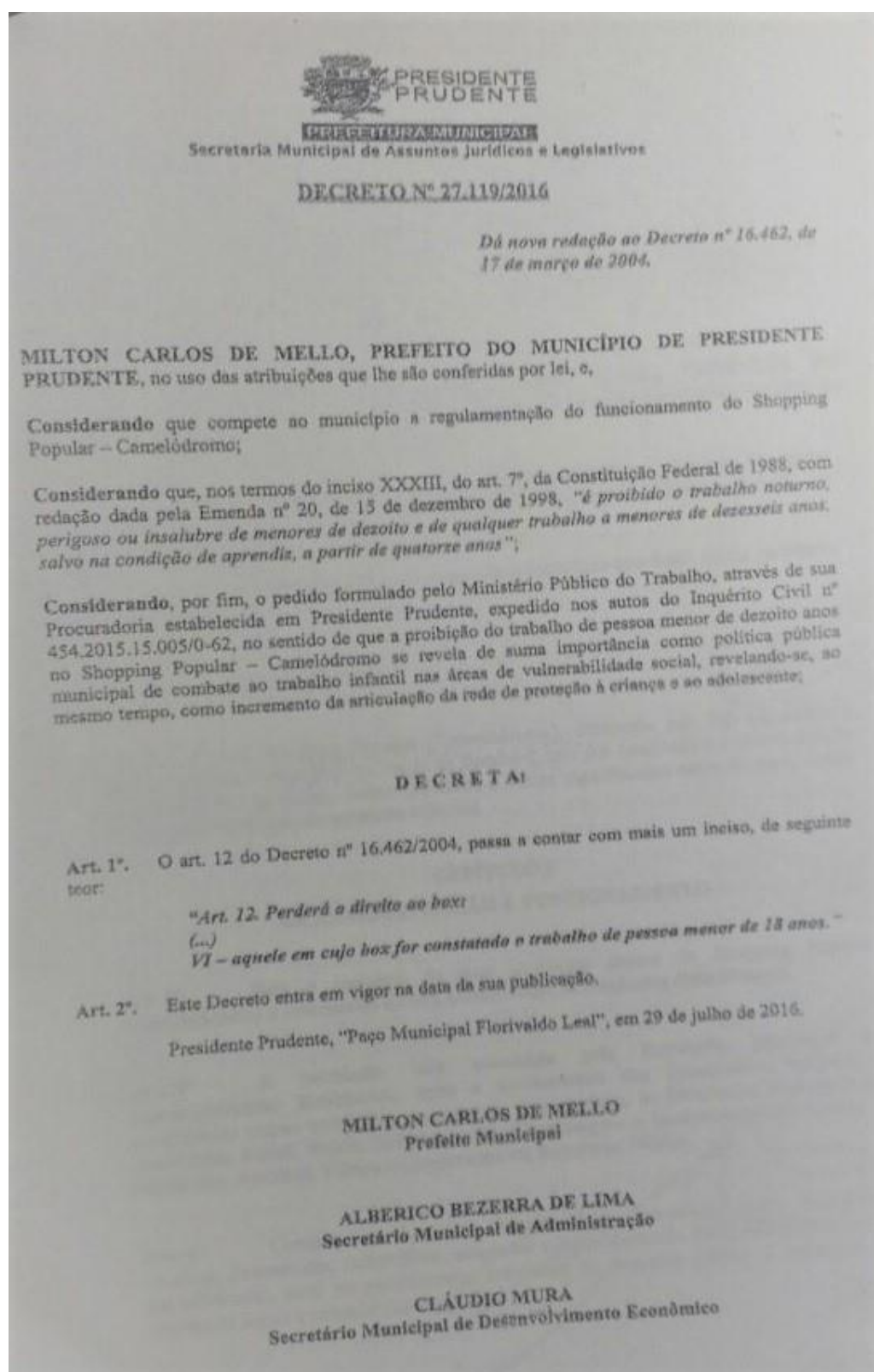


DECRETO Nº 16.462/2004 (p. 5)



Fonte: trabalho de campo, 2017.

DECRETO Nº 16.462/2004 (p. 6)



Fonte: trabalho de campo, 2017.

ANEXO 3: ENTREVISTAS REALIZADAS COM OS COMERCIANTES DOS CAMELÓDROMOS.

2.1 Modelo da entrevista com os comerciantes em Presidente Prudente.

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia 14/05/2017. Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?
2. Em qual bairro mora?
3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?
4. Desde então é o proprietário do Box?
5. Em que atividade trabalhava anteriormente?
6. Por que saiu do trabalho anterior?
7. Qual é sua formação profissional?
8. Qual a renda média?
9. Quantas horas trabalha por dia?

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?
2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.
3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?
4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?
5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?
6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)
7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)
2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?
3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?
4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?
5. Como você considera um produto “made in china”?
6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 diasmensalmente?

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.
2. Como você reagiu à notícia do cadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?
3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?
4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?
5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?
6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

2.2 Modelo da entrevista com os comerciantes em Londrina.

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia 12/06/2017. Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?
2. Em qual bairro mora?
3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?
4. Desde então é o proprietário do Box?

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?
6. Por que saiu do trabalho anterior?
7. Qual é sua formação profissional?
8. Qual a renda média?
9. Quantas horas trabalha por dia?

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?
2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.
3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?
4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?
5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?
6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)
7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)
2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?
3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?
4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?
5. Como você considera um produto “made in china”?
6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.
2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

3.3 Entrevistas realizadas no camelódromo de Presidente Prudente

Entrevista 1

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 33

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim América

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: Desde 2009.

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não. Eu trabalhava para um homem nesse mesmo box, depois ele foi trabalhar em outra área e eu então assumi aqui.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Foram vários trabalhos, mas o último foi como caixa de supermercado.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para ganhar mais.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Comecei a fazer administração de empresas, mas depois parei.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 2 mil reais.

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Horário do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Vendas de aparelhos de som, tanto para carros, caixas de som para festas, dvd's, Blu-Ray, essas coisas.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Caixas de som/entorno de 400,00 a 3.000,00 – que mais se vende é uma caixa de 700,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Minha mulher me ajuda quando pode, mas é só eu mesmo.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não. Em fim de ano, chamo algum primo ou amigo para fazer um bico e só.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não, somente esse. E é difícil falar de um número de clientes, muitos fazem consultas por whatsapp e acabo vendendo algumas coisas.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de crédito – máster e visa – cheque só de conhecidos e transferência bancária também.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Só anuncio na rádio do Camelódromo mesmo.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro em Foz do Iguaçu.

Pesquisador: É você quem busca?

Entrevistado: Depende, algumas vezes sim e outras não, tem muita gente que faz esse tipo de serviço e traz a encomenda para nós.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro e cartões.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Tudo da China, inclusive eu compro deles quando vou para Foz [risos].

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Eu classifico como produtos originais só que sem os impostos que esse governo absurdo coloca para gente pagar. Meus produtos são de boas qualidades, todos!

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produtos feitos na China e muito mais barato.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Mensalmente ou até a cada dois meses, depende das vendas, dos meses. Agora com essa crise as vendas caíram um pouco e os estoques duram um pouco mais.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, já foram bem melhores... O povo deixa um pouco de comprar essas coisas.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Achei ótimo, quem não deve não teme. Tem gente aqui que tem 3 ou 4 boxes, não pode! Mas a gente fica quieto né, não queremos arrumar confusão com ninguém [risos].

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Acho muito bom, a praça precisa de reforma e o Camelódromo também. Olha esses boxes, cheios de fios para todos os lados, esses boxes de latas, velhos e enferrujados não ajudam para vendermos mercadorias, atrapalha um pouco. E se sair do papel esse projeto vai ajudar muito a gente.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não, nunca pensei...

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Só se fosse para abrir uma outra loja no centro, grande e tudo mais.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: Para mim ou para a cidade?

Pesquisador: Para os dois!

Entrevistado: Para mim é de onde tiro o sustento para minha família, minha esposa e minha filha. E para a cidade, é uma referência para a população de Prudente e das cidades perto também.

Pesquisador: Vem muita gente das cidades próximas consumir aqui no Camelódromo?

Entrevistado: Sim, muita gente! Hoje mesmo vendi para gente de Indiana e Regente.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 2 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 55

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: COHAB

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 10 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Trabalhava em uma loja de material para construção no Mato Grosso do Sul e depois vim morar aqui em Prudente.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Casei e vim morar aqui.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Nenhuma

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 1.500 reais

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Das 10h as 18h

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Vendo de tudo para pesca, varas, molinetes, carretilhas, anzol, chumbada, tudo!

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Varas de pescar, entorno de 100,00 a 300,00 reais.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Só eu mesmo.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não preciso.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não...

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Só dinheiro.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Meu filho traz tudo de São Paulo.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Não, sei que é de São Paulo.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Não considero pirata, é tudo produto original.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Acho que as coisas feitas na China, não é?

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Todo mês meu filho traz coisas para mim e uma quantidade boa.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Com certeza já, dava para vender bem mais. Essa crise é complicada, enquanto esse governo não mudar vai continuar dessa mesma forma.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Eu gostei, assim deixa tudo regularizado as coisas por aqui.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Se acontecer mesmo vai ser bom para todos, tanto para nós comerciantes e para a população para vir comprar num lugar mais bonito.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China? (pulei essa pergunta)

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, estou bem aqui.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: Para a população é muito bom, não precisa ficar pagando muito caro em produtos de qualidade que vendemos aqui.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim.

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 3 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 29

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Alto da Boa Vista.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 3 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não, é do meu sogro.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Em uma loja de informática aqui no centro.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para vir trabalhar com meu sogro.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Faço um curso no Senac.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 3 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: das 9h às 18h

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares, acessórios e concertos.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Samsung – S7/S8 – Entorno de 600 a 1.200,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Eu e meu sogro.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não mais.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não. Por whatasapp passo informações sobre preços dos produtos, disponibilidade e etc.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de crédito e débito. Mastercard e Visa.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Tem uma página no Facebook.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Paraguai.

