

CIDADES  
PARA  
TODOS  
E TODAS

# COPA DO MUNDO PARA TODOS

O RETRATO DOS VENDEDORES AMBULANTES  
NAS CIDADES-SEDE DA COPA DO MUNDO DE 2014







**COPA DO MUNDO PARA TODOS**



Uma publicação da  
StreetNet International

# **COPA DO MUNDO PARA TODOS**

## **O RETRATO DOS VENDEDORES AMBULANTES NAS CIDADES-SEDE DA COPA DO MUNDO DE 2014**

**Coordenadora  
de pesquisa:**  
Nora Wintour

**Pesquisadoras:**  
Emly de Andrade Costa,  
Marina Brito Pinheiro,  
Maíra Villas Bôas Vannuchi

## PUBLICAÇÃO

Projeto Gráfico, e editoração:

**Daniel Cabral**

Ilustrações:

**Daniel Cabral**

Fotografias:

**Emly de Andrade Costa,**

**Marina Brito Pinheiro**

**Maíra Villas Bôas Vannuchi**

Edição:

**Maíra Villas Bôas Vannuchi**

**Daniele Martins**

Revisão:

**Daniele Martins**



### INTERNACIONAL

1008 Salmon Grove Chambers,  
407 Anton Lembede Street,  
Durban, South Africa

P. O. Box 61139,  
Bishopsgate 4008, South Africa

Tel: +27 31 307 4038

Fax: +27 31 306 7490

Email: [stnet@iafrica.org](mailto:stnet@iafrica.org)

Website: [www.streetnet.org.za](http://www.streetnet.org.za)

### BRASIL

[streetnetbrasil.wordpress.com](http://streetnetbrasil.wordpress.com)

## STREETNET

Coordenadora de Campanhas:

**Nora Wintour**

Consultora:

**Luciana Itikawa**

Pesquisadoras:

**Emly de Andrade Costa**

**Marina Brito Pinheiro**

**Maira Villas Bôas Vannuchi**

Publicado em Abril

de 2012 por **StreetNet**

**International.**

*Trechos da publicação podem  
ser reproduzidos, desde que  
seja reconhecida a fonte  
StreetNet Internacional.*

*AGRADECEMOS  
o apoio e colaboração do  
Centro Gaspar Garcia  
de Direitos Humanos,  
A Central Única dos  
trabalhadores - CUT,  
a Central Sindical  
Internacional - CSI,  
a Sonia Dias, ao Vicente  
Gomes Macedo Neto e a  
contribuição financeira  
da Gates Foundation.*

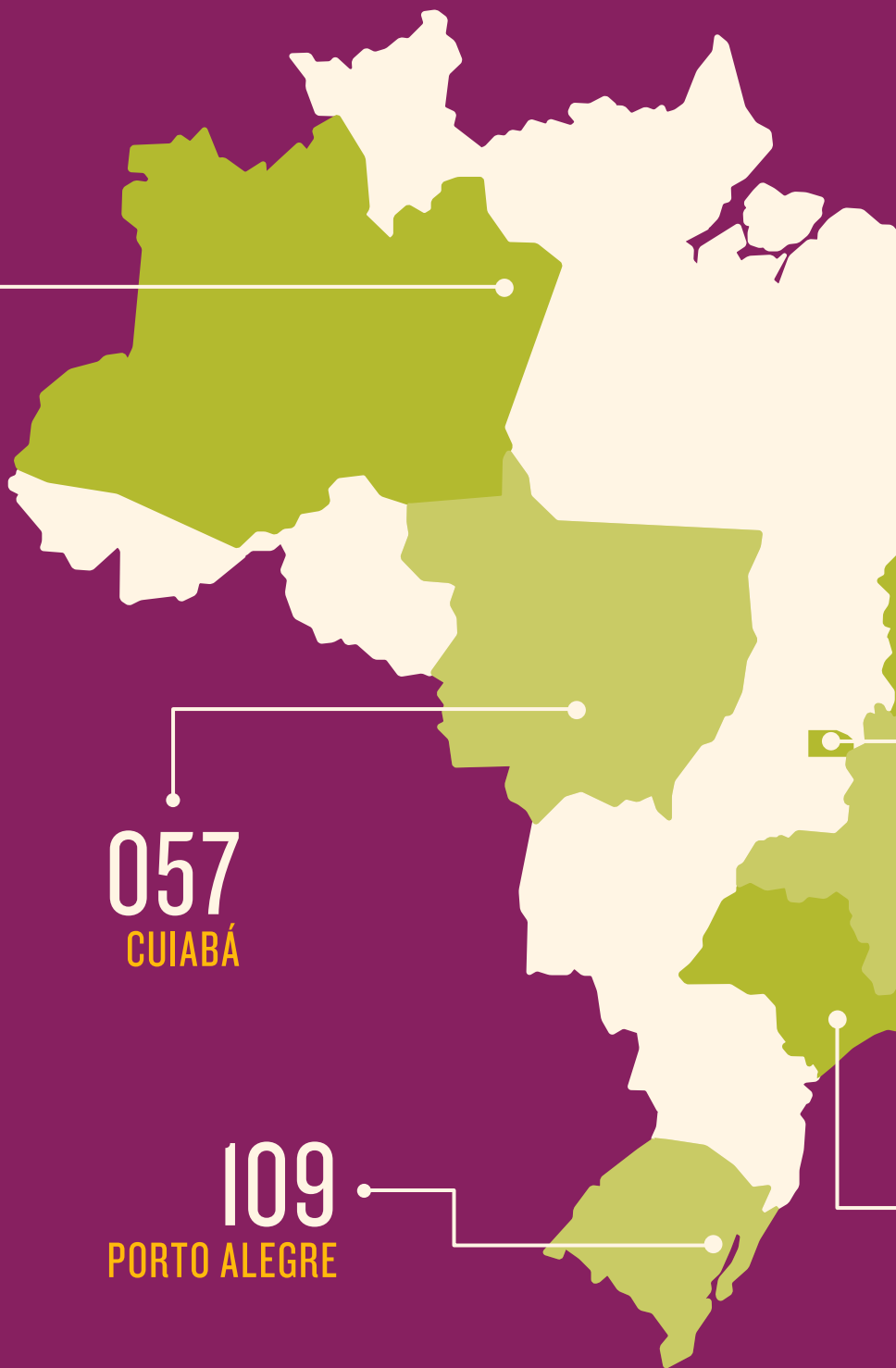
# 011

INTRODUÇÃO

083  
MANAUS

057  
CUIABÁ

109  
PORTO ALEGRE







**183**  
ANEXOS I

# INTRODUÇÃO

## O TRABALHO DA STREET NET

A StreetNet Internacional, fundada em 2002, na África do Sul, é uma aliança de organizações de vendedores informais de diversos países. Estrutura-se no formato de federação e agrega organizações fundadas nos princípios do associativismo e da organização direta dos vendedores informais, tais como sindicatos, cooperativas e associações. A organização atua na proteção e promoção dos direitos desses trabalhadores, incentiva a formação de parcerias nacionais e a consolidação de uma solidariedade local, nacional e internacional, além de desenvolver alianças com diversos atores sociais e integrar organizações de vendedores informais aos movimentos trabalhistas nacionais.

Prevendo o impacto da Copa do Mundo de 2010, ocorrida na África do Sul, na subsistência dos vendedores informais, a StreetNet Internacional lançou, em 2006, a Campanha “Cidades para Todos e Todas” (*World Class Cities for All*), a fim de instigar a conscientização mundial sobre os problemas que circundam o planejamento urbano e a organização de serviços para os megaeventos, em países em desenvolvimento. O principal objetivo foi alertar para a lógica equivocada de que as cidades sede da Copa, independentemente de terem um alto número de prioridades emergenciais, devem ser configuradas como Cidades Globais, recebendo alto investimento público em infraestrutura e no setor de serviços e beneficiando, enormemente, o capital globalizado, como se não existisse pobreza.

Na África do Sul, a campanha buscou pressionar o Comitê Local Organizador da FIFA, os governos municipais das nove cidades-sede da Copa e o governo federal para repensar a política de estabelecimento de zonas de exclusão do comércio ambulante em torno dos estádios e espaços públicos organizados para torcedores, reivindicando que, efetivamente, promovessem alternativas e oportunidades aos comerciantes informais.

No Brasil, a campanha foi lançada no início de 2011, contando com o apoio da Central Única dos Trabalhadores (CUT), da Central Sindical das Américas/Central Sindical Internacional (CSA/CSI), da Central dos Movimentos Sociais (CMS) e do Centro Gaspar Garcia de Direitos Humanos. Os principais objetivos da campanha são, até 2014, contribuir para a mobilização e organização dos vendedores informais, para o estabelecimento de redes

municipais e de fóruns de negociação nas cidades-sede dos jogos. Dessa forma, criam-se as condições para que os trabalhadores da economia informal possam se fortalecer, reivindicar suas demandas e receber um tratamento justo durante a Copa.

A campanha “Cidades para Todos e Todas” busca dar publicidade à necessidade de atender, prioritariamente, às demandas sociais locais. A estratégia principal para alcançar esse objetivo é apoiar ativamente as necessidades e os interesses dos trabalhadores que participam da economia informal, além de fomentar a organização política desses atores sociais, para que reivindiquem espaço na construção de cidades que incluam todos.

## SOBRE O ESTUDO

A primeira etapa da campanha no Brasil, da qual o presente estudo é o primeiro produto, consistiu no mapeamento de organizações representativas de vendedores informais em dez das doze cidades sede da Copa. A equipe foi composta pela coordenadora de campanhas da StreetNet, Nora Wintour, pela consultora do Centro Gaspar Garcia de Direitos Humanos, Luciana Itikawa, e por três pesquisadoras que cobriram regiões diferentes: Emly Costa, a região Norte e Nordeste (Manaus, Fortaleza e Natal); Marina Brito, a região Central (Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá e Salvador); e Maíra Villas Bôas Vannuchi, região Sul e Sudeste (São Paulo, Porto Alegre e Rio de Janeiro).

A pesquisa foi realizada entre maio e outubro de 2011, e buscou conhecer as organizações representativas desses trabalhadores, o cenário legal e a percepção do impacto da Copa até o momento, além das perspectivas para 2014, por meio da caracterização de tendências e padrões de comportamento das autoridades municipais, que foram se institucionalizando no decorrer do ano de 2011.

O presente trabalho tem como principal característica o fato de ser um documento “vivo” e em construção. O levantamento realizado tem como perspectiva a necessidade de ser continuamente complementado e aperfeiçoado para, assim, incluir organizações e reivindicações que a pesquisa de campo inicial não teve condições de abranger. Pretende-se, portanto, acompanhar o andamento das mudanças nas cidades, especialmente nas áreas centrais e de interesse.

