

# CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS: O SHOPPING DO PORTO – CAMELÓDROMO DE PORTO ALEGRE

Resultado de Investigação Finalizada

GT27 – Sociología Económica

Gabriella Rocha de Freitas

## Resumo

O presente trabalho insere-se no debate sobre a informalidade, tomando-se como referência as contribuições da Nova Sociologia Económica (NSE). O problema central da investigação é indagar sobre as estratégias de atuação de comerciantes ambulantes em resposta à iniciativa do poder público de transferi-los para um centro popular de compras. Elaboram estratégias que reproduzem a lógica do mercado informal de rua, ou aderem às oportunidades institucionais surgidas a partir da criação do empreendimento? A partir da análise de 14 entrevistas realizadas com os comerciantes localizados no Camelódromo, constatou-se que quanto mais as redes sociais dos comerciantes forem diversificadas, maior a probabilidade desses agentes formularem novas estratégias de atuação no mercado, tendendo a modificar com as atuações no mercado de rua.

**Palavras-chave:** construção social dos mercados – redes sociais – estratégias de atuação no mercado

## Introdução

O presente trabalho insere-se no debate sobre a informalidade, tomando-se como referência as contribuições da Nova Sociologia Económica (NSE). O foco de estudo são estratégias de atuação no mercado de comerciantes ambulantes, considerando-se sua imersão em redes sociais institucionais e informais, a partir da transferência para o novo centro popular de compras (CPC) *Shopping* do Porto – Camelódromo, construído no Centro da Cidade de Porto Alegre e inaugurado em 2009.

A sociedade atual baseada no conhecimento demarcou alterações nos fluxos de informações e nas dinâmicas de produção e consumo, provocando mudanças também no mundo do trabalho (Castells, 2010). A introdução de novas tecnologias requer novas qualificações e capacidades dos trabalhadores, alterando a estrutura ocupacional. Essa alteração no perfil do trabalhador reduziu as chances de integração de inúmeros indivíduos com qualificações consideradas obsoletas para o mercado de trabalho formal, refletindo-se em novas e complexas dinâmicas de migração formal-informal no mercado de trabalho. Para a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2002), o trabalho informal é um trabalho não decente, expressando atividades de subsistência, sem proteção de um marco jurídico e regulatório, e com alto grau de vulnerabilidade econômica e social. No Brasil, grande parte da economia informal é constituída de micro ou pequenos empreendimentos, ou seja, por aqueles considerados trabalhadores por conta própria.

Nos anos 1990, o contexto de baixo crescimento da economia e de rápidas mudanças relacionadas à reestruturação tecnológica levou a certa tolerância do Estado diante da expansão da informalidade (Pochmann, 2008). Mais recentemente, o Estado brasileiro tem buscado novas alternativas para mitigar as condições de trabalho desses indivíduos apoiando o setor informal com enfoque subsidiário. O poder público passou a desempenhar a função de gestor dos conflitos sociais, tomando a pobreza, a miséria e a informalidade como características inseparáveis da realidade brasileira. É nesse contexto que se insere a construção de centros populares de compras.

A decisão pela construção do *Shopping* do Porto – Camelódromo de Porto Alegre foi uma resposta do poder público para a expansão do trabalho informal, que havia crescido desordenadamente causando insatisfação em parte da população. A construção foi inaugurada em fevereiro de 2009, realocando todos os camelôs regulares localizados no perímetro central da Cidade.

A constituição de um *shopping* popular de compras criou situações novas para os comerciantes populares ao possibilitar melhorias – formalização<sup>1</sup>, acesso ao crédito, proteção às intempéries do clima, segurança pessoal e patrimonial, condições de higiene e salubridade, acesso a novas mercadorias e nichos de mercado - mas também criou dificuldades até então inexistentes, como o menor acesso aos consumidores (anteriormente formado principalmente por transeuntes), a exigência de um pagamento mensal, e a exposição a um maior controle por parte da Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (SMIC) sobre a procedência dos produtos. Todas essas mudanças exigiram a mobilização das estratégias dos atores sociais envolvidos nesse contexto.

Na rua, os mecanismos institucionais não alcançavam esses comerciantes, que mobilizavam redes informais e associativas resultantes de agentes habilidosos, visando manter ou alterar as condições existentes na rua. O poder público, através da construção do Camelódromo possibilitou aos comerciantes a imersão em novas redes institucionais – SMIC, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e empresa gestora do Camelódromo - às quais cada ator, dotado de reflexividade, responderá conforme suas capacidades e recursos disponíveis.

