

**OS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA EM CAMPINAS-SP:
COMÉRCIO LUMINOSO DE EIXO E COMÉRCIO AGLOMERADO NA RUA**

**LOS DOS CIRCUITOS DE LA ECONOMÍA URBANA EN CAMPINAS-SP:
COMERCIO LUMINOSO DE EJE Y COMERCIO AGLOMERADO EN LA CALLE**

**THE TWO CIRCUITS OF THE URBAN ECONOMY IN CAMPINAS-SP: MAINSTREAM
LUMINOUS COMMERCE AND AGGLOMERATED STREET COMMERCE**

Luis Henrique Leandro Ribeiro

Doutorando em Geografia pelo Instituto de Geociências da
Universidade Estadual de Campinas – IG/UNICAMP. SPG-IG/UNICAMP,
Cidade Universitária Zeferino Vaz, Distrito de Barão Geraldo.
CEP: 13083-970 – Campinas, SP – Brasil – Caixa Postal: 6152.
E-mail: luis.ribeiro@yahoo.com.br

RESUMO

A urbanização brasileira é aqui analisada a partir de sua concreção em Campinas-SP que mediante modernizações seletivas e concentradas tem atualizado uma cidade dual, embora não dualista: gênese dos *circuitos espaciais da economia urbana dual*. Um único sistema urbano constituído por subsistemas de fluxos e de fixos dependentes e antagônicos em suas diferenças de produção, de circulação e de consumo. Processo manifestado na multiplicação concomitante após a década de 1980 em Campinas: de centros comerciais de tipo concentrado (*shoppings, home centers, supermercados e atacadistas*), aqui conceituados *comércio luminoso de eixo*; e de comércios de tipo ambulante (carrioleiros, fruteiros e paredeiros) e camelôs, aqui denominados *comércio aglomerado na rua*. Expressão de um único e mesmo sistema urbano, mas que é dual porque gerador de uma cidade cindida e fragmentada: marcada pela tensão, conflito e disputa permanentes pelos usos da cidade por diferentes tipos de comércio.

Palavras-Chave: modernizações; circuitos superior e inferior da economia urbana; shoppings; comércio ambulante; camelôs.

RESUMEN

La urbanización brasileña se analiza aquí a partir de su concreción en la ciudad de Campinas, São Paulo, que mediante modernizaciones selectivas y concentradas ha actualizado una ciudad dual, aunque no dualista: una génesis de los *circuitos espaciales de la economía urbana dual*. Un único sistema urbano constituído por subsistemas de flujos y fijos dependientes y antagónicos en sus diferencias de producción, de circulación y de consumo. Un proceso que se manifiesta en la multiplicación concomitante después de la década de 1980 en Campinas: de centros comerciales de tipo concentrado (centros comerciales, centros para el hogar, supermercados y tiendas mayoristas), aquí denominados *comercios luminosos de eje*; y de comercios de tipo ambulante (vendedores de frutas, verduras, dulces) o estacionario, aquí denominados *comercio aglomerado en la calle*. Expresión de un único y mismo sistema urbano, pero que es dual porque es generador de una ciudad dividida y fragmentada: marcada por la tensión, conflicto y disputa permanentes por el uso de la ciudad por diferentes tipos de comercio.



Palabras clave: modernizaciones; circuitos superior e inferior de la economía urbana; shoppings; comercio ambulante; camelôs.

ABSTRACT

This article analyses Brazilian urbanisation based on its materialisation in Campinas, São Paulo state, where selective and concentrated modernisation actions have led to the development of a dual, although not dualist, city: the birth of the spatial circuits of the dual urban economy. This single urban system consists of subsystems with flowing and fixed elements which are both interdependent and antagonistic in relation to their differences in production, circulation and consumption. Such process has been manifested in concurrent multiplication since after the 1980s in Campinas: of concentrated commercial centres (shopping centres, home centres, supermarkets and wholesale stores) here designated as mainstream luminous commerce; and street vendors, whether itinerant (selling items off carts or boards) or mounted stalls, here designated as agglomerated street commerce. This is an expression of one and the same urban system, but it is dual because it generates a split, fragmented city: marked by permanent tension, conflict and disputes over the uses of the city by different types of commerce.

Keywords: modernisations; upper and lower circuits of the urban economy; shopping centres; street vendors.

1 INTRODUÇÃO: CIDADES, MERCADOS E COMÉRCIO TERRITORIALMENTE NECESSÁRIO

Originariamente as cidades nascem como centros de trocas, comunicação, festas, feiras, mercados e nós de rotas de comércio. A própria etimologia do termo *comércio* (do latim: *co* - junto; e *merx* - mercadoria) expressa sua raiz na idéia de troca, comunicação e coexistência nas cidades: 6. *trato social, convivência*. 8. *trato, conversação com alguém*. 9. *a vila (distrito), no linguajar campônio* (Melhoramentos, 1977); 6. *comunicação de uma ou mais pessoas com outra(s); relações sociais, amigáveis ou afetivas entre pessoas*. 7. *relação estreita, contato; trato, relações entre pessoas* (Houaiss e Villar, 2004).

Polanyi (2000) ao abordar os ciclos de troca entre populações assinala os laços originários entre cidades e mercados: o nascimento de cidades e de civilizações urbanas como o *resultado mais significativo dos mercados*. Entretanto, o autor ressalta o desenvolvimento paradoxal desse processo: embora criadas *pelos e protetoras* dos mercados, as cidades impediam a expansão destes tanto sobre as áreas agrícolas quanto sobre a organização social em sua totalidade. Para Mumford (1961, *apud* Arroyo, 2004) a instituição mercado surgiu para regular o comércio e a troca tanto locais quanto de longas distâncias, muito antes do surgimento de uma *economia de mercado* fundamentada no lucro e na acumulação de capital. Segundo este autor, a topologia urbana das duas

formas clássicas do mercado nas cidades – a praça aberta ou o bazar coberto; a rua de barracas ou de lojas – possivelmente já havia adquirido seus contornos por volta de 2.000 a.C. (Mumford, 1961, *apud* Arroyo, 2004).

Braudel (1987) ao discorrer sobre o processo de expansão do *capitalismo* sobre a *vida econômica* assinala a distinção originária entre ambos: *capitalismo* como *economia monopolista* e a *economia de mercado* caracterizada pela *concorrência*. A primeira marcada pela presença de *negociantes* (grandes atacadistas que não se ocupam com comércio varejista) e a segunda caracterizada por *camelôs, mascates, mercados, lojas e feiras*. Para o autor a gênese do capitalismo situa-se na criação dos *mercados nacionais* a partir da emergência dos Estados territoriais. Arroyo (2004) também assinala a convergência histórica na formação dos Estados territoriais e dos mercados nacionais a partir da segunda metade do século XVII: pois foram os Estados territoriais, e não as cidades-estados, que ao criarem *superfícies mercantis contínuas e delimitadas* [...] *facilitaram a existência de um sistema econômico integrado em grandes unidades territoriais* (2004, p.56).