A pesquisa teve como base um roteiro de perguntas semiestruturado, com questões que buscavam tanto informações precisas como o número, composição de gênero e a natureza da venda dos trabalhadores informais que cada organização representa, assim como questões mais amplas que permitem conhecer a realidade e o dia-a-dia do trabalho dessas representações. O trabalho de campo incluiu, também, conversas com movimentos sociais, órgãos governamentais, universidades e ONGs que, de alguma forma, se relacionam com as questões que envolvem o comércio informal.

A metodologia adotada permitiu às pesquisadoras levantar algumas discussões sobre a venda ambulante nos municípios estudados, bem como desvendar o imaginário do

vendedor informal em relação às suas principais necessidades e reivindicações; aprofundar o domínio sobre a lei e o controle da atividade; mapear as redes de parceiros existentes; além de reconhecer os possíveis impactos da Copa em cada cidade pesquisada, entre outros aspectos.

Devido às limitações de tempo e orçamento, Recife e Curitiba ficaram fora deste primeiro levantamento e serão mapeadas no decorrer de 2012. Nos municípios visitados foram priorizadas as áreas de maior atuação da categoria de vendedores informais e que apresentam maior risco de conflito na cidade.

No final de outubro de 2011, quando alguns resultados preliminares foram sistematizados pela equipe de pesquisa, a StreetNet Internacional realizou, em São Paulo, um encontro de três dias com lideranças representativas de organizações de vendedores informais de várias cidades-sede. Os dois primeiros dias foram dedicados à oficina de planejamento participativo dos próximos passos da campanha. A equipe apresentou as primeiras impressões do levantamento realizado e, através de dinâmicas de grupo, os trabalhadores indicaram convergências gerais entre as diversas organizações e apresentaram sugestões em três eixos: reivindicações em comum, e propostas de objetivos e de atividades para a campanha.

Esses resultados foram apresentados no terceiro dia ao Fórum de Planejamento da campanha “Cidades Para Todos e Todas”, em São Paulo, que reuniu diversos parceiros importantes de movimentos sociais, principalmente do movimento sindical, institutos de pesquisa, ONGs e outras organizações que assinaram uma declaração de repúdio às violações do direito ao trabalho e à violência policial verificadas em várias cidades, afirmando que a realização da Copa do Mundo não é possível sem que haja o respeito aos direitos dos vendedores informais (anexo I).

O estudo identificou aspectos que estão presentes no cotidiano da venda ambulante e que são de fundamental importância para a compreensão do universo do comércio informal. As questões encontradas são de ordem legal, política e cidadina. A legalidade e a regularidade da venda no espaço público são as questões primordiais que circundam o comércio informal. Portanto, é necessário conhecer o conjunto de leis que formam o pano de fundo de diversos problemas identificados nos municípios pesquisados.

O estudo se preocupou também em conhecer as principais reivindicações das organizações representativas desses trabalhadores e os potenciais parceiros e aliados da sociedade que possuem pontos de convergência e que somam forças à luta dos vendedores informais.

## VENDA AMBULANTE NO BRASIL

No Brasil, existem dois tipos de normas que regem a atividade do comércio ambulante:

- A primeira, ligada ao Direito Público, é um ato administrativo regido pelos princípios constitucionais da Administração Pública – a Permissão de Uso, que é a autorização municipal do exercício da atividade nos espaços públicos;

- A segunda é uma lei ligada ao Direito Tributário e Previdenciário - o cadastramento do trabalhador informal como Micro Empreendedor Individual (MEI), que combina ação fiscal com proteção social.

Foi verificado que as normas não são implementadas pelos municípios para que se configurem em políticas complementares e articuladas para os comerciantes de rua. Das cidades-sede da Copa, apenas Porto Alegre (RS) articulou as duas normas em benefício dos trabalhadores, porém, não ampliou o benefício a todos os comerciantes de rua do município.

## **A AUTORIZAÇÃO MUNICIPAL**

A primeira norma, a Permissão de Uso do Bem Público, é a permissão concedida pela maioria dos poderes executivos municipais aos trabalhadores para exercerem o comércio nos espaços públicos. No Direito Público Brasileiro existem quatro formas, entre outras, de autorização concedida ao indivíduo (particular) para utilização do bem público: a cessão, a concessão, a permissão e a autorização. Dessas quatro formas, a autorização e a permissão são atos negociais, precários, arbitrários, unilaterais, sem licitação e sem as garantias dos contratos administrativos. Na maioria dos municípios pesquisados, essas são as duas únicas formas de regulamentação do uso do espaço público atribuídas ao comércio informal de rua.

São atos negociais porque podem ser regulamentados com ou sem condições, gratuitos ou onerosos, por tempo certo ou indeterminado, mas são sempre precários porque podem ser modificados pela Administração quando o interesse público o exigir. Ao Poder Público é facultado o poder discricionário para consentir ou retirar a permissão do bem público, segundo os critérios de oportunidade e conveniência àqueles que atinjam a finalidade social.

É no aspecto unilateral da Permissão de Uso do Bem Público que residem as principais objeções dos comerciantes de rua, uma vez que eles não possuem nenhuma garantia para a continuidade de sua atividade geradora de renda e para a consolidação de seu negócio. Exemplo disso é o fato de que em muitas das cidades-sede estudadas, trabalhadores relataram a cassação das permissões de uso nos locais próximos às infraestruturas dos jogos da Copa e das áreas de maior concentração de turistas.

Nas dez cidades-sede estudadas, as Permissões de Uso do Bem Público variam em função da forma como são nomeadas, das restrições e das punições. Não obstante, as leis municipais prevêem parâmetros de punições aos trabalhadores (cassações ou revogações temporárias das permissões). Conforme a discricionariedade da Prefeitura, a candidatura das dez cidades aos jogos da Copa iniciou, em 2011, um movimento de expulsão dos trabalhadores dos locais dos jogos e das áreas onde transitarão os turistas.

A primeira versão da Lei Geral da Copa, mecanismo que estabelece legalmente condições exigidas pela FIFA (que até março de 2012 não fora aprovado na Câmara dos Deputados), determina o estabelecimento de zonas de exclusão, próximas aos chamados Locais Oficiais dos Eventos, nas quais qualquer atividade comercial não



autorizada será vetada e criminalizada. Foi verificado nas cidades estudadas que, desde o início de 2011, diversas prefeituras têm revogado unilateralmente as permissões de comerciantes de rua, principalmente dentro desses perímetros que tendem a ser espaços cedidos à FIFA durante a Copa.

A Permissão de Uso emitida pelos municípios é de natureza jurídica precária, no entanto, está sujeita ao controle externo pelo Poder Judiciário, tanto no aspecto da legalidade quanto no aspecto do mérito do ato. Nesse sentido, cabe ao Poder Judiciário julgar se a revogação da permissão de uso é ilegal e o direito do permissionário à indenização.

## **LEI FEDERAL**

A segunda norma diz respeito à convergência entre uma política de suporte ao pequeno negócio do Ministério do Trabalho e Emprego, que atrela o cadastro nacional e a contribuição tributária do trabalhador autônomo à proteção social, chamada Micro Empreendedor Individual (MEI).

A categoria Micro Empreendedor Individual foi criada pela Lei Complementar 128/08, que aprimorou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/06) para incluir trabalhadores por conta própria que constituem microunidades econômicas de até dois integrantes: o titular e o auxiliar. Com o MEI, o trabalhador tira o registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), para poder emitir nota fiscal, acessar financiamentos e participar de licitações públicas, além de garantir a cobertura previdenciária. Para isso, o Micro Empreendedor Individual deve adequar-se a alguns requisitos mínimos como ter receita bruta anual de até R\$ 36 mil (US\$ 20 mil). Ao se cadastrar como MEI, o trabalhador informal passa a ser reconhecido legalmente.

## **FALTA DE ARTICULAÇÃO ENTRE AS DUAS NORMAS**

O grande entrave nos municípios que contribui decisivamente para a precarização dos comerciantes de rua está justamente na falta de articulação entre as duas normas: a Permissão de Uso e o Micro Empreendedor Individual.

Em quase todos os municípios pesquisados, as prefeituras utilizam-se desse instrumento precário, a Permissão de Uso do Bem Público, para emitir licenças aos comerciantes de rua. No entanto, as leis municipais que estabelecem as normas para a emissão da Permissão, em sua maioria, exigem que o trabalhador seja Pessoa Física (individual) e não Pessoa Jurídica (empresa).

Existe, portanto, uma incompatibilidade do programa federal com a norma do poder municipal. Não foi difícil encontrar casos de vendedores informais que não possuíam licença municipal – seguindo orientação para se tornar Micro Empreendedor Individual. Eles não sabiam que além de não terem garantia de venda no espaço público, com o MEI estavam impossibilitados de adquirir a Permissão de Uso do Bem Público por terem deixado de ser Pessoa Física e se tornado Pessoa Jurídica.

Para que o vendedor ambulante possa se beneficiar como Micro Empreendedor Individual, as leis municipais deveriam ser modificadas, adaptando-se a essa nova categoria e permitindo a emissão da autorização de venda no espaço público para Pessoa Jurídica, o que não ocorreu nas cidades estudadas, com exceção de Porto Alegre, que atrelou a emissão de uma autorização definitiva, com maior estabilidade, ao cadastro MEI.

Ao comerciante de rua, a única alternativa para trabalhar legalmente é aceitar a licença precária, e para ter proteção social previdenciária não pode ser beneficiado com a categoria MEI, sem uma alteração na legislação municipal. O acesso à previdência social torna-se mais difícil, pois sem ser cadastrado como MEI, ao vendedor informal resta contribuir como trabalhador individual, o que equivale ao pagamento de 20% do salário base e mais impostos – e, na maioria dos casos, isso não ocorre por falta de condições financeiras e informação. Com o cadastro MEI, o trabalhador paga um imposto único para formalizar a atividade e ter direito a benefícios previdenciários, sendo o pagamento mensal máximo de 5% do salário mínimo.

Em Porto Alegre, no Shopping Popular que construíram no centro da Cidade, parte dos comerciantes é MEI. Foi estabelecido que os trabalhadores que se tornarem MEI passam a ter uma licença com maior estabilidade e com mais garantias contratuais. No entanto, grande parte dos comerciantes do Shopping Popular continua apenas com a Permissão de Uso do Bem Público, assim como os demais comerciantes de rua do Brasil.

A categoria MEI também perpassa as estratégias do movimento sindical para organizar os vendedores informais. O Ministério do Trabalho e Emprego e diversos sindicatos vêm promovendo uma larga difusão da categoria MEI como uma forma benéfica de formalização dos comerciantes informais. A formalização possibilita que as entidades representativas oficializadas se beneficiem da contribuição sindical obrigatória, prevista na legislação trabalhista brasileira, e possam assim ter sustentabilidade financeira.

No entanto, como já assinalado, embora o registro ofereça benefícios pontuais ao trabalhador, existem obstáculos legais que ameaçam a já instável regularidade do vendedor informal.