Pesquisador: Cidade del Leste?

Entrevistado: Não, em Ponta Porã – no caso em Pedro Juan Caballero.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro é mais vantajoso.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Tudo da China.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Uma réplica perfeita.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Mercadorias chinesas e de boa qualidade.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Mensalmente, mais ou menos.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Caiu um pouquinho, mas não muito. A gente que trabalha com tecnologia é melhor, por isso, sempre tem produtos novos no mercado e as pessoas gostam de tecnologia, então vendemos bem.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Eu gostei, não me tirou muito tempo e deixa o camelódromo organizado.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Espero que aconteça mesmo, né? Fazem anos que falam disso e até agora nada.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não...

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Acho que não, talvez se for um salário igual o dos políticos, quem sabe [risos].

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: Muito importante para a cidade, é uma referência sem dúvida nenhuma!

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 4 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 25

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Colina.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 3 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não, é do meu primo.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: em lojas no centro.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: para vir trabalhar com ele.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: ensino médio.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 1.800

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Dás 10h às 18h

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Vendemos celulares e acessórios.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Motorola – Moto X; Moto G – entorno de 500,00 a 1.000,00 reais.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Sou funcionário.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de crédito e débito, visa e máster.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: São Paulo.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: É meu primo que compra os produtos.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Acho que tudo de São Paulo mesmo.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: São réplicas, né. Mas funcionam muito bem, eu mesmo uso.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Não sei, deve serem feitos na China.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Meu primo é quem faz o controle.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: A gente vende bem sim. Com a crise aparecem algumas dificuldades, né. Mas não podemos reclamar não.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Olha, meu primo que foi atrás dessas coisas.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Acho que essa reforma é muito boa, eu acho aqui muito feio.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China? (pulei essa pergunta)

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Se o salário fosse bem maior, trocaria sim.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: É muito bom para a cidade e para as pessoas que não tem tanto dinheiro assim, né.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 5 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 35

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Itapura.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 5 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Moto boy.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: para tentar abrir meu próprio negócio.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Não tenho.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 3 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: horário normal do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares e seus acessórios e produtos de informática.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Samsung/S8 – 900,00 reais.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Somente eu.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Nos primeiros anos sim, agora é minha esposa que ajuda em épocas de Natal e só.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Dinheiro e transferência bancária.

Pesquisador: Cartões não?

Entrevistado: Ainda não trabalho com máquina de cartão, mas já estou providenciando.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Busco no Paraguai.

Pesquisador: Em Foz do Iguaçu/Ciudad del Leste ou Ponta Porã/Pedro Juan Caballero?

Entrevistado: Agora estou buscando em Pedro Juan Caballero.

Pesquisador: Antes buscava em Ciudad del Leste? Porque a mudança?

Entrevistado: Por dois motivos: o primeiro é que não tenho mais tempo para ir até Foz, então Pedro J Caballero fica mais próximo. E o outro motivo é que a pessoa que buscava as mercadorias para mim e uns outros colegas daqui do Camelódromo não faz mais esse serviço, e é difícil achar alguém de confiança para fazer essas coisas.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Pelo que eu vejo nos produtos a maioria é tudo da China.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: São réplicas muito bem-feitas, é como se fosse um produto original.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Mercadorias feita na China e que domina todos os mercados de eletrônico.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Cara, depende de algumas coisas. Primeiro: tem mês que vende bem outros não. Depois depende quando lança produtos novos, principalmente celulares. Não tenho um número exato de dias, é mais ou menos isso.

Pesquisador: Mas você tem uma média de quantos dias vai até o Paraguai? Somente para eu ter uma base...

Entrevistado: Pode colocar uma vez a cada 35 dias.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Não posso reclamar, celulares eu vendo bem, as pessoas gostam de estarem atualizadas [risos]. Mas já foram melhores sim, é por causa da crise que o país passa com esse governo corrupto que temos.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Achei muito importante, o Camelódromo está abandonado e espero que passe por uma reforma.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Importante para nós (comerciantes) e para os consumidores, um lugar bonito só agrega, né?! Você não gosta de comprar em lugares bonitos e tudo arrumado? [risos]

Pesquisador: Claro que eu gosto, me incentiva a comprar [risos]

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Confesso que nunca pensei.

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, ter o seu próprio negócio é outra história, não ter patrão é bom [risos]

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: Muito importante para a cidade, é uma referência para todos. Eu mesmo antes de ter o meu box, vinha consumir aqui direto [risos]

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Claro!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 6 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 42

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Icaray

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: No Camelódromo uns 10 anos, mas antes eu vendia roupas junto com minha mulher, agora eu vendo produtos eletrônicos.

Pesquisador: é mais vantajoso?!

Entrevistado: Sim, muito!

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente? (já respondido).

6. Por que saiu do trabalho anterior? (já respondido).

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Fiz administração de empresa.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: uns 3 mil reais

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: horário de funcionamento do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares, acessórios como carregadores, fones de ouvidos, películas de proteção e vendo peças novas também.

Pesquisador: concertos não?

Entrevistado: Não.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Iphones/Samsung – Iphone 6 e 7 por serem um preço mais acessível que o Iphone 8 e variam entre 900,00 a 2.000,00 e Samsung S7 e S8 que variam entre 600,00 a 1.300,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Somente eu.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Sim, no Natal.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Minha mulher tem um de roupas e só. Não sei te falar um número médio de clientes, e não faço encomendas, normalmente as pessoas vem aqui ver preço e etc.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões Visa e Master eu aceito.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro tudo em São Paulo, as vezes eu busco e tem pessoas que fazem esse serviço também.

Pesquisador: E você e sua mulher já aproveitam para comprarem coisas para o comércio dela também?

Entrevistado: Sim, já aproveitamos a viagem. Mas tem vezes que não dão certo.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Cartão e dinheiro.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Hoje dia tudo é da China.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classificam?

Entrevistado: Uma segunda linha.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Como eu disse, é tudo o que usamos e compramos [risos]

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Todo mês estou comprando alguma coisa...

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, já foram melhores. Mas até que conseguimos vender bem, é o que sempre falo, trabalhar com tecnologia é uma vantagem muito grande, as pessoas sempre estão em busca de celulares novos e acessórios.

2. Como você reagiu à notícia do cadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Eu gostei, mas até agora não aconteceu mais nada.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Já falaram tantas vezes desse projeto, só acredito quando começarem a fazer a reforma mesmo [risos]

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não!

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, estou bem aqui.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: Muito importante, a cidade toda vem comprar aqui, é gente de todas as classes, D, C, A, tudo vem comprar alguma coisinha aqui.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: está autorizado!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 7 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 19

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Planalto.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 7 meses

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não, funcionário.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Primeiro emprego.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Acabei o ensino médio.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 1.300

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Das 10h as 18h

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares e acessórios, “capinhas” e películas para proteção.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Motorola – Moto G – 700,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Funcionário.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no

camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não sei te dizer.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Dinheiro e transferência bancária.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Na rádio do Camelódromo.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Meu patrão que compra as mercadorias...

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Não sei te dizer.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classificam?

Entrevistado: Para mim é tudo original.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Coisas que são feitas na China.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Meu patrão quem faz o controle, todo dia ele anota o que vendemos e essas coisas.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Pelo o que meu patrão fala, já foram melhores, mas temos um movimento bom. E com essa crise estava difícil conseguir emprego, sorte que meu pai é amigo do dono desse box.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Não sei te informar nada disso.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Não sei também.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Se o salário for melhor, com certeza!

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: É muito importante, eu, minha família e amigos compramos muitas coisas aqui.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim.

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 8 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa.

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 33

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Itatiaia

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 4 anos e meio.

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Era sócio de uma miniempresa de copos, talheres e garfos plásticos, mas não deu certo o negócio.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Sou formado em administração de empresa.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 2 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: funcionamento do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares e acessórios, concertos em geral.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Samsung – S7 e S8 – variam entre 600,00 a 1.000,00 reais.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Tem uma funcionária.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Recentemente coloquei máquina de cartão de crédito e débito também. Aceito visa, máster e cielo.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro tudo de uma empresa de Foz do Iguaçu.

Pesquisador: Provavelmente é tudo da Ciudad del Leste então?

Entrevistado: Sim, porém não entro naquela “loucura” de cidade.

Pesquisador: E como você faz essa compra? Vai buscar em Foz?

Entrevistado: Por e-mail ou whatsapp. Depende, eu revezo com alguns amigos comerciantes daqui, cada vez é um que vai buscar e dividimos os custos.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Transferência bancaria ou dinheiro.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Sim, da China.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: De forma alguma, são os mesmos produtos vendidos nas lojas do centro.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Todos os produtos do mundo.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Depende, mas todo mês estou comprando alguma coisa.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, já vendi muito mais do que hoje. Com a crise financeira que estamos é normal as pessoas não gastarem tanto com certas coisas, né.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Achei bom, é bom sempre manter tudo organizado por aqui.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Se sair do papel eu acho que vai ser bom para todos, eu sou a favor dessa ideia.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Nunca...

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, me sinto bem aqui.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: É uma referência para a cidade, todos sabem onde está localizado o camelódromo, conhece as pessoas que trabalham aqui e os produtos que vendemos.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 9 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 44

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Vila Formosa.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 8 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Era do meu pai e agora meu.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Numa loja de roupas

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: A empresa fechou na época.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Não tenho.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 2 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Horário de funcionamento do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Bolsas para mulher e malas de viagem.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: As mais vendidas variam entre 150,00 a 300,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Não.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Também não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Dinheiro e cartões – crédito e débito, visa e máster.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro tudo em São Paulo.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro é mais vantajoso para conseguir descontos.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Não faço ideia.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Não, são todos originais.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produtos feitos na China [risos]

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Mensalmente.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sem dúvida que já foram melhores, era muito mais fácil de vender. A crise afetou muita gente nesse país, enquanto isso os políticos ganham milhões, é um absurdo.