A Nova Sociologia Econômica (NSE) oferece conceitos e indicações teóricas relevantes para registrar sociologicamente esse tipo de experiência econômica e social. A análise de redes sociais permite captar interações sociais assim como habilidades e capacidades reflexivas dos agentes, que precisam operar constantemente uma reconversão nas suas atividades profissionais e pessoais. Os atores sociais são ativos na construção de mercado, respondendo com estratégias relacionadas aos estímulos, valores e recursos do contexto. O estudo do Camelódromo, através da análise das estratégias adotadas pelos comerciantes populares, permite conhecer aspectos até então pouco problematizados, destacando-se o papel relevante desempenhado pelos atores sociais, em grande parte responsável pela configuração do mercado surgido a partir da criação do Camelódromo.

As redes sociais, ao mesmo tempo em que condicionam as ações dos agentes, são um meio para que os atores sociais alcancem seus interesses. Pressupõe-se que a imersão em redes institucionais e informais interfere nas estratégias de inserção e atuação dos comerciantes nos mercados. Quanto mais as redes sociais e institucionais dos comerciantes forem diversificadas, maiores serão as chances desses agentes formularem novas estratégias de atuação no mercado, tendendo a modificar com o trabalho informal de rua.

Foram realizadas 14 entrevistas semiestruturadas com comerciantes populares responsáveis por estandes localizados no CPC. Uma vez que se notou que a diferença na quantidade de consumidores entre a parte da frente e a parte de trás do empreendimento tende a influenciar na elaboração de estratégias, optou-se por dividir o Camelódromo em dois blocos: o bloco A, que vai da entrada principal até a metade do empreendimento e o bloco B, que vai da metade até o fim do Camelódromo. Foram realizadas 7 entrevistas em cada bloco.

Além da introdução e da conclusão, o artigo divide-se em três seções. Na seção a seguir, será apresentada uma breve reflexão sobre a informalidade visando apresentar as principais contribuições e limitações teóricas produzidas até a atualidade, assim como as mudanças de postura do poder público brasileiro em relação a esse setor. Na segunda parte, será discutido o conceito de redes sociais da Nova

---

<sup>1</sup> No Camelódromo não há a exigência de que os comerciantes sejam formalizados, entretanto, a presença do SEBRAE no empreendimento, atua principalmente no incentivo à formalização.

Sociologia Econômica. Esse conceito é fundamental para demonstrar que a imersão em redes institucionais e informais interfere nas estratégias de inserção e atuação dos atores sociais nos mercados, e que essas estratégias resultam em configurações singulares de mercados, uma vez que ele emerge do social. Por fim, serão apresentados e debatidos os resultados da pesquisa.

## **1 Reflexões sobre a informalidade**

No passado, a definição para o conceito de informalidade foi estabelecida em oposição à formalidade: emprego fixo com registro de contrato de trabalho e proteção social. Hoje, o conceito adquire novos contornos. A diversidade de relações de trabalho - como a criação de regimes de contrato por tempo determinado e a jornada parcial de trabalho - fez com que a linha que separava a informalidade da formalidade tenha se tornado cada vez mais tênue e maleável, requerendo da sociologia o abandono de velhos conceitos e abordagens que se mostram superados no mundo atual.

O primeiro debate sobre a informalidade ocorreu entre 1960 e 1980, no contexto de consolidação da social-democracia nos países capitalistas europeus desenvolvidos. O Estado de bem-estar social implementado por esses governos foi responsável pela difusão de políticas sociais que disseminaram um ideal de busca por direitos sociais e pleno emprego. Concebia-se o setor informal como uma redefinição de pobreza nos países subdesenvolvidos e expressando características opostas ao setor formal. Nesse contexto, destaca-se a produção da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL). A influência de teorias cepalinas perdurou até o início dos anos 1980, quando o ciclo virtuoso de crescimento econômico, que ocorria desde 1930 nos países de social-democracia, foi interrompido. A expansão do trabalho informal e do desemprego deixa então de ser uma característica dos países subdesenvolvidos, ocorrendo cada vez mais em países capitalistas desenvolvidos (Sanches, 2008).