O comércio de longa distância (nacional e internacional) resultou, segundo Polanyi (2000), da divisão do trabalho e da localização geográfica das mercadorias. O *mercador* passa a ser aquele que não adquire mais as mercadorias prontas, mas que compra e organiza tanto o trabalho quanto a matéria-prima necessários à fabricação das mesmas. Processo este tributário da ascensão da *sociedade de mercado*, da tentativa utópica do liberalismo de estabelecer um sistema de *mercado auto-regulável* no qual a sociedade torna-se um acessório do sistema econômico e o mercado seu único poder organizador. Se há milênios existia a instituição mercado (mercados isolados e reguláveis), contudo seu papel era apenas parcial nas sociedades: as motivações econômicas se originavam no contexto da vida social como um todo e o sistema econômico *estava submerso em relações sociais gerais; os mercados eram apenas um aspecto acessório de uma estrutura institucional controlada e regulada, mais do que nunca, pela autoridade social* (Polanyi, 2000, p.88).

Segundo Polanyi (2000) o motor histórico a partir do século XIX tem sido o antagonismo entre o *liberalismo econômico* e a *proteção social*, daí o movimento do mercado auto-regulado em expansão *versus* contramovimentos de autoproteção social. Movimentos estes de autoproteção que têm impedido a realização mais plena da *utopia de uma sociedade de mercado auto-regulável* e suas respectivas conseqüências de destruição da própria sociedade. Nesse sentido, compreendemos a *necessária valorização dos vínculos históricos entre comércio e sociabilidade* preconizada por



Ribeiro (2004) como um movimento de autoproteção social: já que *toda atividade relacional é constitutiva da troca e do intercâmbio, que podem ultrapassar os objetos e a negociação mercantil, incluindo, potencialmente, a subjetividade e a totalidade da cultura.*

Portanto, podemos apreender os porta-vozes e sujeitos da hegemonia do *ente mercado* como avanço da *utopia do mercado auto-regulável* em choque com o *mercado socialmente necessário* proposto por Ribeiro (2005a). Mercado este que se interpõe à concepção hegemônica de mercado como a *única versão possível das trocas econômicas*. Dentre os agentes do *mercado socialmente necessário* apontados pela autora, destacamos aqui as lutas de camelôs e ambulantes pelos usos das cidades. Enquanto memória e projeto o *mercado socialmente necessário* possui raízes ancestrais anteriores àquelas sobre as quais a concepção hegemônica de mercado se assenta. A autora propõe o *mercado socialmente necessário* como um *ator* pensado de *baixo para cima* que territorializado corresponderia, *potencialmente*, ao *circuito inferior da economia urbana* proposto por Santos (2004). Pois tal ator vincula-se tanto às formas sociais sobreviventes das sucessivas modernizações quanto àquelas formas que, embora mais modernas, no decorrer do processo histórico *tiveram a capacidade de interagir com práticas ancestrais, como aqueles comércios em que a negociação predomina sobre a conquista e a destruição do Outro* (Ribeiro, 2005a, p.107).

Mercado socialmente necessário compreendido como expressão do *espaço banal*, ou seja, do *território usado* (Santos, 1999b) por muitas formas de comércio: não apenas dos tipos mais modernos e centralizadores (grandes atacadistas, redes, cadeias e *shoppings*), aqui denominados *comércio luminoso de eixo*; mas, também, do *comércio aglomerado de rua* (lojas e feiras) e; principalmente, do *comércio aglomerado na rua* (*ambulantes, carrioleiros, paredeiros e camelôs*) compreendido como *comércio territorialmente necessário*. Tipos de comércio aqui analisados enquanto expressões dos *circuitos espaciais da economia urbana dual* (Santos, 2004) que mediante modernizações seletivas e concentradas tem atualizado uma cidade também dual, embora não dualista: gênese dos circuitos do comércio em Campinas-SP. Uma cidade cindida e compartimentada tanto no acesso quanto na prática do comércio: um único sistema urbano constituído por subsistemas de fluxos e de fixos dependentes e antagônicos em suas diferenças de produção, circulação, distribuição e consumo. Logo, um único e mesmo sistema urbano, mas dual porque gerador de uma cidade cindida e fragmentada: marcada pela tensão, conflito e disputa permanentes pelos usos da cidade por diferentes tipos de comércio.

2 RACIONALIZAÇÃO DO ESPAÇO E NEGAÇÃO DA COEXISTÊNCIA DE COMÉRCIOS

Presencia-se nas últimas décadas em Campinas-SP um acirramento das disputas pelos usos da cidade por diversos tipos de comércio, sobretudo, na área do centro histórico da cidade entre lojistas, camelôs e ambulantes. Entretanto, tais disputas se remetem a uma reestruturação mais ampla e profunda das atividades de comércio na cidade campineira como um todo no quadro da urbanização brasileira. Nesse sentido, a cidade como concreção do espaço urbano (Souza, 1997) torna-se um dos campos da ação instrumental concretizada nos objetos, nas ações e nas normas: nas técnicas enquanto *autorizações para o fazer* (Santos, 1999a). Entretanto, por ser hegemônica essa racionalização é limitada. A eficácia da ação e de seus resultados são condições e virtualidades do território acessíveis a uma parcela dos atores, enquanto que os demais ao não serem igualmente atendidos lançam mão de outras formas de racionalidade indispensáveis à existência.

Racionalização amparada na produção de uma tecnoesfera, de uma normatização generalizada e de uma psicoesfera (Santos, 1999a). Para Ribeiro (2004), trata-se de uma ordenação que equaliza e reduz a complexidade dos lugares e que é indispensável à *operação de comando dos fluxos que atualmente modificam os usos da cidade*. Exemplar é a produção de um discurso que associa a cidade de Campinas aos *circuitos superiores da economia urbana*, tal como *pólo de alta tecnologia*. Logo, a produção de *discurso* e de *imagem* torna-se estratégica, pois tratam-se de *termos-chaves da disputa do processo comunicacional que envolve e condiciona os fluxos de pessoas e mercadorias que reúnem, hoje, cultura, mercado e lugar* (Ribeiro, 2004). Daí a difusão de discursos e imagens que associam os tipos de comércios *na rua* (paredeiros, carroleiros, ambulantes e camelôs) à criminalidade, descaminho e contrabando, venda de mercadorias ilícitas, sonegação e evasão fiscal e tributária, uso abusivo do espaço e do solo público, concorrência desleal, informalidade e economia das sombras.

Destaca-se também a produção de uma racionalidade normativa marcada pela proibição, vigilância e redução da complexidade e diversidade das formas de fazer comércio. Se nas primeiras décadas do século XX o arcabouço regulatório em Campinas prezava a inclusão e reconhecimento dos vendedores ambulantes (Souza, 2004), a partir de meados da década de 1970 evidencia-se um adensamento das normas municipais concomitante à dotação do território campineiro com infra-estruturas e equipamentos. Adensamento este marcado pela *homogeneização e uniformização* de todo um conjunto de atividades de comércio bem distintas pautado, sobretudo, por restrições, confinamentos e proibições no que tange ao comércio praticado na rua (Ribeiro, 2005).



Em virtude de uma simplificada e limitada regulamentação são postos na clandestinidade, irregularidade e ilegalidade todo um diverso conjunto de atividades: *carrioleiros* (tipos com carriolas empurradas à mão e carregadas predominantemente com frutas, verduras e legumes); *paredeiros* (os mais variados artigos e mostruários dispostos junto a caixotes, bancadas, muros e muretas da cidade); *ambulantes*, dos *estacionados* em esquinas, semáforos ou cruzamentos de vias até os mais circulatórios e *transeuntes*, seja a pé (com artigos à cabeça, às costas, aos ombros ou às mãos) ou em veículos (motorizados ou não); e bancas de *camelôs*.