2. Como você reagiu à notícia do cadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Eu particularmente achei bom, tem muita gente querendo “passar por cima dos outros” aqui.

Pesquisador: Como assim?

Entrevistado: Ah, não gosto de falar muito, mas tem gente que tem mais que um box e aqui não pode né, é lei da prefeitura.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Ouvi comentários, mas até agora nada foi feito.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China? – Pulei essa pergunta.

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: Muito importante, pois é uma referencia para a cidade. Muita gente compra com a gente aqui.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Está autorizado!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 10 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 40

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: São Judas.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 7 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Era vendedor de várias coisas [risos]

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para tentar a sorte e abrir o meu próprio negócio.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Não tenho.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: entre 2 a 3 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: funcionamento do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares e acessórios, fones auriculares e caixas de som de pequeno porte.

Pesquisador: O que você mais vende?

Entrevistado: Celular.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Celulares – Motorola/Moto G5 – 700,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Tenho um funcionário que fica no período da manhã.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não...

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de crédito e débito, visa e máster apenas.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Todas do Paraguai, em Foz (Ciudad del Leste).

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Tudo importado da China e que são de uma qualidade excelente.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: São originais, funcionam igual os aparelhos vendidos nas lojas do centro.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produzidos e trazidos da China, hoje é tudo chinês os produtos que vendemos e compramos e etc.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Todo mês vou buscar produtos novos.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, eu vendia um pouco mais. A crise pegou muita gente de surpresa, estávamos numa crescente muito boa e de repente veio a crise para acabar com tudo, é uma pena.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Na minha opinião foi uma boa iniciativa, o Camelódromo é muito abandonado pela prefeitura, não tem fiscalização, é precário certas coisas por aqui.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Ouvi comentários, inclusive por isso fomos obrigados a fazer o recadastramento, mas nada saiu do papel até agora e olha que fazem anos que estou aqui.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Nunca pensei nisso.

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, já me acostumei com aqui e tenho muita coisa conquistado com o suor deste lugar.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: É muito importante para a cidade, muita gente compram coisas aqui, faz parte do centro e do comércio o Camelódromo de Prudente.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim!

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 11 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 30 anos

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Paulista

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 3 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não, meu cunhado é o proprietário.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Eu trabalhava numa empresa de informática.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Primeiro para ganhar mais e depois para trabalhar com meu cunhado.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Fiz computação na Unoeste.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 3 a 4 mil reais.

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Depende, cara! Tem dias que fico em casa fazendo os concertos, tem dias que venho aqui.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Vendemos celulares, fazemos reparos em celulares e computadores.

Pesquisador: Vende computadores também?

Entrevistado: Novos não, semi-novos e usados sim.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Samsung/S8 – 1000,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Eu e meu cunhado.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não temos outra loja. E encomendas não, porém faço orçamento pelo celular – via whatsapp – e depois para avisar o cliente quando está pronto a mercadoria e essas coisas.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Dinheiro.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Ciudad del Leste.

Pesquisador: Tudo?

Entrevistado: Sim, celulares, peças para computador e alguns acessórios.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Sim, tudo da China.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: É tudo original, hoje em dia não existe mais produtos “piratas”. Claro, dvd’s com filmes e músicas é uma coisa que nunca vai acabar, mas celulares, computadores e peças novas é tudo original.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: as mercadorias feitas na China, óbvio, e que todas as lojas do mundo vendem [risos]

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Cara, é complicado. Mas creio que todo mês chega alguma coisa.

Pesquisador: E são vocês quem vão buscar?

Entrevistado: Depende, tem vezes que sim, outras vezes alguns comerciantes trazem para nós.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, vendíamos mais, mas essa crise pegou todo mundo, né? As pessoas estão controlando mais seus gastos.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Cara, meu cunhado é que pode te responder melhor, ele é o responsável pelo box.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Se acontecer de verdade vai ser bom para todos nós (comerciantes) e para os consumidores né.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não.

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Mas aqui é um trabalho formal também [risos]! Mas não trocaria.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?

Entrevistado: É um lugar que as pessoas veem para comprar, elas gostam de comprar aqui, temos um bom preço e bons produtos.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim.

Pesquisador: Obrigado!

ENTREVISTA 12 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 38

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim América.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 6 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Uma loja no centro.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Não sei, continuo com a loja também.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Fiz curso técnico em mecânica.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: Nesse box uns 2 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Muitas [risos]

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Venda de celulares e seus acessórios, e produtos de informática também, como mouses, teclados, produtos para limpar as telas.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Celulares – Samsung – 800,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Funcionário.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Como te disse, tenho uma loja aqui no centro da cidade. E não faço encomenda, apenas orçamentos e consultas de preços por whatsapp.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Aqui no box somente em dinheiro.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro tudo em São Paulo.

Pesquisador: Você mesmo quem vai buscar?

Entrevistado: Sim.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro ou cartão, depende da compra.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Não.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Produtos originais.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Coisas que vem da China.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Todo mês vou para São Paulo.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: De um modo geral sim, mas vendemos bem nas duas lojas. A crise atrapalha um pouco é claro, mas celular e computadores são coisas que as pessoas gostam né.

2. Como você reagiu à notícia do recadastramento dos comerciantes do Camelódromo feita pela SEDEPP?

Entrevistado: Achei bom.

3. O que você acha sobre o projeto de Revitalização da Praça da Bandeira? Vocês foram informados sobre?

Entrevistado: Acho que não vai acontecer nada, só vai ficar no papel e nas falas dos políticos.

4. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não.

5. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não.

6. Para finalizar nossa entrevista, na sua opinião, qual é a importância do Camelódromo de Presidente Prudente?]

Entrevistado: O Camelódromo é muito importante para a cidade, para os comerciantes, para a população, temos muitos clientes aqui.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado!

3.4 Entrevistas realizadas no camelódromo de Londrina

ENTREVISTA 1 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 52

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Antares

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 5 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Sempre trabalhei no comércio, já fui caixa, carregador de mercadorias, antes assumir um box eu fui gerente de uma loja que infelizmente faliu.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: a loja faliu.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Não tenho.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: Entorno de uns 3 mil reais.

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Horário de funcionamento do comércio.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Artigos esportivos – roupas e calçados em geral.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Camisas da Nike – time de futebol e casual – 100,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Tenho um único funcionário.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não é necessário.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartão de crédito e débito – mastercard e visa. Não é possível com vale-refeição.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Tem o box, assim como todos outros, anunciado no site do camelódromo, apenas isso.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Antigamente eu iria buscar tudo em São Paulo, em várias empresas e qual estava disposta a negociar um bom preço! Agora já estou velho [risos] e tem uma pessoa que busca mercadorias para mim e outros comerciantes.

Pesquisador: e como o senhor compra essas mercadorias:

Entrevistado: Eu já tenho os produtos que sempre vendo e uma lista com algumas empresas, então eles já sabem dos produtos que necessito para minha loja. Eu mando um whatsapp ou um e-mail e tudo se resolve em minutos,

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Transferência bancária ou cartão de crédito.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Hoje sabemos que a maioria dos produtos são fabricados na China e são de muita qualidade.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Eu classificaria como uma “segunda linha” dos produtos vendidos pelas grandes empresas como Nike, Adidas, Mizuno e as outras que existem. E como te disse, tem que saber escolher os produtos, os que vendo aqui são de muita boa qualidade!

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produtos fabricados na China [risos]!

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Normalmente a cada 15 ou 20 dias a pessoa que te falei busca as mercadorias, então sempre estou abastecendo meu estoque.

Pesquisador: e o senhor estoca tudo aqui no box?

Entrevistado: Não, em minha casa. E depois vou trazendo para o box.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, antes eu vendia muito mais, e meus colegas também dizem a mesma coisa. Hoje o país passa por uma crise econômica pesada, as pessoas não estão gastando tanto dinheiro, e o desemprego que antes já era uma coisa comum, agora atrapalha a vida de todo mundo.

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Olha, eu sei que não é fácil para todos conseguirem se manterem, mas também não acho justo a maioria pagar certinho, como eu faço, e alguns não. Tem comerciante aqui que não estava pagando o aluguel, mas anda de carro novo, não fica uma coisa justa para todos, entende?

Pesquisador: Sim, claro! E já foi resolvido?

Entrevistado: Creio que sim, o presidente pode te responder melhor [risos].

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não, não sei nem por onde começar, eles falam uma língua esquisita! [risos]

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: A “essa altura do campeonato” não!

Pesquisador: Porque?!

Entrevistado: Já estou velho, daqui a pouco me aposento e tenho meu próprio negócio, isso é muito bom. Ficar recebendo ordem de alguém não é fácil [risos].

Pesquisador: Há algum outro ponto que gostaria de acrescentar? Algo que poderia me ajudar a compreender essa lógica comercial?

Entrevistado: Acho que não... Mas caso você precisar de alguma coisa, estarei por aqui!

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 2 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 31

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Olímpico.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 3 anos e meio, mais ou menos.

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Eu e meu primo.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Eu trabalhava numa loja no Catuaí (shopping center).

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para abrir o nosso próprio negócio.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Atualmente estou no último ano de Administração.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: Não sei te falar... depende do mês!

Pesquisador: Só um valor mais ou menos?

Entrevistado: uns 2 mil.

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Horário de funcionamento do Camelódromo das 09h00min às 18h00min.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Vendemos bonés e relógios – meu primo faz concertos de relógios também.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Bonés/entre 15,00 a 120,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Nós dois.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não!

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não temos outra loja e não sei te falar em um número de clientes.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Dinheiro, cartões de crédito e débito – máster e visa – e cheque só de pessoas muito conhecidas, mas hoje vendemos muito nos cartões.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Buscamos a maioria em São Paulo, principalmente os relógios que são importados. Alguns bonés têm vendedores da região que sempre passam para vender, principalmente fábricas de Apucarana e Cianorte também.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro e cartão.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Os bonés como te falei, alguns são das cidades próximas. Outros bonés é tudo feito em São Paulo eu acho, não tenho certeza. Os relógios é tudo da Ásia.