A partir dos anos 1990, ganham força argumentos que relacionam informalidade com um cálculo racional dos agentes sobre as regras que regulam a atividade econômica. Os defensores dessa perspectiva argumentam que o custo excessivo do emprego e da carga tributária seriam os fatores preponderantes na opção pela informalidade, tanto pelos empregadores quanto pelos trabalhadores. A informalidade seria, portanto, uma tentativa de burlar a legislação. A solução proposta, consistiria em flexibilizar as relações trabalhistas. Tal perspectiva resulta em um prisma reducionista, uma vez que limita as ações dos atores a um cálculo sobre regras econômicas, deixando de considerar escolhas e interações influenciadas pelas esferas social e cultural.

As teorias cepalinas apresentaram um esforço no sentido de uma definição precisa para a informalidade, chamando a atenção para a desigual distribuição de recursos pelas estruturas econômicas e sociais, entretanto, o tema foi abordado de forma homogênea, deixando de considerar a dimensão da ação. Já a economia utilitarista contribuiu com o debate teórico ao destacar as escolhas e estratégias dos agentes econômicos, porém, sua limitação consistiu em restringir-se ao cálculo racional dos agentes econômicos com base em regras e normas institucionalizadas, desconhecendo as relações de poder, valores e trajetórias dos agentes. Frente ao novo cenário, as Ciências Sociais carecem de explicações que deem conta da complexidade e heterogeneidade que esse fenômeno alcançou nos últimos anos (Da Silva, 2003).

### **1.1 O Setor Informal no Brasil e o Poder Público**

Durante os anos 1970 – que marcaram a integração do setor informal na agenda pública – o país vivenciava um milagre econômico que atingira somente uma parcela menor da população. Amparado pela produção da CEPAL, a informalidade era concebida como uma consequência do

subdesenvolvimento e da dependência dos países centrais, portanto, era uma “anomalia passageira” que deveria ser combatida. Nesse momento, foram elaboradas políticas de dimensão macro ao setor informal, principalmente de caráter compensatório. Além do setor informal ser concebido como um conjunto homogêneo, como com o passar do tempo os trabalhadores não foram absorvidos pelo setor formal, as políticas que possuíam caráter transitório tornaram-se permanentes (Theodoro, 2000).

Na segunda metade dos anos 1980 ocorre uma mudança nas ações do poder público. Com o aumento do desemprego e da miséria, as ações do poder público assumiram os aspectos de uma abordagem política. O setor informal deixou de ser combatido e seu elevado potencial de absorção de trabalhadores ganhou destaque, justificando a necessidade de sua existência. As ações governamentais possuíam o objetivo de resgatar a cidadania e a inclusão social. O resultado dessas políticas foi a manutenção das estruturas vigentes, aproximando-se do assistencialismo e da caridade (Theodoro, 2000).

Durante os anos 1990, o Brasil vai sofrer uma grave crise do emprego (Pochmann, 2008). Com vistas à superação da crise econômica mundial decorrente dos choques do petróleo e da redução das taxas de crescimento, vão ser tomadas medidas de cunho liberal, como privatizações e a flexibilização das relações trabalhistas. Apesar disso, os efeitos dos ajustes econômicos brasileiros que garantiram a estabilização monetária e permitiram uma recuperação das atividades econômicas não tiveram efeitos positivos na geração de emprego formal (Cacciamali, 2000). É nesse contexto que ocorrerá a alteração mais radical na concepção do setor informal pelo poder público – embora não se reflita tanto nas suas ações. O Estado passou a aceitar a miséria e pobreza como um traço permanente constitutivo da realidade brasileira (Theodoro, 2000), procurando oferecer melhores condições aos seus trabalhadores e evitando possíveis conflitos. As iniciativas públicas passaram a atuar no sentido de possibilitar que os trabalhadores tornem-se empreendedores do seu negócio fortalecendo o binômio empregabilidade/empreendedorismo em detrimento do binômio assalariamento/informalidade.

O mercado de trabalho vem sofrendo grandes alterações nos últimos anos, somado a isso a mudança do poder público em relação ao setor informal coloca novas questões a serem analisadas. Uma questão relevante é atual discussão acerca da possível substituição do binômio assalariamento/informalidade pelo empregabilidade/empreendedorismo. Tal debate, longe de fornecer uma resposta definitiva, enriquece a indagação de como os atores, que até então se localizavam à margem do políticas públicas, estão respondendo à situação nova de acesso a instituições formais.