Ao analisar o comércio ambulante no Rio de Janeiro dos anos 1940, Backheuser (1944) diferenciou esta forma de atividade daquela do *comércio sedentário* destacando a peculiar *vivacidade* imprimida por ambulantes no *panorama urbano*. A partir das estatísticas oficiais do então Distrito Federal que reconhecia 134 atividades às quais se destinavam 134 diferentes impostos e tributações, este autor chegou a uma *apuração final* de 14.081 ambulantes divididos em quatro grandes categorias: *alimentação*; *vestuário*; *habitação* e; *gôzo e facilidade da vida*. Portanto, na cidade do Rio de Janeiro que contava com 1.764.141 habitantes, a mais populosa em 1940 (Santos, 1993), reconhecia-se mais de quatorze mil ambulantes distribuídos por 134 diferentes atividades de comércio. Enorme discrepância se comparada aos números do município de Campinas que em 2005, contando com cerca de 1.006.918 habitantes (Acic, 2005; Souza, 2004), apresentava 1.918 permissionários divididos em 8 categorias segundo dados da autarquia municipal Serviços Técnicos Gerais (Ribeiro, 2005): ambulantes com carrinho de cachorro quente, doces, pipocas, etc. (704); bancas de jornais, flores, etc. (443); quiosque de pastéis, lanches, flores, etc. (213); feirantes (208); Projeto Camelô do Terminal Mercado (140); boxes Mercado Municipal (109); engraxates (59); *trayllers* de lanches, caldo de cana, etc. (42).

Sendo o espaço geográfico um híbrido de objetos (materiais e imateriais) e de ações, um sistema indissociável, solidário e contraditório de materialidades e de ações (Santos, 1999a), a produção de uma psicosfera e de uma normatização enquanto autorizações para as ações também é acompanhada de uma racionalização inscrita nas materialidades. Racionalizações materializadas em Campinas no *confinamento* representado pelos *camelódromos* (ou *centros populares de compras*) e no *ajustamento* no caso dos *shoppings*. Processo que George (1979) chamou de *transição estrutural das atividades de contato*: uma tensão permanente e crescente entre estruturas concentradas *versus* iniciativas pulverizadas.

George (1979) classifica o *subsetor comercial* em dois segmentos. O *comércio atacadista* com função de *entrepasto*, exercido por grandes estabelecimentos (ligados a redes ou cadeias

comerciais) e atraídos em particular por vias de grande circulação, caracteriza-se pela coleta e repartição regionais ou internacionais de produtos entre os grandes focos de consumo ou centros de venda aos *retalhistas*. Já o segundo segmento, *comércio de distribuição* ou *retalhista*, aqui denominado *varejista*, dividi-se em três ramos ou sistemas segundo a forma de contato com a clientela de consumo: (i) o comércio esporádico das *feiras e mercados*; (ii) o comércio *itinerante* ou *ambulante*, vendas a domicílio ou por abordagens em vias e passeios públicos e; (iii) o comércio das *lojas*. George (1979) assinalou que o comércio de *lojas* (aqui denominado *comércio de rua*) vem sendo cada vez mais integrado a cadeias de distribuição e conectado diretamente aos entrepostos numa tendência marcada por formas concentradas de distribuição, direção e comando: *grandes mercados, shopping centers, home centers, grandes lojas, super e hipermercados*. Para o autor esse processo de centralização e concentração também induz e é acompanhado por um movimento maior de *pulverização* de iniciativas privadas de dimensão familiar ou individual. Tal fenômeno é verificado nas cidades brasileiras a partir da multiplicação concomitante de centros comerciais de compra de tipo concentrado (*shopping, home centers, supermercados*) e do comércio de tipo ambulante e aglomerado nas ruas (*carrioleiros, fruteiros, paredeiros e camelôs*).

3 MODERNIZAÇÕES E GÊNESE DOS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA DUAL: CAMPINAS CORPORATIVA E FRAGMENTADA

Em função do acúmulo de sucessivas modernizações, Campinas torna-se apta a receber e esposar renovações contínuas das materialidades. Modernizações acompanhadas pela expansão de empregos mal remunerados e pelo aumento da pobreza, processo pelo qual a economia urbana da cidade em sua totalidade se adapta a partir da proliferação de atividades com os mais diferentes níveis de capital, organização e tecnologia. Atividades e ocupações que surgem para suprir a demanda por empregos e consumos que a economia monopolista não é capaz de atender. Assim, a urbanização brasileira é caótica, sobretudo por ser corporativa e se dar em pontos e manchas do território. Uma lógica da totalidade do território brasileiro que se manifesta nos demais níveis espaciais: entre regiões, estados, regiões metropolitanas, cidades e entre áreas no interior dos municípios (Santos, 1990; 1993; 2004).

No caso de Campinas é notório o processo de modernizações seletivas e concentradas não apenas em relação ao país, mas também em algumas áreas do próprio município. O segmento da



Rodovia Dom Pedro I (SP-065) que passa por Campinas é um traçado de aproximadamente 18 quilômetros aqui conceituado como *eixo luminoso*. Lócus de expansão e modernizações tem acolhido os mais variados investimentos nas últimas décadas: condomínios residenciais de alto padrão; hospitais e clínicas; empresas de pesquisa e desenvolvimento de alta tecnologia em comunicação e informação; edifícios, centros e complexos empresariais; condomínios horizontais de escritórios; estabelecimento de eventos e entretenimento; parques industriais e de laboratórios de pesquisa; universidades e instituições de pesquisa públicas e privadas.

O eixo da Rodovia Dom Pedro I tem sido alvo e âncora de novos empreendimentos e principal área de investimentos da cidade. Segundo matéria jornalística¹ no período 1995-2005 foram investidos nos segmentos comercial e residencial do eixo Dom Pedro cerca de R\$2,5 bilhões. Juntando-se a estes mais outros R\$2,53 bilhões que foram investidos no segmento industrial no período 1998-2005, o total aproximado de investimentos feitos no período na área ancorada no eixo Dom Pedro superou R\$ 5 bilhões, ou seja, cerca de 40% do total de investimentos no período em Campinas destinados a implantação, ampliação ou modernização nos segmentos residencial, comercial, industrial e de serviços. Investimentos privados que sempre requerem e são acompanhados por investimentos públicos indispensáveis ao seu funcionamento: adequação da malha viária, das infraestruturas e equipamentos urbanos e do arcabouço regulatório e normativo. Urbanização seletiva e concentrada geradora de um sistema dual na cidade ao conformar dois subsistemas interdependentes e complementares, mas também antagônicos e concorrentes.

A ascensão do comércio e consumo de tipos modernos pós anos 1970, sobretudo através da sedutora psicoesfera inscrita nas novas materialidades mediante o *efeito demonstração* (Santos, 2004), ao desembarcar na urbanização brasileira se concretiza em Campinas com modernizações que a partir dos anos 1980 criaram circuitos de comércio e o surgimento simultâneo de *shoppings* e de *camelôs*. O primeiro *shopping center* no Brasil (Iguatemi) foi inaugurado em 1966 na cidade de São Paulo. Na década de 1970 sete novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir dos anos 1980 que ocorreu o grande crescimento do número de shoppings no país². O primeiro inaugurado em Campinas também foi do grupo Iguatemi em 1980 (o primeiro fora de capitais estaduais). Já o termo *camelô* se difunde no Brasil a partir da década de 1970, a palavra provém do verbo *cameloter* e de *camelot* (1821) que em francês se remete a *vendedor ambulante de coisas de*

¹ Jornal *Correio Popular*, “D. Pedro atrai recursos de R\$ 2,5 bi”, Caderno *Economia*, p.B9. Campinas: 11 de setembro de 2005.