Pesquisador: Certo, principalmente de quais países?

Entrevistado: Da China!

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Não, são todos originais!

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Os relógios [risos]

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Uma vez por mês ou um mês e meio. Os vendedores de bonés da região passam toda semana, mas não são todas as semanas que podemos comprar.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Não faz muito tempo que estamos com o negócio, nosso primeiro ano foi muito bom, depois manteve-se igual hoje, então não podemos reclamar. Mas tem comerciantes aqui com muitos anos de Camelódromo e eles dizem que há muitos anos eram bem melhores às vendas...

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Sim, alguns comerciantes deixaram de pagar o aluguel e algumas contas básicas. Não sei, talvez faltou um pouco de organização por parte deles, é difícil ficar falando, né? Eu e meu primo sempre nos esforçamos para deixar tudo pago certinho.

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não...

Pesquisador: Algum motivo em especial?

Entrevistado: Não sei nem por onde começo [risos]

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, só queria que passasse logo essa crise e voltar a vender bem igual os outros comerciantes dizem que era!!! [risos]

Pesquisador: Há algum outro ponto que gostaria de acrescentar? Algo que poderia me ajudar a compreender essa lógica comercial?

Entrevistado: Cara, acho que não! É muito bom trabalhar aqui, isso te garanto!

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 3 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 38.

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Vila Fraternidade.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 6 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não, trabalha em um outro box e depois abri meu próprio negócio.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Respondido na resposta anterior.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para não precisar trabalhar para ninguém [risos].

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Ensino médio completo apenas.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 3 mil reais

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: horário de funcionamento do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares novos e todos os tipos de acessórios, principalmente as “capinhas” para celulares. Tenho um amigo que faz conserto, então recebo aqui em minha loja e envio para ele fazer os concertos ou orçamentos.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: “Capinhas” de celular – entre 10,00 a 30,00 reais.

Pesquisador: E celular, qual o mais vendido?

Entrevistado: Motorola/Moto X – 800,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Tem um funcionário, é como um irmão de família. Começou como um “bico” para ele e está aí até hoje [risos]

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não. Não sei te dizer, amigo...

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de crédito e débito, visa, mastercard e cielo. Cheques não trabalho mais e nenhum tipo de vale.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não...

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro em Ciudad del Leste no Paraguai, sempre busco os aparelhos mais atuais e de boa qualidade, até tenho amigos chineses [risos]. Tem duas ou três lojas que sempre compro as mercadorias, são de boa qualidade!

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Com o dinheiro é sempre mais vantajoso, mas uso cartão também.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Eu sei que são todos feitos na China, e que agora não existe mais esse lance de imitação, são os mesmos celulares vendidos nas lojas normais.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Considero originais com um preço mais acessível para todos.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produtos feitos na China [risos]

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Mensalmente ou até a cada dois meses, depende o mês e quando são lançados os novos aparelhos. Hoje em dia com o whatsapp facilitou tudo, às vezes todo mês vem produto novo e aí tenho que ir buscar, às vezes demora um pouco mais e assim vai...

Pesquisador: e os acessórios todos no Paraguai também?

Entrevistado: Sim, também!

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Cara, eu não senti muita diferença não! Não vou dizer que caiu um pouco as vendas, mas como trabalho com um produto de tecnologia as pessoas não ficam sem.

Pesquisador: E você percebeu alguma vez que mesmo a pessoa estava endividada e mesmo assim veio consumir em sua loja?

Entrevistado: Claro que já, muitas vezes! Parcelo celulares até em 10 vezes [risos].

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Acho um problema grave para nosso Camelódromo, pois eu e meus amigos comerciantes mais próximo nos organizamos sempre para pagar nossos aluguéis e contas tudo nos conformes, não acho certo alguns ficaram devendo...

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não... É a primeira vez que penso nisso na verdade [risos]... quem sabe no futuro, né?

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não, estou muito bem aqui!

Pesquisador: Há algum outro ponto que gostaria de acrescentar? Algo que poderia me ajudar a compreender essa lógica comercial?

Entrevistado: Acho que não, amigo.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 4 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 22

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim dos Alpes.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 2 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Não, funcionário.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Trabalhava numa loja de calçados no centro.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para ganhar mais [risos]

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Me formei no ensino médio.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 1.800,00

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Dás 10h às 18h.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Celulares – acessórios e concertos em geral.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Samsung – 1.000,00

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Eu e meu patrão.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Nesses dois anos não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Meu patrão tem outra loja no centro de celulares também. E não sei te falar de quantos clientes a gente atende, são muitos [risos]

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartão de crédito e débito, das bandeiras visa e master, as vezes meu patrão pega cheque de conhecidos, mas é só com ele para vender assim.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Que eu saiba, não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Não sei onde meu patrão busca...

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Isso é só com ele também, vou ficar devendo [risos]

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Pelo que eu vejo nas “caixinhas” é tudo da China.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Uma réplica!

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Feitos na China!

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Isso também é com ele...

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: A gente está numa crise econômica, e com esse Temer na presidência só vai piorar as coisas, eu acho pelo menos.

Pesquisador: Claro! E sobre as vendas?

Entrevistado: Diminuíram um pouco sim...

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Não me envolvo muito com essas coisas, meu patrão sim...

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China? Pulei essa pergunta

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Se fosse para ganhar mais, toparia! Mas tem mês que ganho bem aqui porque tenho comissão de vendas.

Pesquisador: Há algum outro ponto que gostaria de acrescentar? Algo que poderia me ajudar a compreender essa lógica comercial?

Entrevistado: Acho que não, desculpa não conseguir algumas perguntas...

Pesquisador: Está ótimo, já me ajudou muito! E para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 5 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 24

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Brasília

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 1 ano e 7 meses

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Funcionário

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Loja de roupas, de vendedora também.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Por vários motivos, um deles é para ganhar um salário um pouco maior.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Ensino médio

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 1.500 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Das 09h às 17h

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Computadores (notebooks) novos e usados, acessórios e concertos.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Acer – um novo: 1.500,00 reais. Usado: 800,00.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Eu e meu patrão.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não!

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não...

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartão de crédito e débito também. Cheques não mais. Ah, transferência bancária também.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Paraguai, todo mês meu patrão viaja para buscar as mercadorias. E os notebooks usados que ele compra, restaura e vendemos também.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Não sei te dizer...

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Não.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: São todos originais, damos até garantia! [risos]

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produtos feitos na China.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Isso é com meu patrão...

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Não sei, a gente vende bem! [risos]. E sobre a crise, tenho sorte de estar empregada.

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?(pulei essa pergunta)

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Depende do salário, garantias e o lugar para trabalhar.

Pesquisador: Porque? É bom trabalhar no Camelódromo?

Entrevistado: Sim, ótimo! É no centro da cidade, o box é confortável e meu patrão é muito tranquilo e também tenho comissão de vendas.

Pesquisador: Há algum outro ponto que gostaria de acrescentar? Algo que poderia me ajudar a compreender essa lógica comercial?

Entrevistado: Creio que não, moço!

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 6 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 39

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Jardim Sabará

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 7 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim, junto com meu marido.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Numa concessionária de carros.

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: para abrir o negócio com ele.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Fiz pedagogia, mas não exerço.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: Depende muito o mês, mas entorno de uns 3 a 4 mil.

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: Horário de funcionamento do camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Óculos – de lente normal e de sol também.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Ray-Ban – 150,00 reais.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Temos uma funcionária sim.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?

Entrevistado: Não, e não sei te falar...

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões, crédito e débito, visa e master.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: São Paulo.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Cartão e transferência bancária.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: As lentes meu marido é quem faz, as armações e os óculos de sol são comprados em São Paulo, e pelo que vejo as etiquetas são tudo de procedência chinesa.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Não, é tudo original, primeira linha!

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Como te disse, tudo de procedência chinesa, e que cada dia domina o mundo!

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Depende, quando não há muito movimento durante o mês, aí não é necessário ir buscar. É meio complicado dizer ao certo, mas temos um bom estoque!

Pesquisador: E vocês armazenam tudo aqui?

Entrevistado: Algumas coisas sim, outras em nossa casa mesmo!

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Sim, já foram melhores as vendas no comércio em geral. Creio que essa crise, enquanto não passar vai continuar desse jeito, é uma pena para gente [risos].

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Eu acho que foram poucos casos que deram trabalho para pagar, pois os comerciantes do camelódromo sabem que temos que estar sempre unidos e a maioria, como nós, somos organizados.

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não, nunca pensamos nisso!

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não.

Pesquisador: Há algum outro ponto que gostaria de acrescentar? Algo que poderia me ajudar a compreender essa lógica comercial?

Entrevistado: Creio que não, qualquer dúvida estou à disposição.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado por toda ajuda!

ENTREVISTA 7 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 49

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Coliseu.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 7 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Escritório

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Para abrir meu próprio negócio.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Administração de empresas.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 3 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

Entrevistado: funcionamento do Camelódromo.

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Roupas em geral – esportivas, sociais, básicas.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Vendo de tudo um pouco, desde camisas da nike até camisas sociais, e variam de 50 a 300 reais.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Tenho uma funcionária.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Sim, em dezembro.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de débito e crédito, visa e máster.

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Não.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: São Paulo, tudo de lá.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Dinheiro sempre que possível.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: Algumas coisas vejo na etiqueta que são da Chinas, outras em Santa Catarina e muita coisa em São Paulo mesmo.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: São todos originais.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Produtos feitos na China.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: Todo mês eu viajo para buscar mercadorias.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Já foram melhores sim, eu vendia um pouco mais. A crise chegou para frear as compras, mas eu me “viro” bem aqui,

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Eu acho que temos que nos cobrar para deixar em dia nossas contas, porque o Camelódromo é um lugar de comércio coletivo, todos temos que cooperar. Naquela época foram feitas algumas reuniões, tinha gente que não pagava aluguel há 3 meses, é inadmissível. Mas foi tudo resolvido.