## **2 A nova abordagem da esfera econômica e as redes sociais**

A Nova Sociologia Econômica (NSE) surgiu nos Estados Unidos, a partir de 1980, em oposição à compreensão da esfera econômica proporcionada pela teoria econômica clássica e neoclássica. Nessa abordagem da economia, o auto-interesse alcança seu auge e os atores agiriam previsivelmente, respondendo mecanicamente aos estímulos do ambiente.

Granovetter (2009), ao formular o conceito de imersão social, propõe uma compreensão da ação econômica que leve em conta as decisões dos indivíduos, ainda que condicionadas pelas relações sociais, localizadas em determinados contextos sociais. O conceito de imersão procura substituir a discussão sobre preferências e racionalidade presente na economia clássica e neoclássica. Para a Nova Sociologia Econômica, os agentes sociais são movidos por interesses das mais variadas naturezas (política, econômica, cultural) que muitas vezes podem ser contraditórios e conflituosos. Swedberg (2009, p.165-167) destaca que: “Os interesses [...] são o que proporciona a força do sistema econômico - o que faz com que milhões de pessoas trabalhem todos os dias” e “[...] em resumo são sempre socialmente definidos e só podem ser concretizados por meio das relações sociais”.

Segundo Capra (2008, p. 22): “Redes sociais são, antes de tudo, redes de comunicação que envolvem linguagem simbólica, restrições culturais e relações de poder”. A cultura que emerge das relações sociais produz restrições que condicionam a ação dos agentes envolvidos, ao mesmo tempo em que ela é continuamente reforçada e modificada pela própria rede. Dessa forma: “Redes sociais são estruturas dinâmicas e complexas formadas por pessoas com valores e/ ou objetivos em comum, interligadas de forma horizontal e predominantemente descentralizada” (Souza & Quandt, 2008, p.34).

A análise de redes deixa uma grande margem para a atuação dos atores sociais, uma vez que são a expressão empírica da estrutura social a partir das relações sociais e, portanto, são sistemas abertos que estão em constante criação e recriação, transformando-se ou substituindo seus componentes. O princípio básico da análise de redes é que a estrutura das relações sociais determina o conteúdo dessas relações, dessa forma, a entrada ou saída de indivíduos alterará não somente a composição da rede, como também o seu conteúdo (Mizruchi, 2009).

Capra (2008) distingue dois tipos de redes – ainda que em constante inter-relação: as redes sociais institucionais e as redes sociais informais. As redes informais são redes de comunicação flexíveis formadas por alianças e amizades, canais informais de comunicação e redes de relacionamento. Já as redes formais são constituídas por estruturas formais documentadas e registradas que descrevem as políticas, estratégias e os procedimentos formais de procedimento. Dependendo do alcance das organizações formais, as redes informais tendem a se desenvolver conjuntamente com as redes institucionais. São as redes informais que conferem dinamismo às redes sociais, uma vez que configuram o local que possibilita aos atores fazerem uso da criatividade e se adaptarem as novas situações surgidas.

A Nova Sociologia Econômica entende a esfera econômica como uma construção social decorrente da ação dos agentes sociais, assim como dos agentes políticos, imersos em contextos políticos, sociais e culturais. As formas de comercialização, a relação entre os comerciantes e os consumidores não se resumem a aspectos econômicos, mas também, envolvem aspectos políticos, sociais e culturais. Para a NSE, os mercados não são uma esfera autônoma das demais esferas, são configurações resultantes de relações sociais e contextos específicos e, embora presente, a racionalidade dos atores não é suficiente para explicar as ações dos agentes. Os indivíduos sempre serão influenciados pelas crenças e normas compartilhadas resultantes das relações sociais estabelecidas. O mercado é constituído por redes sociais complexas, as quais possibilitam que os agentes alcancem seus interesses, mas que nem sempre são totalmente racionais e podem implicar em incoerências e conflitos.

Os atores sociais ao se depararem com dificuldades nos mercados desenvolvem estratégias visando a sua integração e sobrevivência nesse espaço institucional. Essas estratégias, ao mesmo tempo em que permitem a manutenção dos agentes nesse mercado, acabam por recriar esse espaço de interação. As interações entre firmas, consumidores, trabalhadores, empreendedores e governos afetam não só a configuração do mercado, como também o comportamento dos indivíduos (Silva, 2009, p.6).