² No Brasil, os 412 shoppings vinculados à Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca) respondem por 18,3% do total de vendas do varejo nacional, segundo site institucional: www.portaldoshopping.com.br (acessado em 16 de maio de 2011).

pouco valor, muitas vezes substituída no Brasil por *marreteiro*³. Em Campinas é a partir de meados dos anos 1980, intensificado nos anos 1990, que surgem na área central os primeiros aglomerados de camelôs (Ribeiro, 2005).

Historicamente o Centro de Campinas concentrou as atividades de comércio, destacando-se a Rua 13 de Maio aberta em 1825. Principal referência do comércio varejista *de* rua (lojas) e *na* rua (ambulantes, carroleiros, paredeiros e camelôs), contudo, no decorrer das três últimas décadas tem se acentuado um processo de diversificação, desconcentração e dispersão em direção aos bairros e áreas mais periféricas em relação ao centro histórico da cidade. No ano de 2000 o comércio do Centro representava 56% do faturamento total em vendas à frente dos 44% dos shoppings, sendo que em 2005 se verificou pela primeira vez uma inversão nessa participação: o comércio de *shopping* representando 52% ante o recuo para 48% do Centro (Acic, 2005). Neste período também houve uma expansão da participação das redes de franquia respondendo por 7,5% do faturamento de toda a movimentação do comércio⁴. No processo de desconcentração dos estabelecimentos comerciais de Campinas, destaca-se também a disseminação nos bairros mais afastados de pequenas galerias comerciais, *shoppings de vizinhança* (tipo *malls*) e também do comércio *na* rua (ambulantes, paredeiros e camelôs).

Apesar das novas reestruturações do comércio em Campinas, a região central do município ainda mantém sua pujança quantitativa e diversidade de pontos-de-venda. Segundo Ribeiro (2005) a Rua 13 de Maio abriga em torno de 300 lojas, o Centro como um todo abarca cerca de 2,9 mil estabelecimentos comerciais e o Cambuí, bairro residencial adjacente ao Centro e que tem apresentado uma expansão acelerada de estabelecimentos comerciais, já apresenta 700 pontos que atuam como comércio. Portanto, distingui-se um conjunto bem diferenciado de tipos de comércio derivado do processo de tensão entre: a força da *inércia dinâmica* dos mercados das áreas mais antigas e centrais de Campinas que agem como força polarizadora enquanto *rugosidade espacial* (Santos, 1999a) e lugar por excelência do *comércio de tipo aglomerado de rua e na rua*; e a polarização exercida pelos *comércios de eixo* instalados nas áreas das grandes vias de circulação.

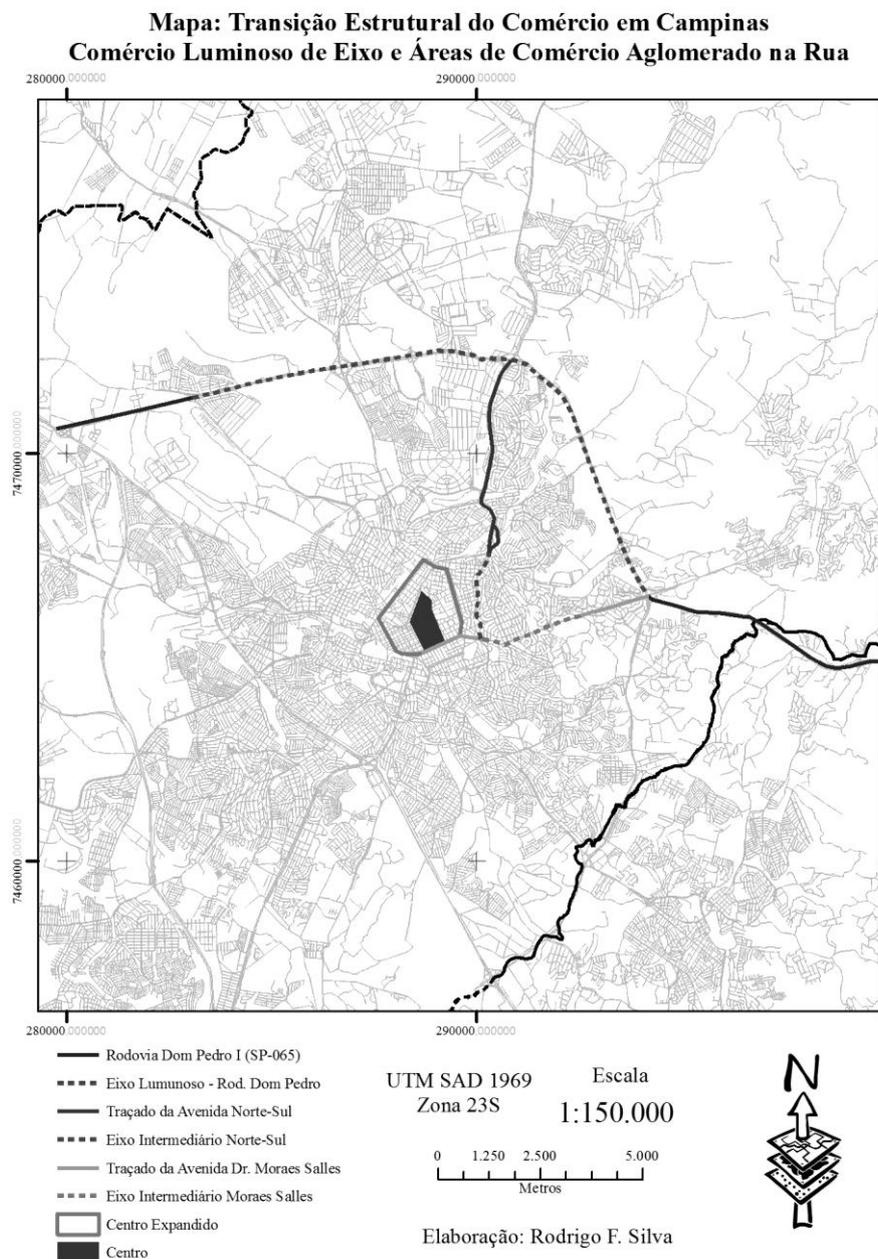
Nesse quadro de tensões polarizadoras, destacam-se dois traçados que ao concentrarem atividades e um tipo de comércio que em parte se assemelham ao comércio de eixo e em parte ao varejista de rua constituem *eixos intermediários*. Destacando-se aqui, mas não limitados somente a

³ Segundo Houaiss (2004), o primeiro registro da palavra *camelot* no Brasil data de 1917 numa publicação da *Revista Careta* (nº485 06/10), já o uso do termo *camelô* data de 1975.

⁴ *Jornal Correio Popular*, Caderno *Economia*: edição especial “Cadernos Temáticos – Rumo ao Futuro”. Campinas: 14 de julho de 2005.



esses, as concentrações associadas a traçados viários que conectam o Centro de Campinas ao eixo luminoso da Rodovia Dom Pedro I: a Avenida Doutor Moraes Sales e a Avenida José de Souza Campos (ou Avenida Norte-Sul). A primeira (Av. Dr. Moraes Salles) congrega atividades mais híbridas segundo o extremo considerado: quanto mais próxima ao Centro maior a presença do comércio lojista de rua e do comércio na rua (ambulantes); ao passo que quanto mais próxima ao eixo Dom Pedro mais presentes estão os tipos de comércio e os elementos do circuito superior. Já a segunda, a Av. Norte-Sul, em toda a sua extensão é notadamente mais marcada por atividades mais próximas ao circuito superior e um comércio varejista de tipo mais moderno. Topologia mais visível conforme Mapa a seguir.