## PRINCIPAIS PROBLEMAS

O estudo identificou um conjunto de questões complexas que circundam o comércio informal nos municípios pesquisados:

- A principal dificuldade dos vendedores informais é, sem dúvida, a precariedade da autorização de uso do espaço público e a recorrente instabilidade no exercício da atividade, atrelada ao número reduzido de licenças que regulamentam as vendas. As prefeituras emitem um número de autorizações muito menor do que o número de trabalhadores do comércio informal.

- A ilegalidade fomenta a corrupção. Esquemas de pagamento de propina sustentam o comércio informal na maioria das cidades. Aqueles que não pagam a propina estão sujeitos a arbitrariedades e à violência policial.
- Os grupos mais vulneráveis, atualmente, são os vendedores de rua não licenciados para exercer a profissão, pois, em geral, não são contemplados nas políticas para a categoria e não contam com o apoio formal das próprias organizações representativas, já que poucas defendem a inserção dos que não são regularizados.
- As associações, muitas vezes, servem aos mecanismos de pagamento de propina, fazendo o trabalho de recolhimento da contribuição e fazendo a interlocução com a autoridade municipal corrupta. Esse sistema afeta diretamente o potencial de mobilização e organização dos vendedores informais, tendo em vista que a maioria dos ambulantes não acredita que a organização política possa trazer benefícios, pois está acostumada a fazer parte de um associativismo estritamente empresarial.
- Outro ponto que interfere na organização política dos ambulantes é o clientelismo político. Diversos trabalhadores relataram o fato de terem sido utilizados como massa de manobra em ano eleitoral, recebendo pequenos benefícios e, posteriormente, sendo esquecidos. Por esse motivo, a maioria não tem confiança ou expectativa de que o poder público possa melhorar a situação atual.
- O fato de as organizações de vendedores informais estarem numa espécie de limbo institucional, na esfera sindical nacional, é um enorme desafio. As organizações de ambulantes não contam com representatividade no movimento sindical formal, que não investe recursos na organização da categoria. Essa indefinição na participação do meio sindical unificado, além de contribuir para a pulverização desses trabalhadores, que não se enxergam enquanto categoria profissional unificada, aumenta a vulnerabilidade e a precariedade a que esses trabalhadores estão sujeitos.
- Seguindo a linha da falta de articulação entre a Permissão de Uso do Bem Público municipal e a categoria MEI, instituída pelo Ministério do Trabalho e Emprego, foi possível constatar que, além da incompatibilidade com a lei municipal, o MEI gera dificuldades aos comerciantes de rua em relação à organização política como vendedores informais. O enquadramento enquanto Micro Empreendedor Individual gera a individualização do trabalhador, enquanto a fragilidade legal a que estão submetidos nas

instâncias municipais requer a organização coletiva dos trabalhadores para fortalecê-los enquanto categoria profissional com interesses em comum.

- Nessa perspectiva, o MEI lida com o trabalhador informal enquanto empresário, mas a situação de vulnerabilidade social que enfrenta sugere que o melhor seria lidar com a situação a partir do cooperativismo e do fomento à economia solidária. Os benefícios que a categoria MEI oferece são os mesmos que os trabalhadores cooperados podem usufruir, sendo que a segunda opção implica na coletivização do problema, do fortalecimento político e do exercício da democracia participativa.
- As cidades que hospedarão jogos da Copa do Mundo vêm passando por um processo de gentrificação, fortemente relacionado à produção da assepsia urbana, como forma de adequação das cidades ao megaevento e sua formatação como Cidades Globais.
- A falta de informação sobre as implicações da Copa do Mundo no país e sobre a experiência vivida pelos vendedores de rua, na África do Sul, contribui para o fato de que várias das representações entrevistadas tenham uma avaliação positiva do megaevento e de que a Copa do Mundo beneficiará o comércio informal.

## PRINCIPAIS REIVINDICAÇÕES

As principais reivindicações das organizações de vendedores informais consultadas são:

- Um local de trabalho seguro, permanente, com licença legal, seja na rua ou dentro de shoppings populares, em lugares centrais nas cidades ;
- Que programas municipais de construção de centros comerciais populares sejam desenvolvidos, enquanto projetos sociais e a preços populares, planejados através do diálogo com as organizações representativas de vendedores informais e administrados com a sua colaboração ;
- O reconhecimento das autoridades e da sociedade do trabalho honesto, digno e com valor, pois o uso do espaço público para comercialização de mercadorias é uma saída para garantir o sustento familiar, além de contribuir para a economia do país como outro trabalho qualquer ;
- O fim da violência policial e das arbitrariedades ;
- O retrocesso do processo de exclusão que se expressa especialmente pela ausência de direitos e de garantias individuais e coletivas

(proteção social, direitos trabalhistas, dentre outros), e também pela expulsão dos comerciantes informais das áreas de interesse da cidade que vem com projetos de « revitalização » urbana, que servem ao mercado imobiliário e ao embelezamento da cidade ;

- Não serem tratados como categoria inferior de trabalhadores, sofrendo estigma que sempre os vincula à marginalidade.

Outro ponto identificado pela pesquisa, em diversos lugares, é que, historicamente, representantes das organizações de vendedores ambulantes encaminharam suas demandas através de vereadores que representavam politicamente determinadas áreas e regiões da cidade. O resultado dessa relação política é a perpetuação de uma relação clientelista e fragmentada com o poder público municipal, expressa nas entrevistas realizadas com as lideranças de trabalhadores informais, onde foi comumente relatado que o principal aliado na luta política é o vereador.

Essa fragmentação é determinante para a desarticulação entre as organizações, o que impede a formação de uma unidade de luta, apesar de as reivindicações serem convergentes.

## PARCEIROS

O estudo mapeou diversos atores sociais aliados à luta dos vendedores informais. Algumas organizações se destacam por terem alcance nacional e abordarem, ainda que de diferentes formas, a questão do impacto social da Copa do Mundo.

Os parceiros fundamentais para a realização da campanha “Cidades para Todos e Todas” foram, desde o início, a CUT e o Centro Gaspar Garcia de Direitos Humanos, que agregam, respectivamente, força política e conhecimento sobre capacitação e organização política dos vendedores informais.

A Internacional da Construção e Madeira (ICM) tem feito o trabalho de unificar forças e mobilizar sindicatos de trabalhadores da construção civil e construção pesada, que estão construindo as obras da Copa nas doze cidades, e por isso é uma importante parceira na luta pelo trabalho decente e pelo direito ao trabalho.

Em 2011, foram formados comitês populares da Copa nas doze cidades-sede. Os comitês são coalizões de diversos movimentos sociais como o feminista, de moradia, anticorrupção, direitos humanos, direitos da criança, direitos trabalhistas, direitos do consumidor, etc.; e têm como objetivo ser porta-voz dos atingidos pelas obras de infraestrutura da Copa e pelo impacto social que um megaevento desse porte causa no país. Os principais propulsores da formação dessa coalizão foram dois eventos realizados no final de 2010, com forte participação da Relatoria Internacional do Direito à Moradia Adequada

do Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU), que tem como porta-voz no Brasil a relatora Raquel Rolnik.

Em agosto de 2011, ocorreu a primeira plenária nacional dos comitês populares da Copa, unindo representantes dos doze comitês, que resultou na formação de uma articulação nacional dos comitês populares composta por membros de cada um dos comitês das cidades-sede. Até o presente momento, com exceção de Belo Horizonte (MG), a questão dos ambulantes não foi tratada especificamente pelos comitês locais e, por isso, ainda não é representada na articulação nacional, mas alguns comitês que tiveram contato com a pesquisa da *StreetNet* se dispuseram a incluir o tema na pauta de reivindicações, de mobilização e pressão política sobre o impacto social da Copa. A principal dificuldade é a falta de representantes do movimento de trabalhadores ambulantes nos encontros periódicos dos comitês. O comitê de Porto Alegre pontuou que a inclusão do tema na pauta de reivindicação só deve ocorrer com os próprios trabalhadores trazendo as questões nas reuniões periódicas.

No dia 28 de novembro de 2011, a articulação nacional lançou um dossiê de violações de direitos humanos e registrou denúncias de violações no mecanismo Revisão Periódica Universal (UPR) do Conselho de Direitos Humanos da ONU, onde o Brasil será avaliado em julho de 2012. Foram mencionadas algumas das violações vivenciadas pelos vendedores informais e denunciadas no Fórum de Planejamento da campanha “Cidades para Todos e Todas” da *StreetNet*.

As organizações que lutam pelo direito à moradia são importantes parceiras por fazerem parte de um movimento emergente e que, cada vez mais, ganha espaço no cenário político nacional, sob o viés da luta pelo direito à cidade. A Central de Movimentos Populares (CMP), assim como a Central dos Movimentos Sociais (CMS), expressam politicamente a força dessas organizações e são aliadas na campanha “Cidades para Todos e Todas”.

Outro importante movimento que visa envolver a sociedade na luta por direitos sociais em relação à Copa é a Frente Nacional dos Torcedores (FNT), movimento de torcedores de todo o Brasil que luta contra a elitização do futebol e por um remodelamento de suas estruturas que o torne justo, democrático e popular. A FNT reivindica transparência nas contas da Copa, o combate ao monopólio do presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e uma Copa do povo.

A principal relação do movimento com os vendedores ambulantes é a proximidade dos torcedores frequentadores de estádios com os vendedores de bebidas e lanches, que fazem parte historicamente da cultura do futebol. Os representantes do movimento se dispuseram a definir pontos de convergência com os ambulantes, uma vez que eles próprios se opõem ao processo de elitização das cidades, que tende a expulsar os setores sociais menos privilegiados dos lugares públicos de interesse. A FNT entende que a “limpeza” urbana, além de afetar o trabalho dos vendedores ambulantes, o que diretamente afeta a cultura do futebol brasileiro nos estádios, faz parte de um processo que prejudica também



os torcedores, que não podem pagar os ingressos cada vez mais caros e vêm sofrendo com a criminalização da cultura do futebol.

Dentre as iniciativas de organizações sociais que vêm realizando ações nacionais em relação ao impacto social da Copa, é importante destacar o trabalho realizado pelo Instituto Ethos no projeto “Jogos Limpos”, que defende o controle social e transparência nas obras da Copa e que também organizou comitês locais nas doze cidades-sede. O Instituto Ethos mostrou interesse em firmar parceria com a *StreetNet* e acordou incluir no plano estratégico do projeto “Jogos Limpos” a violação dos direitos sociais dos ambulantes. O ponto de possível cooperação com as organizações de vendedores de rua reside na possibilidade de incluir a questão da garantia de trabalho e subsistência dos ambulantes nas estratégias do projeto. A proposta é buscar espaços de discussão tanto com empresas patrocinadoras da Copa e empreiteiras construtoras das obras do evento, com objetivo de firmar acordos setoriais, como, também, firmar acordos pré-eleitorais com candidatos a prefeitos que disputarão as eleições municipais em 2012.