Em suma, a Nova Sociologia Econômica procura superar abordagens reducionistas da vida econômica, seja pela visão supersocializada, com a preponderância das estruturas sobre a ação dos indivíduos (consolidada por sociólogos), seja pela visão subsocializada, na qual indivíduos totalmente racionais têm suas ações conduzidas por razões estritamente utilitaristas (economistas clássicos e neoclássicos).

### **3 O shopping do porto – camelódromo de porto alegre**

A expansão dos comerciantes ambulantes no Centro de Porto Alegre foi um processo que nos últimos 30 anos contou com relativa tolerância do poder público. Entretanto, a insatisfação crescente

com que a sociedade passou a ver esse processo tornou a situação insustentável. A partir dos anos 2000, a insatisfação da população usuária do Centro somada ao interesse político de revitalizar essa área da Cidade foi fundamental para que se começasse a discutir a criação de uma alternativa para esses comerciantes.

A pressão tornou-se tão forte que a maior parte dos camelôs percebeu que a manutenção na rua através do enfrentamento e da resistência (como geralmente ocorria) havia se tornado inviável. A partir disso, as localidades que possuíam algum nível de organização, juntamente como o poder público, passaram a pensar em alternativas que não tirassem o meio de subsistência desses indivíduos. Em 2007, é lançada então a proposta de criação de um camelódromo horizontal na Praça Rui Barbosa, também no Centro de Porto Alegre. A proposta foi aceita pela maioria dos camelôs que via nessa iniciativa a possibilidade de melhorar suas condições de trabalho, não ficando mais expostos às intempéries do clima e à insegurança das ruas.

O empreendimento localizado no coração do Centro de Porto Alegre foi projetado para receber todos os camelôs regulares localizados na região central de Porto Alegre. O caráter de obrigatoriedade da passagem da rua para o Camelódromo forçou os camelôs que não quiseram se instalar no CPC a desempenharem suas atividades em outras localidades da cidade.

O Camelódromo foi resultado de uma parceria público-privada, na qual a empresa Verdi Construções, vencedora de um processo licitatório, tornou-se a concessionária responsável pela construção e pela exploração comercial do empreendimento – depois de pronto – por 25 anos, podendo ser renovável por dois períodos de cinco anos. O critério para a ocupação das bancas, definido em um encontro entre o secretário da SMIC e representantes dos camelôs, foi a antiguidade da localização na rua. Essa decisão, entretanto, causou descontentamento entre alguns comerciantes, havendo um protesto liderado por integrantes da Associação Feira Rua da Praia (ASFERAP), que representava 213 ambulantes de diferentes pontos de Porto Alegre<sup>2</sup>.

Segundo o regulamento do *Shopping* do Porto, cada comerciante popular têm direito a um estande de 4m<sup>2</sup> (na prática, alguns comerciantes ocuparam espaços inferiores a esse tamanho, ao passo que outros ocuparam espaços maiores). O aluguel é cobrado conforme a metragem do estande ocupado, o metro quadrado custa R\$24,85 por semana. Dessa forma, o custo mensal do aluguel sai em torno de R\$400. Ainda é cobrada uma taxa semanal para as despejas de água, luz, segurança e limpeza, que é rateada entre todos os comerciantes e sai por aproximadamente R\$200 mensais. Somando o aluguel e a taxa das despejas do CPC, cada comerciante gasta no mínimo R\$600 por mês.

A instalação no Camelódromo causou impacto na representação dos comerciantes sobre sua ocupação. Se por um lado, no senso comum, a atividade do camelô relaciona-se à comercialização de mercadorias de procedência duvidosa (mercadorias falsificadas ou ilegais), por outro lado, o baixo valor cobrado por essas mercadorias configura um elemento atraente. Baseado nisso, estabeleceram-se duas posições divergentes no CPC: aqueles que passaram a se enxergar como lojistas e os que afirmam sua permanência como camelô. Para os primeiros, a adição do status de *shopping* ao nome do CPC, tornando-se *Shopping* do Porto – Camelódromo foi um avanço no sentido de tentar se desvincular do senso comum associado ao camelô, uma vez que passa a noção de que no empreendimento há também a comercialização de mercadorias de maior preço e de boa qualidade. Esses comerciantes, ao contrário dos que afirmam sua manutenção como camelôs e comercializam produtos de menor valor – como bijuterias e acessórios de vestuário - vendem eletrônicos, celulares ou *games* de “última geração”. Já os que afirmam sua manutenção como camelô tomam como um retrocesso a mudança no nome do

---

<sup>2</sup> A Associação Rua da Praia representava os 161 comerciantes dessa localidade, mais 52 comerciantes localizados em outros lugares do Centro de Porto Alegre.

empreendimento, precisamente pelo motivo ressaltado como positivo para os demais comerciantes: ela afasta os consumidores que procuram mercadorias “mais baratas”.