Assinala-se que essa *transição estrutural* e a conformação de *eixos intermediários* em Campinas não se limitam aos aqui representados, pois verifica-se a formação de outros eixos polarizadores a partir do acolhimento de modernizações e, concomitantemente, de outras áreas de comércios do tipo aglomerado na rua. Desse modo, as áreas centrais marcadas pelos comércios de rua e na rua, os eixos intermediários e o eixo luminoso aqui recortados e representados são apenas uma situação analítica que permite compreender a lógica do processo pelo qual Campinas tem sido modernizada e atualizada em sua totalidade. Uma cisão que possibilita a compreensão da gênese dos usos e circuitos de comércio da economia urbana dual numa cidade fragmentada e desigualmente modernizada.

4 COMÉRCIO LUMINOSO DE EIXO: A RODOVIA DOM PEDRO I COMO EIXO LUMINOSO

Podemos associar às densidades técnica, científica e informacional presentes na Rodovia Dom Pedro I que faz de seu traçado que cruza Campinas um *espaço luminoso*, uma atividade comercial também *luminosa*. Logo, um *comércio luminoso de eixo* de tipo moderno porque associado a um *espaço do circuito superior da economia urbana*. No eixo Dom Pedro I situam-se três (Shopping Center Iguatemi; Galleria Shopping e; Parque Dom Pedro Shopping) dos seis principais shoppings da cidade⁵ e diversos outros estabelecimentos comerciais de cadeias e redes atacadistas que caracterizados por estruturas comerciais mais recentes e de tipo concentradas conformam um *comércio luminoso de eixo*. No que diz respeito ao *comércio varejista de eixo*, assinala-se que apenas os três *shoppings* presentes no eixo Dom Pedro sediam cerca de 782 lojas.

No segmento comercial ancorado no eixo da Rodovia Dom Pedro I também se encontram *home centers* e atacadistas. Destacando-se os pioneiros na conformação do chamado *Pólo Atacadista*: Makro (desde 1987) e as Centrais Gerais de Abastecimento Hortifrutigranjeiro (Ceasa-Campinas, desde 1975). Além destes o eixo Dom Pedro também sedia unidades das redes atacadistas Vila Nova (do grupo Tenda) e Atacadão, presença dos *home centers* C&C Casa & Construção e o Telhanorte Campinas. Além de agências e lojas de peças para veículos e caminhões,

⁵ Os 6 shoppings de Campinas apresentam um total de aproximadamente 1.048 lojas comerciais: Parque Dom Pedro Shopping (387); Shopping Center Iguatemi (281); Campinas Shopping (168); Galleria Shopping (114); Unimart Shopping (61); e Shopping Jaraguá Conceição (37).



lojas de piscinas, máquinas e implementos agrícolas, manutenção e equipamento elétrico. Destaca-se também a presença de grandes estabelecimentos de cadeias varejistas: Leroy Merlin; Dico Homecenter da Construção junto ao Hipermercado Carrefour e; Decathlon Megastore do Esporte.

Desse modo, o eixo Dom Pedro I constitui um subespaço em Campinas no qual atua e se distribui um circuito varejista superior, um comércio de tipo moderno. Uma das principais características deste circuito é o uso capital-intensivo em estabelecimentos marcados por altos investimentos em sua implantação e operacionalização. O crédito neste circuito é de tipo bancário, burocrático e conectado aos serviços de operadoras financeiras (Visa, Master Card, Rede Shop e outras). Embora essa financeirização também esteja presente por meio das máquinas de cartões em atividades de camelôs e mesmo de ambulantes, contudo, dependendo da rede ou cadeia da qual o estabelecimento faça parte, pode-se encontrar linhas de financiamento e parcelamento oferecidos pela própria loja. É o caso dos cartões e carnês oferecidos pelas próprias cadeias de lojas como Casas Bahia, C&A, Pernambucanas, Mariza, alguns supermercados ou o cartão Hot Card das lojas Hot Point.

Destacam-se também as parcerias de estabelecimentos comerciais com alguma instituição bancária, como frequentemente ocorre nas agências imobiliárias e concessionárias de veículos nas quais se verificam práticas em que vendedores ou os estabelecimentos auferem bônus, gratificações e incentivos da instituição bancária conforme fechem vendas atreladas a financiamento bancário pela respectiva instituição. Também é notório o processo pelo qual grandes redes de estabelecimentos comerciais vêm ofertando, além de seus artigos e produtos, serviços originalmente ofertados por bancos, como é o caso de crédito pessoal direto. Se grandes lojas como Americanas, Colombo, C&A, Riachuelo, Ponto Frio e Magazine Luiza, até recentemente financiavam apenas a compra de mercadorias do próprio estabelecimento, também passaram a oferecer aos consumidores linhas e créditos pessoais.

A produção e comércio ligados ao circuito superior são caracterizados pelo grande volume de mercadorias ou serviços, embora também por vezes possa ser pequena como é o caso de artigos de luxo, butique, moda e atendimento personalizado. De modo geral, a relação com clientes e usuários no circuito varejista superior é marcada pela impessoalidade, burocracia e gerência científica, popularmente denominada *fio da navalha* em oposição a relações mais amistosas, de confiança e contextualizadas presentes nos pequenos comércios e serviços, popularmente chamadas *fio do bigode*.

No circuito superior, embora a massa de ocupações seja predominantemente de assalariados, o nível de pessoal empregado (direta ou indiretamente) é baixo se considerada a relação entre o volume e o valor da produção ou do capital movimentado. No comércio varejista isso se torna claro ao se comparar a participação dos estabelecimentos no volume movimentado pelo segmento em Campinas: em 2005 pela primeira vez o comércio varejista sediado em *shopping* (aproximadamente 1.048 estabelecimentos) superou a participação do comércio sediado no Centro com cerca de 2.900 estabelecimentos (Acic, 2005).

Característico do circuito superior (Santos, 2004) é o baixo rendimento ou ganho por unidade, o que é compensado pelo enorme volume mobilizado. Os lucros são planejados a longo prazo no quadro de acumulação de capital, tanto para garantia de continuidade das atividades quanto para a aplicação em inovação e publicidade. Daí grandes redes do circuito varejista superior poderem praticar *queima de mercadoria* ou *de estoque*, um subterfúgio garantido pela quantidade em estoque capaz de ser mobilizada que funciona como um *chamariz* que atrai clientela que acaba por comprar algum outro produto. Assinala-se também o maior poder de negociação do comércio de circuito superior junto a fornecedores em função da quantidade adquirida pela rede no seu conjunto: *compra de linha de produção*, compra garantida de uma produção ou parte desta por um determinado período; ou ainda a compra de baús (cargas de vários caminhões) e containeres *fechados*.

A publicidade é um elemento-chave neste circuito, trata-se de um instrumento metódico de modificação, indução e modelamento de gostos e de perfis da demanda. Como se nota nas propagandas frequentes, massivas e contínuas das grandes redes de lojas, as propagandas institucionais, sobretudo de shoppings e demais formas de atividades concentradas, habitualmente veiculadas por encartes, matérias pagas ou especiais nos meios de comunicação de massa.