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Não, minhas mercadorias, a maioria são feitas no Brasil mesmo.

4. Se houvesse oportunidade de um trabalho formal, com carteira assinada e todos os direitos, trocaria de trabalho?

Entrevistado: Não.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

ENTREVISTA 8 - TC DE CAMPO – COMERCIANTES

Pesquisador: Iniciando a entrevista com os comerciantes, dia xx/xx/2017 às (horas). Irei começar com algumas perguntas sobre seu perfil, já deixo claro que não serão divulgados nomes, será apenas para contribuir com a pesquisa. Ok?

PERFIL DO COMERCIANTE

1. Qual sua idade?

Entrevistado: 30

2. Em qual bairro mora?

Entrevistado: Vila Casoni.

3. Há quanto tempo trabalha nessa atividade?

Entrevistado: 4 anos

4. Desde então é o proprietário do Box?

Entrevistado: Sim.

5. Em que atividade trabalhava anteriormente?

Entrevistado: Numa loja de celular (claro)

6. Por que saiu do trabalho anterior?

Entrevistado: Por motivos pessoais.

7. Qual é sua formação profissional?

Entrevistado: Não tenho.

8. Qual a renda média?

Entrevistado: 3 mil

9. Quantas horas trabalha por dia?

PERFIL DO BOX/LOJA

1. Quais os serviços e/ou produtos oferecidos pelo seu estabelecimento?

Entrevistado: Vendo Iphone e seus acessórios.

2. Qual é o produto mais vendido? Perguntar: marca, modelo e faixa de preço.

Entrevistado: Os preços variam de 800,00 (réplicas) a 3.500,00 (originais).

Pesquisador: São todos originais?

Entrevistado: Sim, com nota fiscal e tudo. E tenho as réplicas também.

3. Quem trabalha no box? - São funcionários, sócios ou membros da família?

Entrevistado: Tenho um funcionário por meio período.

4. Contrata trabalhadores temporários em determinadas épocas do ano?

Entrevistado: Não.

5. Tem outros Boxes neste camelódromo ou em outros espaços da cidade? (no caso de o entrevistado, não ser o dono do Box, perguntar: o proprietário deste Box tem outros no camelódromo ou em outros espaços da cidade? Qual a o número médio de clientes que visitam o box, que comprar e/ou fazem encomendas?)

Entrevistado: Não.

6. Quais formas de pagamento são possíveis no seu Box, além do pagamento à vista? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Cheques pré-datados? Cartão de crédito? Se sim, de qual bandeira? Vale refeição ou transporte?)

Entrevistado: Cartões de crédito e débito – visa e master

7. Sua empresa faz algum tipo de propaganda? (se o entrevistado não tiver falado, perguntar: Rádio? Folders? Rádio do camelódromo? Outros?)

Entrevistado: Tenho página no Facebook.

Instrumentos de trabalho e aquisição de mercadorias

1. De onde vem suas mercadorias? Compra de outras empresas, de empresas atacadistas? Compra de varejistas ou de outros “boxes” para atender demandas de clientes? Compra em outros países (Paraguai, por exemplo)

Entrevistado: Compro em São Paulo.

2. Quais as formas de pagamento que utiliza para pagar suas mercadorias?

Entrevistado: Cartão e transferência bancária.

3. Você conhece a origem dos seus produtos? Onde são fabricados?

Entrevistado: São feitos na China, mas são importados dos EUA.

4. Seus produtos são considerados “piratas”, como você os classifica?

Entrevistado: Não trabalho com “piratas” e nem réplicas, antes sim, agora só os originais, não compensa ficar com as réplicas.

5. Como você considera um produto “made in china”?

Entrevistado: Hoje todos os eletrônicos do mundo são feitos na China, dizem que é muito barato a mão-de-obra por lá.

6. Como você controla seu estoque? - Busca mercadoria toda semana, a cada 15 dias, mensalmente?

Entrevistado: A cada 30 ou 40 dias estou indo lá comprar meus produtos, mas antes eu deixo encomendado.

Outras...

1. Já foram melhores as vendas? Antigamente vendia-se mais ou hoje é mais vantajoso trabalhar no comércio informal? – Perguntar sobre a “crise” que o país passa.

Entrevistado: Ah, caiu um pouco né, enquanto não passar essa crise, vai continuar desse jeito.

2. No ano de 2016 estive por aqui e vocês estavam preocupados com os inadimplentes e as dívidas de alguns comerciantes, qual sua opinião sobre isso?

Entrevistado: Confesso que não cheguei a me envolver tanto, sempre deixo pago tudo certinho.

3. Já pensou na possibilidade de importar direto da China?

Entrevistado: Com Iphones acho que não tem como, ele é diferente dos outros celulares, é tudo sob comando dos EUA.

Pesquisador: Para finalizar, você autoriza essa entrevista?!

Entrevistado: Sim, está autorizado!

Pesquisador: Obrigado!

Anexo 4

Presidente Prudente. Ocupações dos frequentadores do camelódromo. 2018.

Ocupações	Quantidade de pessoas
Estudante	52
Autônomo	35
Vendedor (a)	21
Comerciante	19
Escritório	18
Motoboy	09
Estagiário	08
Desempregado (a)	08
Aposentado (a)	05
Representante comercial	05
Enfermeiro (a)	04
Cozinheiro	04
Auxiliar de Laboratório	04
Gerente de vendas	04
Bancário	04
Caixa de Supermercado	03
Advogado	02
Fisioterapeuta	02
Entregador de lanches	02
Professor	02
Padeiro	02
Pintor	02
Telefonista	02
Operador de Máquina	02
Auxiliar de Cozinha	02
Maquinário	02

Publicitário	02
Técnico Administrativo	01
Fiscal público	01
Médico	01
Agricultor	01
Eng. Ambiental	01
Garçom	01
Escritor	01
Chapeiro	01
Costureira	01
Entregador	01
Diarista	01
Dentista	01
Eletricista	01
Estagiário	01
Empregada Doméstica	01
Jornalista	01
Fiscal	01
Fonoaudióloga	01
Funcionário Público	01
Guarda Noturno	01
Gerente de Loja	01
Manicure	01
Mecânico	01
Motorista	01
Varejista	01
Recepcionista	01
Segurança	01
Supermercado	01
Tratorista	01

Lojista	01
Policia	01
TOTAL	315

Fonte: trabalho de campo, 2017 e 2018.

ANEXO 5

Londrina. Profissões dos frequentadores do camelódromo. 2018.

Profissões	Quantidade de pessoas
Estudante	44
Autônomo	32
Desempregado (a)	21
Comerciante	20
Auxiliar de Escritório	09
Vendedor (a)	08
Engenheiro	07
Motoboy	06
Advogado	04
Secretária	04
Auxiliar de Laboratório	04
Entregador	04
Arquiteto	04
Professor (a)	04
Farmácia	04
Lojista	04
Taxista	04
Recepcionista	04
Bancário	03
Programador	03
Caixa de supermercado	03
Analista	03
Instrutor de academia	03
Administrador	03
Dentista	03
Açougueiro	03
Programador	02
Assistente social	02

Policial	02
Pedagogo	02
Médico	02
Eletricista	02
Cantor	02
Cabeleireiro	02
Telefonista	02
Agricultor	02
Enfermeira	01
Padeiro	01
Pintor	01
Físico	01
Fotógrafo	01
Garçom	01
Nutricionista	01
Prefeitura	01
Operador de máquinas	01
Telefonista	01
Publicitário	01
Músico	01
Secretária	01
Laboratório/ Auxiliar	01
Atendente/Lanchonete	01
Técnico em informática	01
Eletricista	01
TOTAL	320

Fonte: trabalho de campo, 2017 e 2018.

ANEXO 6: ENQUENTES APLICADAS JUNTO AOS FREQUENTADORES DOS CAMELÓDROMOS.

6.1 Aplicação em Presidente Prudente



Título do Projeto: Circuitos da economia urbana em cidades médias: os camelódromos de Presidente Prudente (SP) e Londrina (PR)

Mestrando: Gabriel Boraschi Ribeiro Projeto vinculado a FAPESP - GAsPERR - ReCiMe **Orientação:** Maria Encarnação Beltrão Sposito

Cidade: Presidente Prudente **Dia de aplicação:** entreato e outubro de 2017; maio de 2018. **Horário:** 09h00min – 18h00min

	Sexo		Idade	Profissão	De onde vem?		Como vem?				Tipo de produto que mais consome?				Formas de pagamento			Consome em outras áreas comerciais?			Com que frequência vem ao centro?				Por que consome no Camelódromo?
	M	F			O C	Bairro	C	M	O	P	E	V	A	O	AV	CC	O	CC	SH	SU	TD	US	UM	AV	
1		x	43	Autônomo		Vila Marcondes				x	x	x		x	x			x				x			Porque é mais barato