### **3.1 Um Camelódromo e Duas Realidades**

O Camelódromo se localiza sob a Praça Rui Barbosa e o Terminal de ônibus Mauá, estendendo-se da rua Voluntários da Pátria, passando pela Avenida Júlio de Castilhos até a Avenida Mauá. Utilizando a própria denominação dos comerciantes, da entrada principal, localizada na rua Voluntários da Pátria até a Avenida Júlio de Castilhos será chamado bloco A do Camelódromo, da Avenida Júlio de Castilhos até o final do empreendimento, na Avenida Mauá, será chamado bloco B. Essa divisão é delimitada por um espaço vazio no CPC que se encontra sobre a Avenida Júlio de Castilhos. Dos 800 comerciantes, 600 localizam-se no bloco A e 200 no bloco B.

O problema decorrente dessa distribuição dos comerciantes no CPC se refere ao desigual movimento dos consumidores, que circulam em maior número no bloco A. Primeiro, porque apesar de existirem entradas que deem diretamente no bloco B, além de serem discretas e mal sinalizadas, essas avenidas têm pouco movimento de pedestres comparativamente à rua que dá para a entrada principal. Segundo, porque a maioria dos consumidores que ingressam pela rua da entrada principal raramente chegam ao final do empreendimento, ou porque a maioria dos produtos comercializados repete-se ao longo dos diferentes estandes ou pela dificuldade de encontrar o estande que procura devido à grande extensão do empreendimento. Embora não possa ser tomado como um fator determinante do sucesso ou fracasso do negócio, uma vez que negócios prósperos assim como com grande dificuldades financeiras são encontrados em ambos os blocos, a localização no Camelódromo configura um fator a mais a ser superado pelos comerciantes do bloco B.

A maior reclamação dos comerciantes refere-se ao alto valor semanal cobrado pela gerência do CPC. Quando localizados na rua, o único custo regular que alguns tinham era o pagamento de depósitos para guardar as mercadorias que saía em torno da R\$50 mensais, fora esse gasto, praticamente qualquer valor que vendiam era lucro. O retorno podia ser baixo, mas o investimento também era baixo. No bloco B, a situação agrava-se uma vez que os custos somam-se à falta de movimento e à queda nas vendas, resultando em situações de inadimplência e despejo.

Essa divisão do Camelódromo também se reflete na relação entre os comerciantes. Apesar de afirmarem que há uma amizade que independe da localização no CPC, na maioria das vezes, ambos os lados tentam desqualificar os comerciantes do lado oposto. Os comerciantes do bloco A argumentam que a dificuldade que alguns comerciantes do bloco B estão enfrentando deve-se às suas inaptidões comerciais: seja porque não sabem cativar seus clientes, seja porque não acertaram a mercadoria ideal a ser comercializada. Os comerciantes do bloco B, por outro lado, alegam que foram desfavorecidos na distribuição das localizações devido ao favorecimento político de alguns grupos. A localização no Camelódromo, portanto, apesar de não configurar um fator determinante para o sucesso ou fracasso do negócio, exerce grande influência nas estratégias elaboradas pelos comerciantes visando a sua manutenção e sobrevivência nesse mercado.

### **3.2 As Redes Sociais e as Estratégias de Atuação no Mercado**

Na análise das redes informais, as redes de amizade e de familiares apresentaram-se como relevantes tanto para o ingresso na ocupação, quanto para a manutenção dos comerciantes no Camelódromo. Para os comerciantes que ingressaram no comércio informal de rua por meio da tradição familiar na ocupação, essa atividade configura a primeira atividade remunerada, sendo marcada pelo ingresso na infância, quando começam a auxiliar os pais. As redes de amizade também

aparecem como uma importante rede mobilizada no ingresso. Apesar disso, para a metade dos entrevistados, o ingresso ocorreu sem que houvesse qualquer relação com comerciantes informais de rua. Quando há tradição familiar no comércio informal de rua, a principal estratégia utilizada pelos comerciantes é constituir sociedades - como forma de fortalecer o negócio – e/ ou se utilizar de auxílio familiar por configurar uma mão-de-obra mais barata do que a contratação de funcionários, ainda que informalmente.