Os custos fixos do circuito superior (manutenção e operacionalização) são bem elevados conforme o tamanho da empresa e o ramo de atuação, portanto têm um grande peso no orçamento do estabelecimento: *royalties*, rotatividade de estoques, propaganda, aluguéis ou taxas de condomínios comerciais, estacionamento, associações, taxas recolhidas pelas operadoras financeiras, reestruturação contínua de suas disposições internas ou fachadas e vitrines.

Por fim, um elemento marcante do circuito superior é o apoio direto ou indireto do Estado: incentivos fiscais, linhas de crédito e financiamento, concessão de licenças e alvarás, doação de terrenos, marcos legislativos e regulatórios, criação de agências e autarquias, equipamento urbano,



zoneamentos e loteamentos de tipos *especiais*, programas de *revitalização*, melhorias de acesso e do sistema viário.

5 COMÉRCIO AGLOMERADO NA RUA: CARRIOLEIROS, PAREDEIROS, AMBULANTES E CAMELÔS

Os aglomerados de bancas de camelôs estacionadas e um grande número de ambulantes, fruteiros, carrioleiros e paredeiros, não apenas pelos bairros e periferias de Campinas, mas, sobretudo, nas áreas centrais da cidade se devem a dois fatores correlacionados: os nós de articulação de transportes presentes; e as atividades de comunicação e contato mais densas nessas áreas. Nós de articulação de vias de pedestres e de terminais de transportes coletivos característicos da hierarquização da distribuição e movimento populacionais na região Metropolitana de Campinas segundo os locais de moradia, trabalho e consumo.

As distinções entre esses tipos de comércio na rua se devem aos *fixos* e *fluxos* aos quais pertencem e nos quais se inserem. A atualidade dos camelôs é sua maior *fixidez*, quando em aglomerações de tipo camelódromos, bem como a fluidez à qual se vinculam também aponta para algo novo, tanto no que diz respeito aos tipos de produtos predominantemente comercializados quanto aos tipos de populações que a eles se ligam pelo consumo. A população consumidora deste circuito, que era predominantemente de baixa renda e apresentando consumo esporádico e ocasional da classe média, vem apresentando mudanças a partir da maior frequência e participação das classes médias, sobretudo, do consumo em bancas de camelôs.

A difusão do termo *camelô* nas últimas décadas se deve à necessária distinção por parte da população, agentes, instituições e poderes públicos frente a um novo e mais recente tipo de ambulante⁶. Os camelôs se diferem tanto dos *ambulantes*, *itinerantes* e *mascates* de outras épocas quanto das modalidades atuais de ambulantes. Mas todos estes tipos de comércio compartilham elementos associados ao *circuito inferior da economia urbana* (Santos, 2004).

Estudo encomendado pela Prefeitura Municipal de Campinas (PMC, 2001) ao Centro de Estudos Sindicais e Economia do Trabalho (Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas) contabilizou 544 camelôs no Centro da cidade no ano de 2001. Segundo esta pesquisa o

⁶ É provável que a difusão do termo *ambulante* se deva aos poderes públicos que historicamente resguardaram tal denominação em matéria legislativa para a permissão de atividade na rua reservadas preferencialmente a deficientes físicos, idosos, menores, escravos e estrangeiros.

tipo de produto comercializado por 90% das bancas era: 49% de objetos e aparelhos para uso doméstico; 16% presentes e brinquedos; 8% alimentos; 6% calçados e artigos de couro; 6% confecções e armarinho; 5% doces e guloseimas; e 10% outros artigos. Em levantamento realizado (Ribeiro, 2005) nos cinco principais camelódromos da área central de Campinas (Terminal Central; Rua Benedito Cavalcante Pinto; entorno do Terminal Mercado; Rua Dr. Jayme Pereira de Ulhoa Cintra; e Rua Álvares Machado), auferiu-se aproximadamente 750 bancas de camelôs. Os produtos e serviços identificados foram: CDs, DVDs, jogos de computador, eletroeletrônicos (televisores, aparelhos de som e de DVD), games, ervas medicinais, relógios, bebidas, alimentos, cigarros, cosméticos, perfumes, calçados, roupas, artigos para casa e miudezas em geral, prestação de serviços (cabeleireiros e confecção de currículos), brinquedos, frutas, legumes e verduras. Segundo esta pesquisa o comércio dos camelôs da área central concentrava-se em: 60% eletrodomésticos, 20% imagem e som e 20% calçados e roupas; ao passo que o comércio de camelôs nos bairros e periferias do município era 70% de móveis e 30% de roupas e calçados.

O comércio varejista do circuito inferior surge como alternativa em função da experiência e da qualificação não serem exigências fundamentais, bem como da necessidade de pouco capital para ingresso nessas atividades, podendo o indivíduo apelar para o crédito (em dinheiro ou em produtos) pessoal e direto (amigos e parentes). Os camelôs, assim como os ambulantes, caracterizam-se pelo trabalho-intensivo face o volume de mercadorias e serviços mobilizados e compõem-se majoritariamente por migrantes. Em Campinas, segundo estudo da PMC (2001), apenas 11,5% dos camelôs eram naturais de Campinas e 87% residiam no próprio município, ao passo que 8% residiam em Hortolândia, 7% em Sumaré e 2% em Monte Mor.

Suas atividades têm um acentuado caráter de *criatividade* como se verifica nas estratégias associativas dos mesmos, na maneira pela qual se promovem ao disporem suas instalações, mostruários e artigos, além das táticas de desvio das normas necessárias para subsistir. Os custos fixos para operação e manutenção das bancas são menores, por vezes inexistentes no caso dos ambulantes e dos paredeiros, em relação às atividades de lojas e, sobretudo, daquelas do comércio de eixo. As obrigações de pagamentos frequentes com vencimentos de curto prazo junto a fornecedores resulta numa busca desenfreada por liquidez, pois os estoques geralmente são mínimos e alta é a rotatividade das mercadorias. O lucro por unidade é maior, já que o volume mobilizado é baixo, bem como mais numerosa é a presença de intermediários (*atravessadores*) entre fornecedor e consumidor final. A enorme população envolvida no *fracionamento da mercadoria* é um dos principais elementos que explicam a sobrevivência e a continuidade do



trabalho de grande parte da população (Santos, 2004). A relação com a clientela é pessoal, direta e marcada pelas práticas de *regatear*, *barganhar* e *pechinchar*. A publicidade é desnecessária, já que se beneficia tanto da publicidade do circuito superior quanto da chamada propaganda *boca-a-boca*.

O sistema financeiro se vincula a esse circuito de forma direta através das redes operadoras de cartões de débito e crédito e, indiretamente, através do crédito pessoal ofertado à população. Por isso Santos (2004) assinalou os bancos como um dos elementos de conexão entre os dois circuitos da economia urbana ao unificar os diversos níveis de mais-valia e coletar a poupança da população pobre ao inseri-la no universo do consumo diversificado. Outro elo entre os circuitos são os atacadistas, o que se evidencia pela forte dependência do circuito varejista inferior em relação a centros atacadistas. Segundo PMC (2001), 47% dos camelôs do centro de Campinas declararam que se abastecem em redes do *comércio informal*, 40% em centros atacadistas e 13% de pequenos comerciantes ou produção própria. Em trabalho de campo realizado no Centro de Campinas (Ribeiro, 2005) muitos camelôs, ambulantes e paredeiros informaram que se abastecem nos camelódromos da capital paulista e com atravessadores vindos do Paraguai.