2	x		30	Comerciante		Vila Marcondes				x	x	x			x			x				x				Por causa dos preços
3		x	29	Gerente de vendas	x	Indiana		x			x				x			x							x	Preços mais em conta
4			40	Autônomo		Conj. Hab. Ana Jacinta			x			x	x	x	x			x				x				Vantagens na compra
5	x		19	Estudante		Regente Feijó	x				x					x			x						x	Porque é mais barato
6		x	21	Estudante		Vila Marina	x				x					x			x						x	Opções de vários produtos
7	x		30	Autônomo		Vila Marina	x				x				x				x			x				Praticidade para comprar
8		x	39	Autônomo		Brasil Novo	x				x				x			x					x			Porque é mais barato
9	x		61	Aposentado		Vila Charlotte		x			x					x			x			x				Porque é mais barato
10		x	21	Estudante		Vila Charlotte			x		x					x				x			x			Porque eu gosto de comprar aqui
11	x		41	Autônomo	x	Martinópolis			x		x	x				x				x						Por causa dos preços
12		x	30	Autônomo		Vila Marcond				x	x	x	x	x		x				x			x			Por causa dos preços

						es																		
13	x		22	Estudante		Parque Jabaquara		x			x	x	x	x				x			x			Preços mais em conta
14		x	43	Representante comercial		Conj. Hab. Ana Jacinta	x				x	x			x			x						Porque é mais barato
15		x	30	Vendedor		Vila Maristela			x		x	x	x	x				x			x			Porque é mais barato
16		x	29	Desempregado		Brasil Novo	x				x	x	x	x	x				x				x	Porque é mais barato
17	x		40	Comerciante		Jardim Caiçara			x		x	x	x	x		x		x					x	Porque é mais barato
18	x		19	Estudante	x	Álvares Machado		x			x					x			x			x		Preços mais em conta
19		x	21	Estudante	x	Álvares Machado	x				x				x				x		x			Por causa dos preços
20	x		30	Desempregado		Jardim Santa Elisa					x	x				x			x					Por causa dos preços
21		x	39	Vendedor		Jardim Paulista			x		x		x	x		x				x			x	Preços mais em conta
22	x		61	Escritório		Jardim Vale do Sol		x			x	x	x	x	x			x					x	Porque é mais barato

23	x		43	Autônomo		Jardim Maracanã		x				x	x	x	x	x			x					x				Porque encontro tudo o que preciso
24		x	30	Autônomo		Jardim Maracanã	x					x	x	x	x	x			x					x				Porque é mais barato
25		x	29	Comerciante		Vila Charlotte	x					x	x		x	x				x				x				Preços mais em conta
26	x		40	Gerente de vendas		Regente Feijó				x			x						x				x					Preços mais em conta
27	x		19	Estudante		Vila Marina				x			x						x				x					Porque é mais barato
28	x		21	Estagiário		Jardim Aviação	x							x	x			x					x					Preços mais em conta
29	x		30	Escritório	x	Indiana	x							x	x	x				x				x				Por causa dos preços
30		x	39	Autônomo		Conj. Hab. Ana Jacinta			x						x			x									x	Porque é mais barato
31		x	61	Aposentado		Cecap	x								x	x			x								x	Preços mais em conta
32		x	21	Estudante		Cecap				x								x					x				x	Porque é mais barato
33	x		41	Autônomo		-						x				x				x				x				Porque é mais barato
34	x		30	Auxiliar de Laboratório		Vila Maristela						x				x				x				x				Preços mais em conta
35		x	22	Estudante		Residenci			x							x								x				Por causa dos preços

46	x		31	Policial		Residenci al Jardins	x					x				x								x	Por causa dos preços
47		x	29	Comerciante		Pq. Bandeira nte	x					x				x				x					Preços mais em conta
48		x	38	Diarista		Humbert Salvador				x				x			x								Porque é mais barato
49	x		24	Vendedor		Cecap				x				x			x					x			Preços mais em conta
50		x	49	Autônomo		Parque Jabaquara		x				x				x								x	Porque é mais barato
51	x		25	Estagiário	x	Álvares Machado		x				x				x								x	Porque é mais barato
52		x	46	Autônomo		Vila Charlotte	x					x				x				x					Porque é mais barato
53		x	50	Costureira		Brasil Novo	x							x	x			x			x				Preços mais em conta
54	x		35	Desemprega do		Conj. Hab. Ana Jacinta	x							x	x				x	x					Porque é mais barato
55	x		27	Dentista		Jardim São Bento				x				x	x				x	x					Preços mais em conta
56	x		33	Comerciante		Regente Feijó				x				x	x				x			x			Preços mais em conta

57		x	28	Escritor		Parque Jabaquara			x				x				x				x				Por causa dos preços
58		x	43	Comerciante		Residencial Damha	x					x					x							x	Por causa dos preços
59	x		26	Vendedor		Pq. Bandeirante		x				x					x							x	Porque é mais barato
60		x	32	Garçom		Jardim Guanabara	x					x					x				x				Por causa dos preços
61		x	43	Autônomo		Cecap		x				x					x				x				Por causa dos preços
62	x		24	Desempregado		Conj. Hab. Ana Jacinta	x					x					x				x				Por causa dos preços
63	x		31	Autônomo		Vila Centenário				x		x					x				x				Porque é mais barato
64		x	23	Estagiário	x	Martinópolis	x					x					x				x				Porque é mais barato
65		x	17	Estudante		Jardim Caiçara	x					x					x							x	Preços mais em conta
66		x	24	Estagiário		Vila Maristela	x					x					x							x	Por causa dos preços
67	x		51	Maquinário		Vila	x					x					x				x				Por causa dos preços

78		x	35	Auxiliar de Laboratório		Vila Charlotte			x				x			x				x				Porque é mais barato
79	x		27	Estagiário		Vila Maristela			x			x				x			x					Por causa dos preços
80		x	33	Comerciante		Cecap	x					x		x			x			x				Porque é mais barato
81	x		22	Motoboy		Vila Claudia Glória		x				x			x				x					Porque é mais barato
82		x	17	Estudante		Pq.Higienópolis		x				x			x				x	x				Porque é mais barato
83	x		54	Tratorista		Pq.Higienópolis		x				x			x				x	x				Porque é mais barato
84		x	19	Estudante	x	Álvares Machado		x				x			x						x			Por causa dos preços
85	x		25	Estudante	x	Álvares Machado	x					x			x				x					Por causa dos preços
86	x		51	Agricultor		Jd. São Domingos				x				x					x					Por causa dos preços
87	x		19	Estudante		Brasil Novo	x					x			x				x					Por causa dos preços
88		x	25	Publicitário		Jardim São Bento	x							x					x					Por causa dos preços

89	x		57	Autônomo		Jd. São Gabriel		x				x				x		x					Por causa dos preços
90		x	58	Comerciante		Residencial Damha			x			x			x			x					Por causa dos preços
91	x		54	Representante comercial		Jardim Paulista	x				x		x				x	x					Por causa dos preços
92		x	26	Telefonista		Jardim Aviação			x				x				x						Porque é mais barato
93		x	18	Estudante		Jardim São Bento	x				x		x			x			x				Porque é mais barato
94	x		28	Auxiliar de Cozinha		Jardim Guanabara			x			x		x			x		x				Porque é mais barato
95		x	54	Cozinheiro		Parque Jabaquara			x			x		x			x						Por causa dos preços
96	x		43	Auxiliar de Laboratório		Jd. Bongiovanni	x				x			x							x		Porque é mais barato
97		x	26	Vendedor		Pq. Bandeirante	x				x			x			x				x		Por causa dos preços
98		x	32	Vendedor		Residencial Funada			x				x			x			x				Por causa dos preços

99	x		43	Comerciante		Residenci al Funada			x		x				x				x			x					Por causa dos preços
100	x		26	Segurança		Cohab			x		x					x			x			x					Por causa dos preços
101		x	32	Autônomo		Jardim Santana	x				x				x				x						x		Porque é mais barato
102		x	24	Recepcionist		Jardim Santana			x		x					x			x								Por causa dos preços
103	x		50	Autônomo		Jd. Bongiova ni	x				x				x				x				x				Porque é mais barato
104	x		29	Telefonista		Parque Cedral		x			x					x			x				x				Porque é mais barato
105	x		67	Chapeiro	x	Álvares Machado	x				x				x				x				x				Porque é mais barato
106		x	56	Comerciante		Jardim Maracanã			x		x				x				x						x		Por causa dos preços
107		x	22	Motoboy		Vila Glória		x			x				x				x						x		Preços mais em conta
108		x	18	Estudante		Tarabai			x		x				x				x					x			Por causa dos preços
109		x	21	Estudante		Tarabai			x		x				x				x					x			Por causa dos preços
110		x	18	Estudante		Brasil Novo	x				x					x			x					x			Por causa dos preços

111	x		24	Comerciante		Jardim Bela Vista	x				x					x			x			x					Por causa dos preços
112	x		50	Pintor		Vila Charlotte	x				x				x			x			x						Por causa dos preços
113		x	25	Vendedora	x	Indiana			x				x	x			x								x		Por causa dos preços
114	x		23	Motoboy		Vila Glória	x						x	x			x				x						Por causa dos preços
115		x	60	Aposentado		Cohab			x				x	x				x							x		Por causa dos preços
116		x	27	Motoboy		Jd. São Domingo s		x					x	x				x			x						Por causa dos preços
117	x		27	Médico		Parque Cedral	x						x	x			x				x						Porque é mais barato
118	x		29	Autônomo		Jardim Aviação			x				x		x		x								x		Porque é mais barato
119		x	43	Comerciante		Residenci al Jardins			x				x		x		x				x						Porque é mais barato
120	x		26	Escritório		Cohab	x						x		x			x						x			Porque é mais barato
121		x	32	Pintor		Jardim Alto da Boa Vista			x				x	x			x							x			Porque é mais barato
122		x	43	Padeiro	x	Martinóp	x						x		x			x			x						Porque é mais barato

144		x	26	Manicure	x	Indiana			x				x	x			x				x			Por causa dos preços
145	x		32	Mecânico		Humbert Salvador			x				x	x			x			x				Por causa dos preços
146	x		43	Escritório		Jardim Aviação	x						x	x				x		x				Porque é mais barato
147		x	26	Escritório		Jardim Aviação	x						x	x				x					x	Porque é mais barato
148		x	39	Gerente de Loja		Jardim Santana	x						x	x			x				x			Porque é mais barato
149		x	43	Representante comercial		Jardim Santana			x				x		x			x		x				Porque é mais barato
150	x		26	Desempregado	x	Álvares Machado	x						x		x		x			x				Porque é mais barato
151	x		32	Escritório		Jardim Guanabara	x						x	x			x						x	Preços mais em conta
152	x		43	Autônomo		Pq. Novo Mundo			x				x		x		x				x			Preços mais em conta
153		x	26	Vendedor		Jd. São Domingos		x				x	x				x		x					Porque é mais barato
154	x		32	Publicitário		Parque das Cerejeira			x					x				x			x			Porque é mais barato