O Observatório das Metrôpoles é um laboratório de sociologia urbana que formou núcleos de pesquisa, em sua maioria dentro de universidades, nas doze cidades-sede da Copa, para monitorar e analisar, sob várias diretrizes, incluindo o tema trabalho e vulnerabilidade social, o impacto social da Copa. A pesquisa do Observatório das Metrôpoles mostrou aspectos convergentes e contribuiu com a presente pesquisa.

## IMPACTO DA COPA

A análise de dez cidades-sede da Copa mostrou que, apesar das mudanças serem pouco visíveis, alguns impactos já são identificados.

A maior preocupação dos vendedores ambulantes é ter informações sobre as determinações que a FIFA impõe ao uso dos espaços públicos da cidade, especialmente no entorno dos estádios, nas praças e lugares turísticos. É, da mesma forma, importante conhecer a postura que o poder público pretende adotar em relação a essa questão.

Não há informações precisas sobre as condições estabelecidas pela FIFA e sobre a Lei Geral da Copa. Essa falta de transparência dificulta a compreensão dos riscos reais a que os vendedores informais estão expostos e, conseqüentemente, impede uma organização mais efetiva desses trabalhadores para ações futuras, pois acabam priorizando questões mais urgentes de caráter cotidiano.

Também não há acesso à informação clara e atualizada, especialmente com relação aos projetos de reordenamento urbano de certas áreas da cidade, por ocasião da Copa do Mundo.

A proximidade dos projetos de reordenamento urbano com a preparação das cidades para o megaevento impacta diretamente a fonte de renda dos vendedores informais. Muitos dos que vendiam nas proximidades dos estádios tiveram que mudar de local de

venda, ao redor ou a caminho do estádio. No caso do Rio de Janeiro, que além da Copa sediará os jogos Olímpicos de 2016, esse processo ficou evidenciado no cadastramento e licenciamento municipal dos vendedores informais, em várias regiões da cidade. De acordo com o advogado da categoria, que acompanhou de perto o processo ocorrido em 2009, além de ter sido pouco divulgado (principalmente o período para recorrer às decisões) e não cumprir a legislação municipal que regulamenta a atividade, o licenciamento de ambulantes foi interrompido porque o plano de organização do solo público para os megaeventos ainda não havia sido definido.

Outro tema bastante abordado pelos movimentos sociais mobilizados em relação à Copa é que o megaevento cria condições ideais para a privatização do espaço público, além de oferecer oportunidades de negócio, flexibilização da legislação e grandes incentivos governamentais. Essa valorização do espaço público catalisa o processo de expulsão das populações de baixa renda dos lugares de interesse da cidade.

Relacionado a este ponto, outro importante impacto causado pela Copa é o “estado de exceção” que é criado em torno do megaevento, e permite que projetos sejam realizados sem nenhum controle social e sem preocupações com a violação de direitos sociais. O “estado de exceção” também catalisa processos urbanísticos já planejados e realiza de forma voraz a limpeza urbana e higienização dos espaços públicos.

Como evidenciado nos municípios do Rio de Janeiro e Belo Horizonte, os estádios do Maracanã e Mineirão, respectivamente, expulsaram ambulantes de seus entornos para execução das obras de reforma. As lideranças das organizações representativas acreditam que os comerciantes informais que costumavam vender na região, antes da obra, não serão autorizados a comercializar no local quando a reforma for concluída.

Os principais impactos negativos relacionados à Copa estão ligados à omissão do Estado em relação ao direito ao trabalho desses comerciantes e à total indisposição em incluir no evento vendedores informais para que possam tomar proveito da oportunidade de negócios que a Copa representa.

## AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS

As principais conclusões quanto aos encaminhamentos da Campanha “Cidades para Todos e Todas”, até 2014, são que as ações a serem tomadas pela StreetNet e aliados, para fortalecer o nível de organização dos vendedores informais, devem ocorrer em direção à criação de condições para a construção de um espaço de articulação política entre associações de vendedores informais. O estabelecimento desse espaço, por sua vez, é pensado para que possibilite a reivindicação de um espaço de negociação com o poder público que busque a garantia do direito ao trabalho dos vendedores informais.

Esse espaço deve ser pensado a partir da formação política dos representantes de

organizações de ambulantes em práticas democráticas de organização política, além do exercício da democracia, igualdade de gênero, da colaboração e do cooperativismo. Dessa forma, será possível que representantes unam forças, abandonem desavenças e fortaleçam a unidade de luta, para assim superar a lógica competitiva estabelecida no dia-a-dia do trabalho.

Para garantir que a articulação entre representantes e a formação política desencadeie um processo sustentável de organização e fortalecimento da categoria, é fundamental que exista um suporte técnico regular por certo período de tempo, que traga a experiência e o conhecimento de ações políticas efetivas na garantia de direitos, tanto jurídica, como para a formulação de políticas públicas (*advocacy*), de protestos e de articulação política, até que os próprios trabalhadores tenham condições de levar o processo autonomamente.

Para que exista um espaço de negociação que cumpra a função de sistematizar as principais reivindicações e possibilite conquistá-las, é necessária a criação de um espaço de negociação com o poder executivo competente.

Outro ponto importante que deverá ser abordado é a formação de lideranças femininas. A grande maioria das lideranças entrevistadas na pesquisa é de homens e muitas das organizações não se preocupam em ter representações femininas nos processos decisórios. Faz-se fundamental fortalecer as organizações com informações e acompanhar os processos decisórios dessas organizações para garantir que representem a voz de todos. Além disso, torna-se essencial promover um maior debate sobre o tema na agenda municipal, incluindo o debate com outras lideranças que venham a ter novas opiniões e propostas para a categoria.

A capacitação das organizações de trabalhadores informais oferecerá instrumentos para a superação das desavenças criadas anteriormente, qualificando (ampliando) a cultura política já existente, aumentando a unidade de luta e fortalecendo o enfrentamento dos impactos da Copa.

Outra iniciativa seria a formação de vendedores informais para contribuir com a demanda de serviços durante a Copa, e ainda fazer o uso estratégico do espaço no entorno de cooperativas e empreendimentos da economia solidária de forma a trazer os turistas e moradores da cidade para esses locais.

A criação da rede de organizações de vendedores a nível municipal e, posteriormente, um fórum municipal, deve aproveitar os espaços políticos democráticos existentes que já possuem diálogo com o poder executivo e legislativo. O incentivo à conscientização desses trabalhadores como parte de uma categoria unificada é fundamental para existência de um fórum representativo de vendedores informais e para potencializar seu alcance.

Por último, mas não menos importante, é necessário aproximar a questão da vulnerabilidade social dos vendedores informais com a Economia Solidária, conhecer as políticas públicas e propor aos ambulantes um caminho que se entrelace com os avanços do cooperativismo.



**CIDADES**





# BELO HORIZONTE

MARINA BRITO PINHEIRO

## I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

A cidade de Belo Horizonte foi fundada em 1897 como um projeto de interiorização da capital do estado de Minas Gerais, que até então era localizada em Ouro Preto, a cerca de 100 km. Hoje com 114 anos, a cidade, que é fruto de um planejamento arquitetônico realizado no século XIX, possui uma população de 2.375.151 habitantes<sup>1</sup> e um PIB cerca de R\$ 42.151.107,69<sup>2</sup>, fazendo parte de uma região metropolitana que engloba 14 cidades.

O mercado de trabalho formal na região metropolitana de Belo Horizonte hoje se caracteriza por ter uma taxa de desemprego de 6,4%. Essa taxa de desemprego se encontra próxima aos valores nacionais<sup>3</sup>. Em Belo Horizonte, a taxa de desemprego diminuiu em relação a setembro de 2010, ao passar de 6,3% para 5,8% e, nos demais municípios da RMBH, reduziu-se de 9,4% para 7,4%, no período em análise<sup>4</sup>.

Já com relação ao mercado informal, a cidade conta hoje com cerca de 25.000 vendedores informais<sup>5</sup>. Destes, 95,7% se declaram autônomos. De acordo com pesquisa realizada pelo Dieese em 2011, 47,8% dos vendedores informais identificados na amostra apresentam uma renda próxima a um salário mínimo<sup>6</sup> e 32% ganham de um a dois salários. Já na **tabela 1** na próxima página, apresentamos a distribuição do número de horas semanais trabalhadas dos comerciantes informais. Como podemos ver, a maioria dos vendedores trabalham mais de 44 horas semanais ultrapassando a jornada de trabalho dos trabalhadores formais.

De forma geral, portanto, podemos dizer que a jornada semanal média de trabalho dos vendedores informais em Belo Horizonte é de 37 horas. Sendo que o rendimento pela hora trabalhada é de R\$ 5,13, compondo um rendimento mensal médio de R\$ 812,00<sup>7</sup>.

Em se tratando do tempo de permanência no emprego, por outro lado, percebe-se que em Belo Horizonte os vendedores informais permanecem por longo tempo no mercado informal, estando

2.375.151  
HABITANTES

42.151.107,69  
PIB (R\$)

6,4%  
DESEMPREGO

25.000  
VENDEDORES  
INFORMAIS

R\$ 812,00  
RENDIMENTO  
MÉDIO (R\$)

23,85%  
ÍNDICE DE  
POBREZA

em média há cerca de oito anos nessa atividade (sendo que 90% se declaram moradores de Belo Horizonte a mais de 10 anos). Também é interessante lembrar que aproximadamente 18% dos vendedores identificados contribuem com a previdência pública. E no caso de Belo Horizonte, existe uma grande probabilidade de que esta contribuição se dá através do Micro Empreendedor Individual.

**TABELA 01 - HORAS TRABALHADAS PELOS VENDEDORES INFORMAIS POR SEMANA**

HORAS DE TRABALHO	ATÉ 20	21 - 30	31 - 40	41 - 44	+ DE 44
NÚMERO DE VENDEDORES	21,7%	17,8%	22,8%	(2)	34,3%

FONTE: CONVÊNIO DIEESE/SEADE, MTE/FAT E CONVÊNIOS REGIONAIS, ALÉM DA PED - PESQUISA DE EMPREGO E DESEMPREGO.

É interessante salientar também algumas características dos vendedores na capital mineira. Percebe-se que grande parte dos vendedores informais são mulheres, compondo 60,5% da amostra. Isso nos ajuda a entender também os motivos pelos quais 34,5% da amostra de declarou cônjuge e não chefe de família, 43,3% da amostra. É interessante notar ainda que 17,1 da amostra se declararam filhos(as). Além disso, caracterizam os vendedores informais de Belo Horizonte o fato de serem majoritariamente pessoas com mais de 50 anos (30,6%), sendo que os vendedores participantes da pesquisa estão em faixas etárias acima de 30 anos. A escolaridade dos vendedores informais não apresenta uma tendência específica, sendo que a maioria se divide em ensino fundamental incompleto (35,7%) e superior incompleto (36,1%).