Além de não contar com o apoio do Estado e dos poderes públicos, por vezes são mesmo perseguidos ou têm suas atividades dificultadas, como principalmente é o caso de grande parte do comércio de ambulantes, carroleiros e paredeiros. Exceção por vezes verificada no caso dos camelôs como, por exemplo, o projeto *Centro Popular de Compras* da Prefeitura Municipal de Campinas (Lei nº 11.555/2003) que em 2004 previu investimentos públicos da ordem de R\$ 300 mil para infraestruturas nos novos camelódromos (Ribeiro, 2005). Nesta pesquisa também foram colhidos depoimentos de diversos tipos de comércio aglomerado na rua que afirmaram pagar algum tipo de *propina* a agentes dos poderes públicos municipais para poderem exercer suas atividades de comércio sem serem incomodados.

Destaca-se que levantamentos acerca da quantidade de camelôs e ambulantes enfrentam alguns obstáculos em termos de precisão devido a aspectos estratégicos: (i) receio e cuidado das populações marginalizadas de se protegerem de decisões e ações de represália, apreensões e expulsões; (ii) preocupação das autoridades em minimizar a imagem do desemprego e da precariedade das condições de trabalho; (iii) agentes e associações antagonistas ou não que ora subestimam e ora superestimam suas projeções e discursos segundo intencionalidades políticas e as circunstâncias e finalidades de determinada conjuntura. Raffestin (1993) apontou os *recenseamentos* de populações e materialidades, tornadas assim *recursos*, como *trunfos do poder*. Logo, os censos e declarações evidenciam tanto as hegemonias quanto as resistências. Portanto, ao

tratar-se de mecanismos de poder, a negação a se deixar recensear constitui um instrumento político estratégico de resistência. Assim como as maneiras e formas de recensear, declarar e divulgar também constituem mecanismos de hegemonia praticados pelos diversos e desiguais atores.

O Quadro a seguir é ilustrativo das declarações e números controversos que torna possível situar, em termos estatísticos, as relações entre os agentes e suas declarações. Apesar das discrepâncias e não consensos acerca dos números e declarações, nota-se a politização da problemática do comércio ambulante e, sobretudo, um aumento significativo no número dos mesmos em Campinas no período 2001-2010 (independentemente da fonte consultada).

Quadro: Estatísticas e Declarações Controversas 2001-2010				
Período	2001	2004	2005	2010
Atores				
Cesit (2001)	544 camelôs no centro			
Cooperativa de Assistentes Sociais da PMC		1.019 pontos de comércio informal no centro (<i>Correio Popular</i> , 29/02/04)		
Associação Comercial e Industrial de Campinas (ACIC)			1.150 camelôs e ambulantes no centro e 950 nos bairros (<i>Diário do Comércio</i> , 04/04/05) 1.300 camelôs no centro e 700 camelôs nos bairros (<i>Correio Popular</i> , 10/08/05)	
Sindicato dos Trabalhadores na Economia Informal de Campinas		1.200 camelôs (<i>Correio Popular</i> , 02/03/04) 1.800 camelôs (<i>Correio Popular</i> , 09/12/04)	600 camelôs (<i>Diário do Comércio</i> , 04/04/05)	
Agência Anhanguera de Notícias - RAC (Grupo do Jornal Correio Popular)		750 bancas de camelôs (<i>Correio Popular</i> , 29/02/04)	1.019 camelôs (<i>Correio Popular</i> , 04/08/05) 2.000 camelôs, apenas 900 cadastrados (<i>Correio Popular</i> , 27/10/05)	4.000 camelôs segundo sindicatos e 500 cadastrados segundo PMC (<i>Correio Popular</i> , 03/07/10)
Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL)			1.300 ambulantes no centro e 700 nos bairros (<i>Correio Popular</i> , 04/08/05)	
Serviços Técnicos Gerais (Setec)			600 camelôs (<i>Correio Popular</i> , 04/08/05)	
Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Campinas			900 ambulantes cadastrados atuam na cidade (<i>Correio Popular</i> , 10/08/05)	

Assessoria de Imprensa da Câmara Municipal de Campinas				1.200 ambulantes e camelôs no centro
Fonte: elaboração própria a partir de dados Cesit (2001), Ribeiro (2005) e mapeamento de declarações nos jornais <i>Correio Popular</i> de Campinas e <i>Diário do Comércio</i> (expediente da Acic) no período 2001-2010.				

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A urbanização brasileira caracterizada por modernizações seletivas e concentradas (Santos, 1990; 1993) é a gênese de dois subsistemas de fluxos dependentes, hierarquizados e antagônicos: um superior, diretamente criado pelas modernizações e; outro inferior, subordinado e induzido pelas modernizações (Santos, 2004). A concreção desta urbanização foi aqui analisada a partir das atividades de comércio na cidade de Campinas-SP marcada pela multiplicação concomitante após a década de 1980 de centros comerciais de tipo concentrado (*shopping, home centers, supermercados e atacadistas*) e do comércio de tipo ambulante (*cariroleiros, fruteiros, paredeiros e camelôs*). Enquanto os de primeiro tipo se remetem ao *circuito superior da economia urbana*, aqui conceituado *comércio luminoso de eixo*, já os de segundo tipo são expressões do *circuito inferior*, aqui conceituado como *comércio aglomerado na rua*. Expressões de um único e mesmo sistema urbano, mas que é dual, embora não dualista, porque gerador de uma cidade cindida e fragmentada: marcada pela tensão, conflito e disputa permanentes pelos usos da cidade por diferentes tipos de comércio.

Tensão permanente entre, de um lado, *circuitos domesticados* pela globalização hegemônica produtora de espaços alienados e, de outro, *circuitos da domesticidade* cujas ações criadoras e orgânicas se contrapõem à produção desses espaços alienados (Cataia, 2008). Trata-se de um *espaço dividido*, mas também *compartilhado*, sendo que *o entendimento dessa constituição e dessa condição do espaço banal contemporâneo é um caminho para uma nova política, talvez de essência libertária* (Silveira, 2011, p.49).

As modernizações seletivas ao desencadear migrações e fluxos concentrados de empresas, atividades e populações fazem das cidades um paradoxo definido como o lugar da coexistência e da liberdade, mas também, em função de seu artifício técnico, da vigilância. Desse modo, para Souza (1997), as cidades brasileiras contemporâneas, sobretudo as metropolitanas, apresentam-se como o lugar das possibilidades tanto técnicas quanto afetivas.

A cidade gera um processo, um grau de liberdade incompatível com o nível de manipulação que a sociedade industrial e informacional contemporânea precisam para sobreviver [...] Mas a cidade não produz apenas liberdade. Ela instaura redes de ação e de resistência contra a falta de liberdade, contra a desigualdade [...] e, são exatamente essas redes que colocam em xeque todos os mecanismos de rigidez das hierarquias sociais, os processos de manipulação cultural, gerando fantásticos processos de solidariedade, de igualdade, de fraternidade, de convivialidade (Souza, 1997, p.4).

Portanto, a cidade é a condição espacial para a geração de formas originais da sociedade civil, realizando valores e produzindo inteligências. Por isso reconstruir a *urbanidade* significa assumir a cidade como o porto das esperanças e dos projetos, o lugar da diversidade, da complexidade e da coexistência: fundamentos estes do saber e da liberdade (Souza, 1997). O *comércio na rua* (ambulantes, paredeiros, carroleiros, fruteiros e camelôs) insere-se assim como uma pauta da política de *direito à cidade* (Lefebvre, 1991), alargando o conjunto dos direitos urbanos mais comumente reconhecidos e exigidos.