					Caiçara																				
189	x		22	Estudante	x	Quatá			x					x			x							x	Por causa dos preços
190	x		18	Estudante		Jardim Alto da Boa Vista			x						x			x	x						Porque é mais barato
191	x		28	Técnico Adm.		Pq. Bandeira nte	x							x						x					Porque é mais barato
192	x		58	Vendedor		Pq. Bandeira nte	x							x				x			x				Preços mais em conta
193	x		29	Entregador		Jardim Maracanã		x						x				x		x					Porque é mais barato
194	x		18	Estudante		Vila Centenári o			x						x				x						Porque é mais barato
195		x	26	Motoboy		Pq. Novo Mundo		x						x			x			x					Porque é mais barato
196		x	42	Bancário		Jardim Paulista	x								x		x				x				Porque é mais barato
197		x	25	Escritório	x	Quatá			x						x		x			x					Por causa dos preços
198	x		61	Aposentado		Vila Centenári o	x								x			x		x					Por causa dos preços

199	x		64	Aposentado	Jardim Alto da Boa Vista			x		x				x				x					x	Por causa dos preços
200	x		24	Vendedor	Maré Mansa	x				x				x				x						Por causa dos preços
201	x		29	Vendedor	Pq. Bandeirante	x				x					x							x		Preços mais em conta
202	x		17	Estudante	Residencial Jardins	x				x				x				x					x	Preços mais em conta
203	x		45	Autônomo	Jardim Paulista			x		x				x				x						Preços mais em conta
204		x	29	Fisioterapeuta	Jd. Bongiovanni			x			x				x			x	x					Por causa dos preços
205		x	28	Fisioterapeuta	Pq. Novo Mundo	x					x			x				x				x		Porque é mais barato
206		x	28	Escritório	Jardim Maracanã			x		x				x				x				x		Porque é mais barato
207	x		49	Advogado	Jardim Aviação	x				x				x				x						Por causa dos preços
208	x		43	Enfermeiro	Pq. Bandeirante		x			x					x			x						Preços mais em conta

209		x	39	Escritório	x	Quatá	x				x					x			x			x					Preços mais em conta
210	x		22	Estudante		Jd. Bongiova ni			x		x				x				x			x					Por causa dos preços
211		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x					Porque é mais barato
212 2		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x					Porque é mais barato
213	x		49	Advogado		Jardim Aviação	x				x				x			x			x						Por causa dos preços
214	x		43	Enfermeiro		Pq. Bandeira nte		x			x					x		x			x						Preços mais em conta
215		x	39	Escritório	x	Quatá	x				x					x			x			x					Preços mais em conta
216	x		22	Estudante		Jd. Bongiova ni			x		x				x				x			x					Por causa dos preços
217		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x					Porque é mais barato
218	x		49	Advogado		Jardim Aviação	x				x				x			x			x						Por causa dos preços

219		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato
220		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato
221		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato
222	x		49	Advogado		Jardim Aviação	x				x				x			x			x					Por causa dos preços
223	x		43	Enfermeiro		Pq. Bandeira nte		x			x					x			x			x				Preços mais em conta
224		x	39	Escritório	x	Quatá	x				x					x			x			x				Preços mais em conta
225	x		22	Estudante		Jd. Bongiovanni			x		x				x				x			x				Por causa dos preços
226		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato
207	x		49	Advogado		Jardim Aviação	x				x				x			x			x					Por causa dos preços
228		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato

229		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato
230		x	28	Escritório		Jardim Maracanã			x		x				x				x			x				Porque é mais barato
231		x	20	Desempregado		Vila Centenário			x		x					x						x				Porque é mais barato
232		x	20	Desempregado		Vila Centenário			x		x					x						x				Porque é mais barato
233		x	20	Desempregado		Vila Centenário			x		x					x						x				Porque é mais barato

6.2 Aplicação em Londrina



Título do Projeto: Circuitos da economia urbana em cidades médias: os camelódromos de Presidente Prudente (SP) e Londrina (PR)

Mestrando: Gabriel Boraschi Ribeiro Projeto vinculado a FAPESP - GAsPERR - ReCiMe **Orientação:** Maria Encarnação Beltrão Sposito

Cidade: Londrina **Aplicação:** entresetembro e outubro de 2017; maio de 2018.

Horário: 09h00min – 18h00min

	Sexo		Idade	Profissão	De onde vem?		Como vem?				Tipo de produto que mais consome?				Formas de pagamento			Consome em outras áreas comerciais?			Com que frequência vem ao centro?				Por que consome no Camelódromo?
	M	F	---		OC	Bairro	C	M	O	P	E	V	A	O	A V	CC	O	CC	SH	SU	TD	US	UM	AV	
1	x		17	Estudante		Campos Universitário	x				x	x			x			x					x		Porque é mais barato
2		x	31	Desempregado (a)		Cinco Conjuntos Hab.		x				x				x		x						x	Por causa dos preços

3		x	36	Dentista	x	Arapongas		x					x				x						x		Porque é mais barato	
4	x		44	Autônomo		Alto da Boa Vista	x					x		x				x					x		Por causa dos preços	
5	x		33	Músico		Jardim Aragarças					x	x								x				x	Por causa dos preços	
6		x	54	Comerciante		Agari	x					x						x						x	Porque é mais barato	
7	x		18	Estudante		Campos Universitário				x							x							x	Porque é mais barato	
8	x		38	Instrutor de academia		Vila Brasil				x				x				x						x	Porque é mais barato	
9	x		45	Comerciante		Conjunto Santa Rita	x					x					x								Porque é mais barato	
10	x		57	Taxista		Jardim Califórnia	x					x							x					x	Porque é mais barato	
11		x	39	Desempregado (a)	x	Cambé				x			x							x					x	Por causa dos preços
12		x	48	Autônoma		Jardim Albatroz				x		x	x	x					x						x	Por causa dos preços
13		x	34	Aux. de Escritório		Jardim Albatroz				x			x					x							x	Porque é mais barato
14	x		42	Comerciante		Jardim Antares	x						x		x				x						x	Porque é mais barato
15	x		35	Motoboy		Cinco Conjuntos Hab.				x			x		x				x						x	Porque é mais barato
16		x	30	Analista		Parque Sarabá				x			x		x					x					x	Por causa dos preços

17		x	25	Recepcionist a	x	Warta			x			x	x	x				x			x			Por causa dos preços
18	x		44	Autônomo		Conj. Hab. Santa Rita Sete		x					x	x			x					x		Porque é mais barato
19	x		55	Engenheiro		Jardim Antares	x				x				x			x					x	Porque é mais barato
20	x		26	Aux. de Escritório		Jardim Antares			x		x	x				x		x					x	Porque é mais barato
21	x		39	Publicitário		Parque Jamaica			x		x		x		x			x				x		Oferta enorme de produtos
22		x	27	Comerciante	x	Cambé	x				x	x	x	x		x		x					x	Porque é mais barato
23		x	42	Recepcionist a		Vila Ideal			x		x	x	x	x		x			x			x		Porque é mais barato
24	x		33	Desemprega do (a)		Conjunto Santa Rita	x				x	x	x	x		x				x			x	Porque é mais barato
25	x		16	Estudante		Jardim Albatroz	x					x		x	x				x				x	Porque é mais barato
26	x		26	Motoboy		Jardim Alemanh a		x				x				x			x					Por causa dos preços
27		x	41	Comerciante	x	Araponga s	x					x				x			x				x	Por causa dos preços
28		x	23	Telefonista		Alto da Boa Vista		x					x	x	x			x					x	Porque é mais barato
29	x		17	Estudante		Vila Brasil	x						x	x	x			x					x	Porque é mais barato
30	x		24	Desemprega do (a)		Agari		x					x		x				x			x		Porque é mais barato
31	x		51	Bancário		Jardim	x							x		x		x					x	Porque é mais barato

					Tokio																			
32	x		37	Vendedor	x	Cambé	x				x				x				x			x		Porque é mais barato
33		x	21	Estudante		Vila Ideal			x		x					x	x					x		Porque é mais barato
34		x	31	Autônomo		Vila Brasil			x		x					x			x			x		Porque é mais barato
35		x	29	Aux. de Escritório		Jardim Antares			x		x				x				x			x		Porque é mais barato
36		x	38	Secretária		Itamarati	x						x	x					x		x			Porque é mais barato
37		x	24	Estudante		Campos Universitário	x						x		x		x					x		Por causa dos preços
38	x		49	Consultor		Agari		x			x					x		x					x	Por causa dos preços
39	x		25	Comerciante		Jardim Alemã		x			x				x				x				x	Porque é mais barato
40		x	46	Costureira		Vila Romana	x				x				x							x		Por causa dos preços
41		x	50	Autônomo	x	Arapongas			x		x				x				x				x	Porque é mais barato
42	x		35	Desempregado		Jardim Presidente	x				x				x				x				x	Por causa dos preços
43	x		27	Desempregado (a)		Conj. Hab. Santa Rita Sete	x				x				x							x		Por causa dos preços
44	x		33	Contador		Jardim Albatroz		x			x				x				x			x		Porque é mais barato
45		x	28	Aux. de Escritório		Conjunto Santa Rita		x			x					x						x		Porque é mais barato