A cidade de Belo Horizonte durante as décadas de 80 e 90 presenciou a intensificação da ocupação de sua região central pelos vendedores de rua. Em 1984, para conter esse aumento e organizar a atividade, foi sancionada uma lei que regulamentava o exercício do comércio de rua, com apoio dos próprios vendedores que sentiram a necessidade de que fosse garantido a eles o espaço para a venda.

No entanto, como a regulamentação através da licença não foi capaz de conter o aumento dos vendedores de rua (grande parte deles não licenciados pela prefeitura) a postura do governo municipal se tornou mais rígida. A grande mudança recente na atividade da venda de rua foi redação de um novo Código de Posturas, em 2003. Este Código proíbe a venda de rua na cidade de Belo Horizonte. A rigidez do código e a intensa fiscalização que passou a ser realizada desde então reduziu drasticamente o comércio nas ruas, que hoje é realizado por um número cada vez menor de pessoas.

Em 2004, segundo Figueiredo & Moraes, havia mais de 2000 vendedores de rua no centro da cidade, que pouco a pouco, entre 2003 e 2005, foram transferidos para os shoppings populares. Os shoppings, portanto foram a solução encontrada para retirar os vendedores das ruas do centro da cidade visando, segundo a prefeitura, um projeto de revitalização daquela região. O remanejamento de camelôs e “toreros”, como alguns eram conhecidos, em Belo Horizonte, teve início em agosto de 2003 com a implantação do shopping popular Oiapoque, resultado da parceria entre poder público e iniciativa privada.

Em janeiro de 2004 o Código de Posturas do Município entrou em vigor na capital proibindo o comércio informal no logradouro público. O remanejamento dos vendedores informais foi feito de acordo com um cadastro realizado pela Prefeitura entre 1998 a novembro de 2002, conforme previsto em Lei. Segundo dados da Regional Centro-Sul foram transferidos 2.371 vendedores da área central para os shoppings populares Oiapoque, Tupinambás, Xavantes, Caetés, Tocantins e Barro Preto. Todos os shoppings são administrados pela iniciativa privada, com exceção do Shopping Caetés, cuja administração a Prefeitura de Belo Horizonte é responsável em parte. Destes shoppings quatro deles permaneceram abertos desde sua fundação: o Shopping Oiapoque, o Tupinambás, o Xavantes e o Caetés.

A experiência da construção dos Shoppings Populares em Belo Horizonte teve bastante êxito recente no que diz respeito ao fluxo de consumidores no local. O fato de estar localizado numa região central manteve os vendedores numa região próxima a vários locais de grande circulação de pessoas no Centro da cidade. No entanto, os vendedores retirados inicialmente das ruas e transferidos para os shoppings enfrentaram grandes dificuldades, sendo poucos os que permaneceram no local. Estas dificuldades se referem aos altos preços dos aluguéis e condomínios e a localização nem sempre favorável, dos boxes dentro dos shoppings, o que fazia com que alguns vendedores tivessem grandes dificuldades em manter suas lojas abertas<sup>8</sup>. Os problemas relacionados à venda ilegal de boxes são recorrentes. Isso ocorre devido ao fato de que estes vendedores não conseguem se sustentar nos shoppings e os vendem para empreendedores que têm maiores condições de investir em mercadorias melhores e/ou mais baratas, como é o caso dos empreendedores coreanos, que hoje ocupam uma grande quantidade de lojas nos shoppings.

O Shopping Oiapoque é o mais bem sucedido shopping popular da cidade e foi fundado em agosto de 2003. O prédio onde está localizado destaca-se por ter sido tombado, em 1991, pelo Conselho Deliberativo do Patrimônio Histórico do Município. A maioria

## *A GRANDE MUDANÇA NA ATIVIDADE DA VENDA DE RUA FOI A REDAÇÃO, DE UM NOVO CÓDIGO DE POSTURAS*





dos vendedores de rua que foram transferidos para esse shopping permanecia em um espaço do centro conhecido como Canteiro, onde havia uma grande concentração de vendedores. Até hoje é presente no local a associação deste grupo de vendedores, chamada *Associação de Economia Informal do Canteiro*. Hoje há no shopping cerca de 800 boxes e onde há menor ocorrência de saída de vendedores de rua transferidos para o local entre 2003 e 2004, devido ao sucesso obtido em termos do grande fluxo de pessoas no local.

Algumas atividades informais, no entanto, ainda persistem nas ruas como a venda de pipocas pelos conhecidos como *pipoqueiros*, que contam com um sindicato específico e lutam pela permanência nas ruas, o *Sindicato Profissional dos Pipoqueiros da Grande Belo Horizonte*. Há também os típicos vendedores ambulantes, que circulam por toda a cidade vendendo os mais diversos tipos de produtos e serviços, desde alimentos até conserto de móveis. Estes vendedores não se fixam em pontos de venda, não estão associados e muitos deles não têm licença para a atividade, trabalhando na maior parte do tempo em regiões menos centrais percorrendo grandes distâncias ao longo do dia. Há ainda os barraqueiros de festas populares, que atuam em grandes eventos esportivos, festivos e culturais.

As feiras também são bastante comuns em Belo Horizonte. Na região central da cidade são bastante conhecidas a Feira de Flores e Plantas Naturais, que conta com 43 expositores, a Feira Tom Jobim de Comidas e Bebidas Típicas e Antiguidades<sup>9</sup>, com 44 expositores, e a Feira de Arte, Artesanato e Produtores de Variedades da Avenida Afonso Pena (conhecida como “Feira Hippie”). Esta última é a maior feira livre de Belo Horizonte e é um importante atrativo turístico da cidade de Belo Horizonte.

A Feira Hippie surgiu em 1969, na Praça da Liberdade, aos domingos. Na época contava com aproximadamente 465 expositores. Através dos Decretos Municipais 2.409 e 2.437 a feira foi oficializada em 1973, passando a ser regulamentada pela Prefeitura de Belo Horizonte. Em 1991, foi transferida para a Av. Afonso Pena através do Decreto 6.762. A feira tem atualmente 2.341 expositores, sendo que destes, 24 barracas são destinadas às entidades cadastradas na Prefeitura e que desenvolvem projetos de produção inspirados na concepção de “economia popular solidária”. Além do grande número de expositores, a feira é realizada aos domingos até às 14 horas, e tem um fluxo de cerca de 70 mil pessoas por domingo<sup>10</sup>.

Há ainda algumas feiras em outras regiões da cidade. Na região Nordeste há as Feiras da Igreja São Judas Tadeu (licitada pela prefeitura)<sup>11</sup>, a Feira do Colégio Magnum (semanal) e a Feira dos Produtores. Esta última, que existe há mais de 60 anos, é uma das maiores feiras da cidade, funcionando durante todos os dias da semana como um verdadeiro centro de compras popular que reúne desde hortaliças, carnes, frutas e até tecidos em um total de mais de cem lojas.

Na região Leste há a Feira de Artesanato e Comida, que acontece semanalmente e onde são vendidos artesanato, artes plásticas e comidas típicas. Além disso, a subprefeitura da região apresenta o registro de outras seis feiras livres, onde são vendidos produtos alimentícios. Na região da Pampulha, por fim, há a Feira de Artesanato do Mineirinho,

que surgiu da iniciativa de um grupo de empresários que subloca o espaço para artesãos e vendedores informais que comercializam diversos tipos de mercadorias.

## 2. RELAÇÃO COM O PODER PÚBLICO

A Prefeitura de Belo Horizonte está dividida em nove Regionais que descentralizam alguns serviços e parte da administração da prefeitura de acordo com as grandes regiões de Belo Horizonte. Cada Regional apresenta uma estrutura específica de acordo com as características da região abrangida.

A principal legislação que regula a atividade dos vendedores de rua de Belo Horizonte é o Código de Posturas que prevê que “aquele que vende sem licença no logradouro público, comumente conhecido como ‘torero’ ou ‘camelô’, é um infrator, já que a esse comércio é proibido por lei”<sup>12</sup>. As únicas formas de comércio admitidas pelo código são: engraxate; quiosques em locais específicos; bancas de jornais e revistas e a de plantas e flores naturais; sanitários públicos; bancas em eventos; atividades desenvolvidas por deficientes visuais; as feiras e o comércio em veículo automotor e de tração humana. Para veículos automotores engraxates foi estipulada uma cota de licenças que podem ser emitidas. Novas licenças só podem ser outorgadas se houver vagas ou desistência, não sendo necessário passar por processo de licitação. Os que realizam atividades em veículos de tração humana, devem também passar por um processo de licitação pública para conseguirem a licença para realizar o seu trabalho.

São as Regionais que realizam o trabalho de regulação e fiscalização do comércio de rua na cidade. A principal Regional é a da região Centro-Sul que abarca alguns dos principais bairros comerciais da cidade, incluído o Centro. É nessa região que se encontram todos os shoppings populares da capital, além da principal feira, a Feira Hippie. A Regional Centro-Sul apresenta em sua estrutura dois órgãos responsáveis por regular o trabalho informal na cidade. O primeiro deles é a Gerência Regional de Feiras Permanentes. Essa Gerência tem como uma de suas principais atribuições lidar com as atividades administrativas inerentes ao funcionamento das feiras permanentes localizadas na região Centro-Sul através da regulamentação e fiscalização tendo como diretriz o Regulamento Geral de Feiras e a legislação municipal pertinente.

A Gerência Regional de Centros de Comércio Popular, criada em 2005, tem como função integrar e coordenar os Conselhos Gestores dos Centros de Comércio Popular e promover o cumprimento das normas previstas no regulamento dos shoppings. Os Conselhos Gestores são órgãos responsáveis pela administração dos shoppings populares e são compostos por “três membros não-remunerados: um representante do Município de Belo Horizonte (que exerce a função de Coordenador); um representante do locador; e um representante eleito entre os Empreendedores Populares e Lojistas”<sup>13</sup>. Da mesma



forma em que há um regulamento municipal específico para as feiras, há um dispositivo legal que organiza o comércio nos shoppings populares: o Regulamento dos Centros de Comércio Popular.

De acordo com a legislação que regula os centros populares de comércio, o vendedor de rua passaria agora a ser denominado empreendedor popular, como evidencia Jayme & Neves (2010). Esse empreendedor popular é um trabalhador autônomo autorizado pela Regional a exercer o comércio nos shoppings populares. Este empreendedor deve realizar o pagamento de uma taxa referente à locação do espaço para a administração dos shoppings, além de estar regularizado no que diz respeito ao pagamento dos impostos decorrentes do comércio.