As redes associativas mostraram-se importante para a manutenção dos comerciantes quando localizados na rua, entretanto, no Camelódromo tornaram-se fonte de descrença. Apenas um comerciante reconheceu o esforço da ASFERAP para obter benefícios para os comerciantes – todos os demais ressaltaram que essa organização não auxilia em nada os comerciantes, portanto, dificilmente ela influencia na elaboração de suas estratégias. A antiga associação perdeu função no novo contexto, demandando-se novas lógicas de governança e de ação coletiva.

A interação dos comerciantes com a empresa gestora do CPC e com SMIC é associada à situação financeira do comerciante. A Verdi faz a cobrança semanal do aluguel e da taxa de rateamento, e a SMIC fiscaliza a comercialização de mercadorias ilegais, notifica e despeja os comerciantes inadimplentes. Comerciantes inadimplentes têm uma relação conflituosa com esses atores, principalmente devido à dificuldade de negociação. Já os comerciantes que mantêm suas contas em dia, estabelecem uma relação respeitosa, mas que não vai além disso. Apesar de constatadas essas duas situações, elas não interferem na interação dos comerciantes com as iniciativas propostas pela Verdi para aumentar o movimento do Camelódromo. Ao mesmo tempo em que reclamam dos custos considerados abusivos e da inflexibilidade das negociações das dívidas, todos os comerciantes reconhecem e participam das iniciativas criadas pela empresa gestora, como a promoção de desfiles com mercadorias comercializadas no CPC e a elaboração de uma revista para divulgação do empreendimento.

A interação com o SEBRAE configura a rede institucional que mais influencia na elaboração de estratégias pelos comerciantes populares, principalmente através da formalização e seus benefícios. Apesar disso, as estratégias de utilização do cartão de crédito, empréstimos, novos fornecedores e reestruturação de mercadorias não são a simples consequência da formalização do negócio, elas também são influenciadas pela experiência profissional do comerciante no mercado de trabalho formal. Aqueles com maior grau de instrução escolar ou com experiências administrativas no mercado de trabalho formal tendem a ser mais receptivos “a correr riscos”, apesar disso, tal como os comerciantes há mais tempo na atividade, são menos receptivos aos cursos de gestão e aprimoramento de vendas, uma vez que experiência adquirida na prática já teria ensinado tudo que haveria para ser aprendido. Deve ser ressaltado que estar imerso em uma rede não significa utilizar essa rede em seu benefício, mas sim a probabilidade disso acontecer, uma vez que quanto maior a quantidade de imersão em redes diversas, maior o acesso a informações que podem resultar na elaboração de estratégias de atuação no mercado mais diversificadas.

As redes que se destacam como mais importantes para a mobilização de estratégias de atuação no Camelódromo são a estabelecida com o SEBRAE e as redes familiares. Quando há a imersão somente em redes familiares, as estratégias tendem a ser estratégias informais, porém, quando há também o estabelecimento de interações com o SEBRAE, ocorre a elaboração de estratégias mais diversificadas, apresentando uma variação entre estratégias formais e informais.

## **Conclusão**

Como foi apresentado anteriormente, o estudo de caso do *Shopping* do Porto - Camelódromo é ilustrativo para o conhecimento da informalidade no atual contexto da realidade brasileira. Uma vez

que a informalidade passou a ser concebida como um traço constitutivo da sociedade brasileira, mais recentemente, o Estado tem buscado novas alternativas para mitigar as condições de trabalho desses indivíduos apoiando o setor informal com enfoque subsidiário. O poder público passou a agir no sentido de tornar os trabalhadores empreendedores, retirando-os da informalidade.