59		x	32	Aux. de Laboratório		Vila Brasil		x					x	x					x					x	Porque é mais barato
60		x	43	Autônomo		Jardim Planalto	x						x		x								x		Porque é mais barato
61	x		26	Programador		Jardim Presidente			x				x	x				x						x	Por causa dos preços
62		x	32	Secretária		Parque Jamaica			x				x		x				x						Porque é mais barato
63		x	43	Comerciante		Itamarati	x						x		x			x						x	Por causa dos preços
64	x		39	Operador de máquinas	x	Arapongas				x		x		x				x						x	Porque é mais barato
65		x	47	Aux. de Cozinha		Jardim São Paulo	x					x		x					x				x		Por causa dos preços
66	x		26	Aux. de Escritório		Monte Carlos	x					x		x				x						x	Preços mais em conta
67	x		36	Autônomo		Monte Carlos	x				x			x				x						x	Por causa dos preços
68	x		43	Taxista		Jardim Belém	x				x			x				x						x	Porque é mais barato
69	x		30	Vendedor	x	Ibiporã			x		x			x					x					x	Porque é mais barato
70		x	29	Comerciante		Jardim Horizonte			x		x				x			x						x	Porque é mais barato
71		x	40	Enfermeira		Colinas Verde	x					x			x				x					x	Porque é mais barato
72		x	19	Estudante	x	Cambé	x					x		x				x						x	Preços mais em conta
73	x		21	Estudante	x	Cambé		x					x	x				x						x	Porque é mais barato
74		x	30	Atendente		Portal do Pioneiros		x					x	x				x						x	Porque é mais barato
75		x	39	Autônomo		Vila São Marcos			x		x			x					x					x	Porque é mais barato

76	x		61	Eletricista	x	Rolândia			x		x				x			x		x	x			Preços mais em conta
77	x		21	Estudante		Jardim Atlanta	x				x				x			x				x		Por causa dos preços
78		x	38	Caixa		Vila Operaria			x			x						x				x		Porque é mais barato
79	x		40	Garçom		Parque Sarabá	x					x						x				x		Porque é mais barato
80	x		21	Estudante		Conj. Hab. João Turquino	x					x				x							x	Porque é mais barato
81		x	38	Analista		Monte Carlos	x							x		x							x	Preços mais em conta
82		x	47	Aux. de Cozinha	x	Ibiporã			x					x		x							x	Porque é mais barato
83	x		40	Autônomo		Vale Verde	x				x				x		x						x	Porque é mais barato
84	x		22	Estudante		Vale Verde	x				x				x						x			Preços mais em conta
85		x	37	Comerciante		Alto da Boa Vista			x		x				x		x						x	Por causa dos preços
86		x	45	Prefeitura	x	Warta			x			x			x			x					x	Preços mais em conta
87	x		24	Estudante		Columbia	x					x						x						Por causa dos preços
88		x	35	Laboratório/ Aux.		Jardim Aragarças	x					x						x					x	Porque é mais barato
89		x	18	Estudante		Jardim Horizonte			x		x				x			x					x	Preços mais em conta
90	x		18	Estudante		Nova Esperança		x			x					x							x	Preços mais em conta
91		x	29	Fotógrafa	x	Rolândia	x				x					x			x				x	Custo-benefício dos produtos

92	x		33	Motoboy		Parque Tucanos		x				x		x				x				x	Preços mais em conta	
93		x	20	Estudante		Cinco Conjunto s Hab.	x					x		x				x			x		Preços mais em conta	
94		x	42	Secretária		Jardim São Paulo	x					x		x				x				x	Por causa dos preços	
95	x		17	Estudante		Jardim Coliseu			x		x				x					x			Por causa dos preços	
96	x		43	Entregador	x	Cambé		x			x				x					x			Preços mais em conta	
97	x		20	Estudante		Jardim Continental			x		x				x			x			x		Preços mais em conta	
98		x	32	Dentista		Jardim Horizonte			x					x			x					x	Porque é mais barato	
99		x	34	Desempregado (a)		Columbia	x				x			x			x						x	Porque é mais barato
100	x		24	Programador		Pacaembu		x				x					x					x	Preços mais em conta	
101	x		48	Autônomo		Conjunto Santa Rita			x			x				x					x		Preços mais em conta	
102		x	64	Comerciante		Conjunto Santa Rita	x				x				x			x					x	Por causa dos preços
103		x	28	Aux. de Escritório	x	Warta	x				x				x			x					x	Porque é mais barato
104		x	35	Vendedor		Jardim Planalto				x	x				x			x				x		Por causa dos preços
105	x		41	Lojista		Vila Áurea	x				x				x			x					x	Preços mais em conta
106	x		32	Autônomo	x	Rolândia			x			x					x					x		Porque é mais barato

107	x		29	Instrutor de academia		Vila Fraternidade			x				x		x					x		Por causa dos preços	
108	x		35	Advogado	x	Ibiporã	x					x			x					x		Porque é mais barato	
109	x		28	Desempregado (a)		Nova Esperança	x					x			x				x			Por causa dos preços	
110	x		45	Comerciante		Higienópolis			x			x				x					x	Por causa dos preços	
111	x		21	Estudante	x	Jataizinho			x			x			x						x	Preços mais em conta	
112		x	19	Estudante	x	Jataizinho	x				x			x			x				x	Por causa dos preços	
113		x	44	Aux. de Laboratório	x	Cambé	x				x				x					x		Porque é mais barato	
114		x	22	Estudante		Jardim Acapulco			x		x			x				x				x	Preços mais em conta
115	x		36	Administrador		Jardim Coliseu			x		x				x						x	Por causa dos preços	
116	x		49	Autônomo	x	Warta			x			x				x					x	Porque é mais barato	
117	x		29	Desempregado (a)		Pacaembu			x			x				x						x	Porque é mais barato
118		x	31	Desempregado (a)		Pacaembu	x					x				x				x			Preços mais em conta
119		x	25	Aux. de Escritório		Jardim Aeroporto	x					x			x								Por causa dos preços
120		x	19	Estudante		Jardim São Paulo			x			x			x							x	Porque é mais barato
121	x		19	Estudante		Vale Verde	x					x				x						x	Porque é mais barato
122	x		29	Vendedor	x	Jataizinho	x					x			x					x			Preços mais em conta

					o																			
123	x		38	Administrador	Higienópolis			x			x				x						x			Preços mais em conta
124	x		21	Estudante	Vila Brasil	x				x				x							x			Preços mais em conta
125	x		44	Comerciante	Jardim Aeroporto			x		x				x								x		Preços mais em conta
126	x		28	Advogado	Coroados	x				x				x								x		Preços mais em conta
127		x	33	Professor	Coroados	x				x				x							x			Preços mais em conta
128	x		23	Aux. de Escritório	Cinco Conjuntos Hab.			x					x		x							x		Preços mais em conta
129	x		48	Autônomo	Santa Inês			x					x		x							x		Porque é mais barato
130	x		31	Motoboy	Jardim Planalto		x			x					x						x			Porque é mais barato
131	x		38	Arquiteto	Warta	x				x					x								x	Porque é mais barato
132	x		44	Arquiteto	Warta		x			x					x				x				x	Porque é mais barato
133	x		18	Estudante	Jardim Acapulco			x		x					x							x		Preços mais em conta
134	x		27	Autônomo	Vila Romana			x			x				x				x		x	x		Preços mais em conta
135	x		26	Desempregado (a)	Jardim Aragarças			x			x				x				x			x		Preços mais em conta
136		x	41	Vendedor	Jardim Califórnia	x				x					x								x	Porque é mais barato
137		x	38	Nutricionista	Higienópolis	x				x					x				x			x		Porque é mais barato

138	x		16	Estudante		Jardim Coliseu			x				x	x				x			x			Preços mais em conta
139	x		28	Pintor	x	Cambé			x				x				x						x	Preços mais em conta
140	x		43	Comerciante		Jardim Continental	x							x		x							x	Por causa dos preços
141	x		30	Lojista		Jardim Califórnia	x					x		x			x		x					Porque é mais barato
142	x		29	Caixa		Parque Santa Cruz		x			x			x			x			x				Porque é mais barato
143	x		40	Professor	x	Ibiporã			x				x		x		x				x			Preços mais em conta
144	x		19	Estudante		Jardim Paris			x				x		x		x					x		Porque é mais barato
145	x		21	Estudante		Jardim Paris	x				x				x		x					x		Porque é mais barato
146	x		30	Desempregado (a)		Santa Inês			x		x				x				x				x	Porque é mais barato
147	x		39	Advogado		Parque Santa Cruz		x			x						x						x	Preços mais em conta
148	x		43	Farmácia		Jardim Continental			x				x	x			x				x			Por causa dos preços
149		x	26	Estudante		Conjunto Santa Rita			x		x				x							x		Por causa dos preços
150		x	32	Vendedor		Higienópolis	x				x				x			x					x	Porque é mais barato
151	x		43	Autônomo	x	Cambé	x				x					x		x				x		Porque é mais barato

152	x		26	Aux. de Escritório		Vila Fraternid ade			x		x					x		x			x					Preços mais em conta
153	x		32	Comerciante		Jardim Aragarça s			x		x					x			x						x	Por causa dos preços
154	x		43	Autônomo		Jardim Planalto	x					x				x			x						x	Por causa dos preços
155	x		26	Desemprega do (a)	x	Warta		x				x				x		x							x	Preços mais em conta

Legenda

1. Sexo: M - Masculino F - Feminino 2. Idade: Separar por faixa de idade - intervalo de 10 anos – segundo o censo demográfico. A) 10 a 19 anos B) 20 a 29 anos C) 30 a 39 anos D) 40 a 49 anos E) 50 a 59 anos F) 60 e mais 4. De onde vem? OC – outra cidade 5. Como vem? C = carro M = moto O = ônibus P = a pé	6. Tipo de produto que mais consome E – Eletrônicos V – Vestuários A – Alimentícios O - Outros (Produtos adquiridos não destacados acima, por exemplo, artigos de pesca, brinquedos, bijuterias, etc). 7. Formas de pagamento AV = à vista CC = cartão de crédito OU = outras formas de pagamento (procurar anotar no verso da folha) 8. Consome em outras áreas comerciais? CC = Centro da cidade SH: Shopping Centers SU = subcentros ou comércio de bairro 9. Com que frequência vem ao centro? TD = todos os dias US = uma vez por semana UM = uma vez por mês AV = às vezes/sem periodicidade
---	--