Além da obrigatoriedade do pagamento de encargos referentes à locação do espaço, definidos pelo Conselho Gestor dos shoppings e impostos, estes vendedores informais ainda devem ter como compromisso a abertura dos boxes todos os dias sendo vetado o fechamentos dos boxes por mais de 24 horas e que não tenham sido comunicados aos Conselhos Gestores. Também não pode haver cessão, arrendamento, locação, sublocação, troca, empréstimo ou venda da área cedida no shopping. Os vendedores apesar de serem chamados pela prefeitura de empreendedores populares, ainda permanecem na informalidade, mas muitos deles já estão aderindo a programas como o Micro Empreendedor Individual, já que com essa formalização conseguem se adaptar a novos contextos como à demanda crescente dos consumidores pela venda com cartões de crédito e de débito, principalmente para aqueles que vendem produtos eletroeletrônicos.

A Regional Leste apresenta a Gerência Regional de Regulação Urbana que regulamenta as feiras livres da região leste. Essa estrutura se repete para as Gerências Regionais Nordeste e Pampulha que apresentam importantes feiras também. Além de regular as feiras e shoppings populares, cabe às Regionais realizar a capacitação dos vendedores informais nesses espaços. No entanto, não tem havido muitas ações do governo no sentido de realizar esse tipo de política.

Como o Código de Posturas de Belo Horizonte permite a existência de alguns tipos específicos de comércio de rua, alguns vendedores ainda podem ser vistos nos logradouros públicos da cidade. Esse é o caso dos pipoqueiros. Estes vendedores realizam a venda de pipoca e doces de forma legal por se enquadrarem na categoria de vendedores que trabalham com veículos de tração humana. Estes veículos são carrinhos padronizados pela prefeitura e devem seguir uma

*O CÓDIGO DE  
POSTURAS PREVÊ  
QUE “AQUELE  
QUE VENDE SEM  
LICENÇA NO  
LOGRADOURO  
PÚBLICO” É UM  
INFRATOR*

série de conformações técnicas instituídas por ela, como portarem extintores de incêndio e terem as dimensões dentro daquele padrão estipulado. Os vendedores também devem usar uniformes limpos e de cor clara, manter a limpeza pessoal, do carrinho e das regiões onde se instalam, zelar pela qualidade dos alimentos vendidos, entre outros. Por outro

## *ATÉ 1994, NÃO HAVIA NENHUMA FORMALIZAÇÃO PARA OS VENDEDORES DE RUA DA REGIÃO DO MINEIRÃO.*

lado são proibidos de venderem uma série de produtos alimentícios e bebidas, restringido a venda apenas à produtos como a pipoca e produtos como picolés, água de coco ou algodão doce<sup>14</sup>.

O comércio realizado em eventos públicos segue normas relativas ao regulamento que especifica as diretrizes para a realização de eventos. De forma geral, cabe ao realizador do evento, de acordo com as restrições técnicas de montagem e formato das barracas, gerir a cessão do espaço do evento para a venda informal de alimentos e bebidas. No caso dos eventos esportivos que aconteciam no Estádio Governador Magalhães Pinto (conhecido como Mineirão) os contratos eram feitos com a autarquia do governo do estado de Minas Gerais responsável pela administração dessa arena esportiva, a Administração de Estádios do Estado de Minas Gerais

(ADEMG). Os vendedores das barracas dessa região permaneceram no local, mesmo com as restrições da legislação, devido ao fato de que o entorno do estádio é uma área de responsabilidade do governo estadual, não sendo sujeita às legislações pertinentes ao município de Belo Horizonte. Assim, a fiscalização municipal em dias de eventos realizava seu trabalho apenas nas ruas da região, mas não no espaço onde os barraqueiros se instalavam.

Até 1994, no entanto, não havia nenhuma formalização para os vendedores de rua da região do Mineirão. Nesse ano a prefeitura realizou o cadastro dos vendedores de rua do estádio e realizando a regulação da atividade até 1998. No entanto, com a mudança do código de posturas, houve uma redefinição das atribuições da prefeitura com relação àquele espaço, que competia ao estado administrar. Dessa forma, a fiscalização municipal deixou atuar no local. A partir de 2005, cada vendedor se credenciava diretamente com a ADEMG e pagava a taxa para colocação da barraca na área externa do estádio em cada jogo. Taxa essa em torno de R\$10,00. Esse sistema vigorou até setembro de 2010. A partir desse momento a ADEMG, então, modificou sua forma de lidar com os vendedores, pressionada pela Comissão de Monitoramento da Violência em Eventos Esportivos e Culturais (COMOVEEC).

A COMOVEEC é foi criada em 2003 com o objetivo de incentivar a integração dos órgãos responsáveis pela segurança e contribuir para a diminuição de atos de vandalismo e violência, antes, durante e após a realização de eventos culturais e esportivos. Desde

sua fundação conta com a participação da Associação de Barraqueiros da Área Externa do Mineirão (ABAEM), que encontra nesse espaço um dos principais canais de comunicação com o poder público<sup>15</sup>. Em 2010, a Confederação Brasileira de Futebol, através de um acordo com o Ministério Público, proibiu a venda de bebidas alcoólicas nos eventos esportivos organizadas por ela, reforçando outro acordo já existente em Belo Horizonte que proibia a venda e o consumo de bebidas alcoólicas nos estádios. A COMOVEEC, no intuito de fazer valer estes acordos, pressionou a ABAEM a realizar esse contrato coletivo como forma de a prefeitura poder exercer uma fiscalização mais intensa sobre os barraqueiros.

Isso acontece porque na proibição da venda nos bares e restaurantes no interior do estádio, a venda de bebidas alcoólicas acabava ficando a cargo dos vendedores de rua presentes no exterior do estádio. No entanto, estes vendedores de rua não tinham alvará para a atuação no local, o que reduzia o poder de fiscalização da prefeitura caso essa voltasse a realizar a fiscalização no local. Esse contrato coletivo permitiria a emissão de alvarás para o grupo. Para a ABAEM essa documentação era fundamental para que não houvesse problemas com a fiscalização e não corresse o risco de que houvesse pressão para que fossem retirados. Essa formalização surgiu também da pressão da comissão para exercer o controle sobre os vendedores que estivessem vendendo bebidas ilegalmente, levando-se em conta que o consumo de bebidas alcoólicas nos estádios era considerada uma variável importante no alto índice de violência nos eventos esportivos. Por fim, os vendedores de rua não venderiam bebida alcoólica nas barracas também.

Com o fechamento do estádio para reforma, o contrato coletivo chegou ao fim e não há nenhuma previsão de regularização da atividade os vendedores. No estádio onde hoje ocorrem os jogos, não há nenhuma regularização para a atividade. Já o segundo maior estádio do estado, o Estádio Independência, que a partir do ano que vêm sediará os jogos dos maiores campeonatos estaduais e nacionais, não há previsão para a realização de acordo com os barraqueiros e assinatura de um novo contrato com a ADEMG.

Já com relação ao estádio do Mineirão, previsto para ser reaberto em 2013, a situação é mais complexa, já que o estádio será administrado por um consórcio de empresas privadas durante 25 anos contados a partir da reabertura da arena esportiva. O cenário mais otimista, nesse caso, é o de que mesmo que este consórcio permita e regulamente a presença dos barraqueiros no local antes e depois da Copa, as taxas se tornarão muito maiores do que as correntes antes do fechamento do estádio.

### 3. PRINCIPAIS ORGANIZAÇÕES E DEMANDAS

Os vendedores de rua de Belo Horizonte, hoje em sua grande maioria nos shoppings populares, se organizam frequentemente em torno destes. Há associações baseadas em cada shopping popular ou que se reúnem em torno de vários deles, formando cooperativas

de compra de mercadorias, por exemplo. Desde a década de 90 havia dois sindicatos representativos da categoria, o Sindicato dos Camelôs do Estado de Minas Gerais e o Sindicato dos Trabalhadores da Economia Informal de Belo Horizonte. Estes sindicatos eram as principais organizações presentes no contexto que levou à transferência dos vendedores de rua para os shoppings populares. Desde então estes grupos não apresentavam grande representatividade junto aos vendedores devido à descrença com relação à atuação gestores dos sindicatos, além da falta de mobilização dos vendedores de rua. A ausência de organizações fortes que defendessem o interesse dos camelôs foi uma das razões apontadas por alguns estudiosos para a retirada destes das ruas<sup>16</sup>.

Hoje o único sindicato que permanece ativo é o Sindicato dos Trabalhadores da Economia Informal que modificou seu nome com o objetivo de englobar o novo contexto dos shoppings populares, passando a se chamar Sindicato dos Trabalhadores na Economia Informal, Microempreendedores e Ambulantes. Com relação aos shoppings populares ainda há uma associação chamada Associação de Economia Informal do Canteiro. Esta associação surgiu quando havia um grupo de vendedores informais localizados no canteiro central da Avenida Paraná. Seus associados, cerca de 180, hoje estão localizados no Shopping Oiapoque, tendo um de seus representantes no Conselho Gestor do Shopping.

Este grupo era bastante fortalecido antes da transferência para o Shopping, garantindo a eles ótimas oportunidades, como a ida para o Shopping Oiapoque que se mostrou o mais bem sucedido em termos de fluxo de consumidores e boxes bem localizados dentro do shopping. Esse grupo tenta realizar eventos festivos, além das reuniões, buscando manter a coesão da associação, o que consequentemente implica em maior poder político dentro do Conselho e entre os outros vendedores do shopping. Em nenhum outro shopping há um grupo tão coeso e consolidado quanto este.

A principal demanda destes grupos que se organizam nos shoppings populares é a luta para que os aluguéis e condomínios cobrados pelas empresas que administram o shopping sejam reduzidos. No Shopping Oiapoque os aluguéis variam entre R\$ 200,00 a R\$ 1.500,00, sem contar as taxas relativas à manutenção do espaço. A solução encontrada por muitos vendedores foi vender as lojas por quantias que variam entre R\$30 e R\$50 mil reais. No entanto, como esta atividade é ilegal, correm o risco de serem indiciados pela venda dos boxes.

Entre as feiras da cidade, destaca-se a articulação presente na Feira de Arte, Artesanato e Produtores de Variedades da Avenida Afonso Pena, a Feira Hippie. Os vendedores que fazem parte desta feira organizaram uma associação, Associação dos Expositores da Feira da Afonso Pena (ASSEAP). O grupo surgiu em 2006, e conta com a adesão da maior parte dos expositores da feira. Recebe a contribuição regular dos expositores e recentemente foi fortalecido pela luta contra a Prefeitura de Belo Horizonte devido à decisão desta de realizar um novo edital para licitação das barracas da feira. Levando-se em conta que o edital, segundo a organização, da forma como estava redigido excluiria muitos dos artesãos

que estiveram participando da feira desde o início desta, os artesãos iniciaram no começo do ano uma série de manifestações e articulações com outros movimentos, liderados pela ASSEAP. Outra iniciativa da ASSEAP é a luta para a transformação da feira em patrimônio cultural da cidade. Esta ação tem como objetivo diminuir as prerrogativas que a Prefeitura tem de administração da Feira e garantir que os artesãos e a sua associação tenham maior poder decisivo sobre as questões que afetam o grupo.