Destacaram-se como redes que mais influenciaram na mobilização das estratégias, as redes familiares e a interação com o SEBRAE. As redes familiares refletem-se no estabelecimento de sociedade entre os comerciantes e no auxílio de familiares no negócio. A rede institucional estabelecida com o SEBRAE reflete-se principalmente na interação com os mecanismos possibilitados pela formalização, como cartão de crédito, novos fornecedores, empréstimos e reestruturação de mercadorias. A intensidade com que isso ocorre, entretanto, sofre a influência da trajetória pessoal e profissional do empreendedor. Comerciantes com experiência administrativa no mercado formal de trabalho tendem arriscar-se mais do que os comerciantes que adquiriam experiência somente no dia-a-dia do comércio informal de rua. Os comerciantes que apresentaram maior variedade na elaboração de estratégias encontram-se inseridos em mais redes, apesar disso, a interação com associações, com a SMIC ou com a Verdi, não apresentaram indícios de influenciar na elaboração de estratégias.

A imersão em redes institucionais e informais interfere nas estratégias de inserção e atuação dos comerciantes nos mercados. Comerciantes que mobilizam as redes familiares e de amizade, conjuntamente com a rede institucional estabelecida com o SEBRAE, tendem a apresentar uma variação maior nas suas estratégias de atuação no mercado, apresentando tanto estratégias informais existentes na rua - como a utilização de familiares - quanto a elaboração de novas estratégias, como a constituição de sociedades e a aquisição de estandes. Constatou-se então que quanto mais as redes sociais e institucionais dos comerciantes forem diversificadas e orientadas para fora da informalidade, maiores serão as chances desses agentes formularem novas estratégias de atuação no mercado, tendendo a modificar as atuações no mercado de rua.

Finalmente, caberia chamar a atenção para a fecundidade dos instrumentos oferecidos pela Nova Sociologia Econômica. Essa perspectiva, através do pressuposto de que a esfera econômica é uma construção social, que não se resume a aspectos econômicos, mas também envolve aspectos políticos, sociais e culturais decorrente dos atores envolvidos, permite identificar aspectos sobre como os agentes respondem, ativa e diversamente, a uma nova situação de mercado, deixando-se de recorrer a imposições estruturais previamente constituídas ou a simples cálculos racionais com base em regras formalmente estabelecidas.

## Referências bibliográficas

- Cacciamali, M. C. (2000). Globalização e processo de informalidade. *Economia e Sociedade*, Campinas, 14, jun.
- Capra, F. (2008). Vivendo redes. En: DUARTE, F., QUANDT, C., & SOUZA, Q. (Eds.). *O tempo das redes*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Castells, M. (2010). *A Sociedade em Rede: a era da informação*. *Economia, sociedade e cultura*. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra.
- Da Silva, L. A. M. (2003). Mercado de Trabalho, ontem e hoje: informalidade e empregabilidade como categorias de entendimento. En: SANTANA, M. A. & RAMALHO, J. R. (Eds.). *Além da Fábrica: trabalhadores, sindicatos e a nova questão social*. São Paulo: Boitempo.
- Granovetter, M. (2009). Ação Econômica e Estrutura Social: O Problema da Imersão. En: MARTES, A. C. (Eds.). *Redes e Sociologia Econômica*. São Carlos: EdUFSCar.
- Mizruchi, M. S (2009). Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. En: MARTES, A. C. (Eds.). *Redes e Sociologia Econômica*. São Carlos: EdUFSCar.

- Organização Internacional do Trabalho (2002). *El Trabajo Decente y la Economía Informal*. Informe VI. Conferência Internacional del Trabajo. 90ª reunion. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Pochmann, M. (2008). Informalidade e Emprego. En: Pochmann, M. *O emprego no desenvolvimento da nação*. São Paulo: Boitempo.
- Sanches, O. (2008). *Os determinantes da economia informal nas principais escolas do pensamento econômico*. São Paulo: PUCSP.
- Silva, S. M. P. (2009). *Análise da formação do mercado de castanha no Acre sob a ótica da Nova Sociologia Econômica*. XIV Congresso Brasileiro de Sociologia. Anais... Grupo de Trabalho Construção social dos mercados e das organizações, julho.
- Souza, Q. & Quandt, C. (2008). *Metodologia de análise de redes sociais*. En: Duarte, F., Quandt, C. & Souza, Q. (Eds.). *O tempo das redes*. Editora Perspectiva.
- Swedberg, R. (2009). *A Sociologia Econômica do Capitalismo: Uma Introdução e Agenda de Pesquisa*. En: MARTES, A. C. (Ed.). *Redes e Sociologia Econômica*. São Carlos: EdUFSCar, 2009.
- Theodoro, M. (2000). *As bases da Política de Apoio ao Setor Informal no Brasil*. Brasília: IPEA.