Logo, como sugere Ribeiro (2004), trata-se da necessária inclusão do *direito à originalidade e ao efetivo encontro de formas autônomas de vida: uma reinvenção tanto da democracia quanto do mercado*. Devendo-se gestar práticas sociais fundamentadas tanto na garantia da *circulação* quanto da *permanência* nos espaços públicos como aspectos fundamentais do direito à cidade *frente à crise do trabalho, ao aumento da exclusão social e à difusão de ideários de segurança que ampliam a segregação sócio-espacial e cultural*.

Torna-se necessário, assim, o resgate e a valorização dos laços *históricos entre comércio e sociabilidade para além da versão hegemônica de mercado* (Ribeiro 2005a). A construção e real afirmação de mediações supõem a cidade como um *fato total*: valorizando a vida espontânea dos lugares e do espaço banal, fomentando o desabrochar de formas urbanas originais e inclusivas. Por isso Ribeiro (2004) sugere a urgente tarefa em revisar rigorosamente a categoria *mercado* sob os princípios da *solidariedade*, da *sociabilidade* e da *sabedoria* através de mediações e negociações inteligentes e efetivamente criadoras de condições necessárias e essenciais à vida coletiva.

Daí a importância da valorização das diversas formas e tipos de comércio, sobretudo, daqueles vinculados ao circuito inferior da economia urbana – aqui denominados comércio aglomerado na rua – como expressões de um *comércio territorialmente necessário*. Valorização dos comércios do circuito inferior para além do aspecto unicamente econômico, mas também enquanto sociabilidade, cultura e relações orgânicas e domésticas do território. Portanto, trata-se de um esforço de mensurar e captar a importância e valor geográficos dessas formas de comércio. Qual a



riqueza desses comércios do circuito inferior? Afinal, *pechincha* não é apenas economia e desconto, é sociabilidade, cultura e conversação.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACIC, Associação Comercial e Industrial de Campinas. **Relatório Econômico / 2004**. Campinas-SP: Departamento de Economia da ACIC, 2005.

ARROYO, Maria Mónica. **Território, Mercado e Estado: Uma Convergência Histórica**. In GEOgraphia, Ano 6, N° 12, pp.49-66, 2004.

ARROYO, Maria Mónica. A economia invisível dos pequenos. In: **Le Monde Diplomatique Brasil**, p. 30-31, outubro de 2008.

BACKHEUSER, Everardo. **Comércio Ambulante e Ocupações de Rua no Rio de Janeiro**. In: Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro, Ano VI, n° 1, p.3-34, Jan/Mar de 1944.

BRAUDEL, Fernand. **A dinâmica do capitalismo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

CATAIA, Márcio. Crise nas cidades: alienações e resistências. In: Maria Adélia Aparecida de Souza. (Org.). **A Metrópole e o futuro: refletindo sobre Campinas**. Campinas: Edições Territorial, 2008, v. 1, p. 347-356.

GEORGE, Pierre. **Populações Ativas**. Editora Difel: São Paulo - Rio de Janeiro, 1979.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. – Rio de Janeiro: Objetiva (2001), 2004.



LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Ed. Moraes, 1991.

MELHORAMENTOS. **Dicionário Melhoramentos da Língua Portuguesa**. Companhia Melhoramentos de São Paulo, Indústria e Papel. Melhoramentos: São Paulo, 2ª ed., 1977.

PMC, Prefeitura Municipal de Campinas. **Trabalhadores do Comércio Ambulante de Campinas – diagnóstico sobre as condições de trabalho**. PMC; Serviços Técnicos Gerais de Campinas; Centro de Estudos Sindicais e Economia do Trabalho do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas. Coord: Prof. Dr. Márcio Pochmann. Campinas: 2001.

POLANYI, Karl, (1944). **A grande transformação: as origens de nossa época**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000, 2ª ed. – 10ª reimpressão.

RAFFESTIN, Claude, (1980). **Por uma Geografia do Poder**. Paris, Editora Ática, 1993.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. **Oriente negado: cultura, mercado e lugar**. In Cadernos PPG-AU/FAUFBA, Vol. 3, Edição Especial, 2004, p.97-107.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. Território usado e humanismo concreto: o mercado socialmente necessário. In: SILVA, C. A. da; BERNARDES, J. A.; ARRUIZZO, R. C.; RIBEIRO, A. C. T. (org.), **Formas em crise: utopias necessárias**. Rio de Janeiro: Arquimedes, 2005a, p.93-111.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. Dimensiones culturales de la ilegalidad. In: PATIÑO, Análida Rincón (Org.). **Espacios Urbanos no con-sentidos. Legalidad e ilegalidad en la producción de ciudad. Colombia y Brasil**. Medellín: Escuela de Planeación Urbano-Regional da UNC-Medellín, Área Metropolitana del Valle de Aburrá; Alcad, 2005b, p.21-38.



RIBEIRO, Ana Clara Torres; ELIAS, Roseli. **A Luta pelo Lugar - os camelôs no centro do Rio de Janeiro**. In Cadernos do CEAS, Salvador-BA, v. 1, n. 103, p.64-73, 1986.

RIBEIRO, Luis Henrique Leandro. **O Comércio na Cidade de Campinas: Os Casos do Centro e do Eixo Dom Pedro I**. Campinas: Instituto de Geociências da Universidade Estadual de Campinas, 2005. 139p. (Monografia de Conclusão de Curso).

SANTOS, Milton. **Desenvolvimento Econômico e Urbanização em Países Subdesenvolvidos: Os Dois Sistemas de Fluxo da Economia Urbana e suas Implicações Espaciais**. In Boletim Paulista de Geografia, Associação dos Geógrafos Brasileiros – AGB / São Paulo. São Paulo, n.53, p.35-59, fevereiro de 1977.

SANTOS, Milton. **Metrópole corporativa e fragmentada: o caso de São Paulo**. São Paulo: Nobel, 1990.

SANTOS, Milton. **A Urbanização Brasileira**. São Paulo: Editora Hucitec, 1993.

SANTOS, Milton, (1996). **A natureza do espaço: técnica e tempo – razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 3ª edição, 1999a.

SANTOS, Milton. **O Território e o Saber Local: algumas categorias de análise**. In Cadernos IPPUR, Rio de Janeiro: UFRJ, Ano XII, n.2, p.15-25, 1999b.

SANTOS, Milton. **O Espaço Dividido: Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Nobel, 2ª ed. 2004.

SILVEIRA, Maria Laura. Economia política e ordem espacial: circuitos da economia urbana. In: Catia Antonia da Silva (org.). **Território e ação social: sentidos da apropriação urbana**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2011, p. 35-51.



SOUZA, Maria Adélia A. de. **Cidade: Lugar e Geografia da Existência**. In Texto de Conferência – 5º Simpósio Nacional de Geografia Urbana. Salvador: 21-24 de outubro, 1997.

SOUZA, Maria Adélia A. de. **Matriz de Periodização para Campinas**. Elaborada pelo Escritório de Planejamento (SEPLAMA – Prefeitura Municipal de Campinas), apresentada e cedida durante o 1º Encontro Internacional - A Metrópole e o Futuro: Reconhecendo e Planejando Campinas. Campinas, 25 a 27 de novembro de 2004.