Já os pipoqueiros da cidade como já citamos contam com um sindicato próprio, o Sindicato Profissional dos Pipoqueiros da Grande Belo Horizonte. A organização nasceu em 1956, tendo 55 anos de existência. O sindicato é reconhecido pela prefeitura como a organização que agrupa os pipoqueiros da região e tem um bom diálogo com o grupo. O sindicato tem duas sedes, uma administrativa e outra onde os pipoqueiros guardam os carrinhos nos quais trabalham. Há também plano de saúde e apoio com despesas funerárias, quando a família afetada não tem condições de arcar com este tipo de despesa. Contam com 130 pipoqueiros cadastrados, sendo que exercem a atividade hoje cerca de 80 pipoqueiros, todos licenciados pela prefeitura. Apesar de a expectativa do grupo seja a de que existam aproximadamente 200 pipoqueiros trabalhando na cidade hoje, o sindicato tem trabalhado mais ostensivamente apenas com os vendedores de rua que têm licença para vender seus produtos.

Levando-se em conta que hoje as licenças para os pipoqueiros são restritas à venda em pontos de venda pré-determinados pela prefeitura, a demanda principal dos pipoqueiros hoje é a de que a prefeitura aumente os pontos de venda na cidade, principalmente a possibilidade de que possam exercer sua atividade em praças públicas centrais, onde frequentemente ocorrem festas e eventos populares com grande quantidade de pessoas. Estima-se que há 26 anos a prefeitura não libera mais licenças para este grupo. Também se queixam de não poder trabalhar em outras regiões da cidade, já que a licença para a venda se restringe a pontos específicos do centro da cidade, deixando poucos locais para que estes vendedores se posicionem.

Por fim, há ainda a Associação dos Barraqueiros da Área Externa do Mineirão, ABAEM. O grupo é composto por vendedores de rua que trabalham em eventos na cidade e tem como principal local de venda a área externa do Estádio Mineirão em dia de jogos, sobre os quais falamos acima. A associação conta com cerca de 130 vendedores que começaram a se organizar a partir dos anos 2000. A sede da associação se encontra desde 2003 numa sala do Estádio do Mineirinho, um ginásio localizado ao lado do Estádio

*A PRINCIPAL  
DEMANDA É A  
REDUÇÃO DOS  
ALUGUÉIS E  
CONDOMÍNIOS  
COBRADOS NOS  
SHOPPINGS  
POPULARES*

do Mineirão. O grupo tem tido encontros quinzenais, devido aos problemas que tem tido desde o fechamento do Mineirão. Os filiados fazem contribuições mensais de cerca de 10 reais, no entanto estas contribuições não acontecem de forma regular.

A principal demanda do grupo no momento é a inclusão dos trabalhadores em outros eventos esportivos e culturais na cidade para compensar a perda da renda advinda do Mineirão. A idéia da organização é que fossem destinadas cotas para esses vendedores desapropriados nos grandes eventos da cidade para que estes pudessem ser ressarcidos. Durante a Copa, demandam que onde haja aglomerações de turistas, telões e *fan parks*, estes vendedores possam trabalhar nesses lugares. Depois da Copa, estes trabalhadores anseiam por serem regularizados e possam permanecer no estádio. Gostariam que a Prefeitura e o Estado entrassem em acordo para conseguir solucionar o problema de onde serão instalados os vendedores e suas barracas após a Copa, já que o projeto de renovação do Mineirão não prevê a possibilidade de que haja barracas ao redor do estádio.

## 4. ALIADOS

Os aliados dos vendedores informais de Belo Horizonte variam de acordo com os grupos presentes na cidade e pertencentes a essa categoria. Com relação aos vendedores dos shoppings populares, uns dos principais aliados tem sido um vereador do PT que frequentemente tem tido iniciativas legislativas no intuito de conseguir fazer com que a prefeitura intervenha no sentido de forçar a diminuição do valor mensal pago pelo aluguel dos boxes. Já no que diz respeito aos artesãos da Feira Hippie, há o apoio de vereadores e outros movimentos sociais como o Movimento Fora Lacerda<sup>17</sup> e o Comitê Popular dos Atingidos pela Copa (COPAC).

No que diz respeito aos pipoqueiros, um dos seus principais aliados é um vereador do PMN. Outro parceiro identificado foi a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte, a Belotur, que frequentemente convida os pipoqueiros para participar dos eventos organizados por ela.

Os barraqueiros do Mineirão são os que têm conquistado maior apoio entre os movimentos e outros órgãos públicos. Dentre esses apoiadores podemos citar a Associação Mineira dos Cronistas Esportivos, importante aliado dentro da COMOVEEC, a Defensoria Pública e seu – Núcleo de Direitos Humanos, o programa Pólos de Cidadania e grupo de pesquisa e extensão da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Há também o movimento estudantil da UFMG, que tem financiado as ações do COPAC, grande aliado da ABAEM nas suas luta para a reparação do grupo que hoje se encontra em condições precárias devido à perda da renda resultante do fechamento tanto do Mineirão quanto do Estádio Independência. Outro apoiador fundamental tem sido o Ministério Público. A Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão (PRDC), órgão do Ministério Público

Federal (MPF), juntamente com a Defensoria Pública do Estado de Minas Gerais (DPE/MG), recomendou ao governo estadual e à Prefeitura Municipal de Belo Horizonte a adoção imediata de medidas em favor das famílias que vendiam produtos nos arredores do Mineirão, e que, desde o fechamento do estádio para as obras de reforma, perderam sua principal fonte de renda. Esta foi uma das conquistas mais importantes do grupo que tem lutado há mais de um ano para que seja tomada alguma atitude com relação ao remanejamento do grupo.

## 5. IMPACTOS DA COPA

Os impactos sofridos recentemente pelas reformas urbanas visando a Copa do Mundo, em Belo Horizonte, são de duas ordens. A primeira é a fiscalização cada vez mais intensa do comércio informal remanescente nas ruas do centro, algumas delas denunciadas pela abordagem violenta dos fiscais e da guarda municipal. A maioria desses vendedores não tem licença para permanecer nestes locais (o principal deles, a Praça Sete de Setembro).

Entretanto, a situação mais preocupante até o momento é a dos vendedores pertencentes à ABAEM. Cerca de 130 famílias foram atingidas com o fechamento do Estádio do Mineirão, sede dos jogos da Copa em Belo Horizonte. Na cidade mineira, ao contrário de outras cidades, ambos os principais estádios da cidade foram fechados ao mesmo tempo para a realização de reformas. Com esse fechamento, os jogos dos principais times que participam do campeonato nacional de futebol foram transferidos para outras cidades do estado, apenas uma delas na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Sendo distante da cidade e com pouco espaço para a colocação de barracas no entorno, poucos vendedores puderam transferir suas atividades para este local, quando os jogos lá ocorrem. Além disso, a maior parte do espaço no entorno do estádio é privado, sendo necessário que os vendedores tenham que pagar um aluguel para instalação das barracas, onerando a atividade, sem que haja um retorno à altura. Levando-se em conta, nesse caso, que o estádio comporta um número de torcedores muito menor que o Estádio do Mineirão.

Durante a redação dos relatórios de impacto social da obra de reforma do Mineirão, foi salientada a necessidade de realocação dos feirantes que chegavam a trabalhar cerca de três dias na semana no comércio de alimentos e outras mercadorias durante os jogos e eventos realizados no estádio e tinham esta atividade como sua principal fonte de renda. Todavia, o estádio se encontra fechado há mais de um ano e os vendedores continuam sem receber nenhuma política de compensação pela perda da renda que dependia essencialmente dos eventos acontecidos no entorno do Estádio. A maioria deles tem tentado trabalhar em outros eventos que ocorrem na cidade, permanecendo nos locais de venda de forma irregular muitas vezes, pois nem sempre é possível garantir a licença para atuar nesses locais.

Os pipoqueiros também foram afetados, mas em menor grau, já que ainda é destinada uma cota para estes trabalhadores no estádio que tem sido usado temporariamente na Região Metropolitana de Belo Horizonte. No Mineirão eram destinadas dez vagas para os pipoqueiros nos anéis do estádio. Hoje são destinadas apenas cinco vagas devido ao tamanho reduzido daquele estádio hoje utilizado. Estes pipoqueiros, ainda assim, têm licença para atuar no centro da cidade, o que também ajuda a amenizar os impactos do fechamento dos estádios sobre o grupo.

No início deste ano foi fundado o Comitê Popular dos Atingidos pela Copa (COPAC) em Belo Horizonte. O grupo se caracteriza principalmente pela a união de grupos de universitários da UFMG, participantes de outros movimentos sociais como o de moradia e as brigadas populares, além de contar com representantes da Defensoria Pública, do movimento das profissionais do sexo, dos moradores de rua e da Feira Hippie (principal feira permanente da cidade). O comitê, todavia, ainda é muito desarticulado e composto apenas por estudantes que não tem muita inserção em outras instituições ou grupos políticos e que consigam outras parcerias além daqueles que hoje participam do grupo. Como já foi dito, os principais financiadores do COPAC hoje são os Centros Acadêmicos dos alunos, principalmente os do curso de Direito, prédio aonde ocorrem as reuniões e do curso de Ciências Sociais.

Os vendedores de rua que trabalhavam no entorno do estádio vêm sofrendo diretamente os impactos das obras de infra-estrutura da Copa do Mundo, e por isso têm participado ativamente nos debates do Comitê Popular da Copa, contando com o apoio deste e de outras organizações que fazem parte deste comitê.

## 6. CONCLUSÕES E ENCAMINHAMENTOS

Os shoppings populares em Belo Horizonte são bem sucedidos no que diz respeito ao fluxo de pessoas e centralidade do comércio na cidade. No entanto as grandes taxas cobradas fazem com que uma parte considerável dos vendedores informais que antes estavam nas ruas ceda lugar aos microempreendedores e empreendedores, com maiores condições de investir nos boxes e nas mercadorias. Porém, devido à dura legislação municipal, muito pouco pode ser feito pelos vendedores de rua para garantir a persistência de sua atividade na cidade. É possível dizer que a situação dos vendedores de rua poderá melhorar apenas se houver ou uma drástica modificação na gestão dos shoppings, reduzindo as taxas pagas pelos vendedores aos administradores privados, ou uma modificação na legislação que hoje proíbe a presença destes indivíduos nas ruas. Caso o contrário a atividade estará cada vez mais ausente em Belo Horizonte.

Já no que diz respeito à relação com a prefeitura municipal com movimentos sociais em geral tem sido cada vez mais desgastada e o mesmo acontece com alguns grupos de



vendedores informais em particular. Com relação à feira Hippie, a prefeitura vinha tentando modificar a forma de regulamentação da feira que caso fosse implantada excluiria vários dos artesãos que trabalham na feira desde a sua fundação. A ASSEAP, organização dos expositores da Feira Hippie, tem participado constantemente de protestos através dos quais demandam a saída do prefeito de Belo Horizonte, do PPS.

A prefeitura também tem sido omissa com os barraqueiros do Mineirão. A esperança do grupo é a de que a nova medida do Ministério Público que pressione a prefeitura e o governo do estado a promover a reinserção destes trabalhadores em outros eventos e atividades esportivas na cidade. De qualquer maneira, como os próprios barraqueiros têm demandado, o que pode ser feito no momento é buscar algum tipo de ressarcimento e reinserção deste grupo enquanto o Mineirão estiver fechado ou sendo utilizado na Copa.

É muito difícil que os barraqueiros consigam burlar as zonas de exclusão, mas seria interessante que uma cota pudesse trabalhar durante a Copa em estruturas organizadas pela prefeitura para que a população possa assistir ao jogo em vários pontos da cidade, além dos *fan parks*. Há o anseio de que consigam serem incluídos nos contratos da Copa, mas em geral os contratos demandam um investimento financeiro que a maioria dos barraqueiros não tem condições de arcar. Nesses casos, um apoio fundamental ainda é o Ministério Público, que tem realizado audiências públicas e tem acionado o discurso da violação dos Direitos Humanos para salvaguardar populações que vêm sendo atingidas de forma cada vez mais violenta e ilegal.

Todavia, no que diz respeito aos vendedores do Mineirão em Belo Horizonte, outro foco fundamental de atuação parece ser o cenário pós-Copa do Mundo. Os vendedores dependem diretamente da relação com a administração do estádio, que é estadual, para que consigam burlar as regras municipais quanto ao uso de barracas em logradouros públicos. O novo consórcio que assumirá a administração, entretanto, é privado e não há nenhuma garantia de que terão algum comprometimento com os barraqueiros da área externa. Há também o risco de que as taxas para a fixação das barracas se tornem cada vez maiores, como acontece no caso dos shoppings populares administrados pela iniciativa privada. Há um sentimento entre os representantes da ABAEM, de que o fechamento do estádio está sendo encarado como um bom momento para acabar definitivamente com os barraqueiros do Mineirão, que representam um entrave burocrático entre o governo municipal e estadual. Dessa forma, as futuras ações governamentais e das empresas privadas com relação ao grupo podem implicar em consequências muito mais desastrosas para estes vendedores informais.

## NOTAS

1. Segundo o Censo realizado em 2010.
2. Para o ano de 2008. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).
3. A taxa de desemprego nacional em Outubro de 2011 foi de 6%. A estatística de desemprego oficial no Brasil só contabiliza os dados das regiões metropolitanas de seis cidades: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre e Recife, onde vivem cerca de 43 milhões de pessoas, segundo o censo de 2010. Fonte: IBGE.
4. Dados apresentados pela Fundação João Pinheiro referentes a setembro de 2011.
5. Segundo dados do Convênio DIEESE/SEADE, MTE/FAT e convênios regionais, além da PED - Pesquisa de Emprego e Desemprego.
6. Salário Mínimo em 2011: R\$ 545,00.
7. Dados relativos a julho de 2011, retirando do cálculo aqueles que não tiveram rendimento nenhum no mês.
8. Para mais detalhes ver ZABELLI, 2006.
9. Esta feira surgiu em 1983, aos sábados, na Praça da Liberdade e foi regulamentada em 1984. Em 1991, foi transferida para a Avenida Bernardo Monteiro, através do Decreto 6762. Em 1997, passou a se chamar Feira Tom Jobim, através da Lei 7.426 de 16 de dezembro de 1997. A feira divide-se em dois espaços : um para as antiguidades, onde 27 expositores comercializam os seus trabalhos e o outro para comidas e bebidas, integrado por 19 expositores.
10. Durante o período que antecede o natal, o público estimado é de 90 mil pessoas.
11. De caráter mensal, a feira é realizada no dia 28 de cada mês, no entorno da Igreja de São Judas Tadeu.
12. PREFEITURA DE BELO HORIZONTE, 2011, p. 16. A multa varia de R\$ 523,95 a R\$ 1.057,90, de acordo com o local em que a atividade ilegal é exercida.
13. JAYME & NEVES, 2010.
14. São proibidos de comercializarem bebida alcoólica, refresco, caldo de cana, café, carnes e derivados, sorvete de fabricação instantânea, proveniente de xaropes ou qualquer outro processo, fruta descascada ou partida, exceto laranja, que deverá ser descascada na hora, a pedido e à vista do consumidor. O licenciado para o comércio em veículo de tração humana pode comercializar algodão-doce, milho verde, água-de-coco, doces, água mineral, suco e refresco industrializado, refrigerante, picolé, sorvete, pipoca, praliné, amendoim torrado, cachorro-quente, churro e frutas.
15. A COMOVEEC é composta por representantes de órgãos públicos e da sociedade civil, entre os quais a Secretaria de Estado de Defesa Social (Seds) e a Secretaria de Estado de Esportes e da Juventude. Integram ainda a Comissão as polícias Militar e Civil, o Corpo de Bombeiros Militar, a Procuradoria Geral de Justiça de Minas Gerais, a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, torcidas organizadas e representantes dos clubes de futebol, Associação Mineira de Cronistas Esportivos e a Federação Mineira de Futebol, ABEM, ADEMG, AMCE, Belotur, DER, FDCE, SINTRAM, SETRA BH, Juizado Especial Criminal, entre outros.
16. ZABELLI, 2006.
17. Esse movimento reivindica a saída do atual prefeito da cidade, Márcio Lacerda, do seu cargo. Apesar de não terem expectativas no sentido de garantir o impeachment do prefeito, o interesse do grupo é denunciar as ações negativas da prefeitura e garantir que nas próximas eleições, a coligação que elegeu o atual prefeito não consiga eleger um novo representante ou reeleger o atual.

## REFERÊNCIAS

- FIGUEREDO, F. O. & MORAIS, M. R. A elite no camelódromo: o inesperado efeito da construção do shopping popular em Belo Horizonte. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 8, 2004. Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte, 2004.
- JAYME, J. G. & NEVES, M. A. "Cidade e Espaço Público: política de revitalização urbana em Belo Horizonte. *Caderno CRH*, Salvador, v. 23, n. 60, p. 605-617, 2010.
- PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. *Cartilha do Código de Posturas*. Belo Horizonte, MG: PBH, 2011, 64 p.
- ZABELLI, Paulina Helena Lima. O Trabalho Informal dos Camelôs na Região Central de Belo Horizonte e a Transferência para os Shoppings Populares. 2006. 190 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2006.





# BRASÍLIA

MARINA BRITO PINHEIRO

## I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Brasília é a capital do Brasil e se localiza no Distrito Federal - um pequeno território dentro do estado de Goiás. A primeira Constituição da República (1891) fixou legalmente a região onde deveria ser instalada a futura capital, mas foi somente em 1956, com a eleição de Juscelino Kubitschek, que teve início a efetiva construção da cidade, inaugurada ainda incompleta em 21 de abril de 1960. Em 1987 foi tombada como Patrimônio Histórico da Humanidade. Sua população hoje é de 2.562.963 de habitantes, segundo dados do Censo de 2010. A renda per capita da cidade é de cerca de R\$19.000 – uma das maiores do país. As principais atividades giram em torno do turismo e de serviços, principalmente públicos, devido à grande concentração de autarquias públicas federais.

É na região central da cidade, conhecida como Plano Piloto, que se encontram as principais autarquias do país, como a Presidência da República, o Congresso Nacional, o Superior Tribunal Federal, os ministérios, entre outros órgãos federais. Ali também está parte importante da economia da cidade, composta principalmente por serviços. Há também o que comumente se chamam cidades-satélites, que em grande parte se caracterizam por terem sido fundadas a partir de assentamentos de trabalhadores<sup>1</sup> que na década de 50 migraram para Brasília para trabalhar nas obras de construção da cidade.

Brasília tem uma organização do governo que se difere das outras cidades do país por ter outro status administrativo, sendo um distrito federal. Os núcleos urbanos (cidades-satélites) que se situam no distrito federal são nomeados oficialmente de regiões administrativas, sendo a maior delas a região administrativa de Brasília. Existem trinta regiões administrativas e cada uma tem um órgão responsável pela sua gestão, que se assemelharia às subprefeituras. Há ainda a Coordenadoria das Cidades, órgão responsável pela administração central das regiões administrativas.

2.570.160  
HABITANTES

131.487.268  
PIB (R\$)

13%  
DESEMPREGO

37,7%  
ÍNDICE DE  
POBREZA

Os gestores responsáveis pelas administrações regionais e pela Coordenadoria das Cidades são indicados pelo governador do Distrito Federal.

O cargo de governador é eletivo e suas eleições acontecem juntamente às eleições para governadores estaduais. Além disso, Brasília não conta com uma prefeitura ou câmara de vereadores. Há apenas a Câmara Legislativa do Distrito Federal, cujos deputados distritais são eleitos no mesmo período em que acontecem as eleições para deputados estaduais<sup>2</sup>.

Os vendedores de rua em Brasília existem desde sua fundação. Até alguns anos atrás, o principal local de concentração dos vendedores ambulantes de Brasília era o entorno da Rodoviária do Plano Piloto<sup>3</sup>, localizada no coração dessa região, que concentra o maior fluxo de pessoas da cidade. Neste local se encontravam uma infinidade de vendedores que comercializavam desde gêneros alimentícios a produtos importados de países asiáticos.

*SEGUNDO A  
ASSOCIAÇÃO  
QUE ATUA HOJE  
NO SHOPPING  
POPULAR DE  
BRASÍLIA, DE UM  
TOTAL DE 1800  
BOXES, CERCA  
DE 1000 ESTÃO  
FECHADOS*

Esta paisagem foi se modificando recentemente com a crescente fiscalização por parte do governo distrital, que com o intuito de retirar os vendedores de rua do local, concedeu licença para alguns vendedores de rua que quisessem assumir quiosques na Rodoviária ou em outros locais próximos. Algum tempo depois, transferiu o restante dos vendedores para o Shopping Popular de Brasília.

Os shoppings populares não tiveram o mesmo sucesso que shoppings de outras cidades do país, principalmente no que diz respeito à manutenção e crescimento das vendas. A principal causa apontada pelas associações que hoje estão presentes nos shoppings é a localização muito pouco privilegiada. Construído ao lado da Rodoviária de Brasília<sup>4</sup>, o Shopping Popular de Brasília se encontra muito distante do grande centro comercial e político da cidade. Apesar de contar com a circulação de pessoas que vão até a Rodoviária, este fluxo não é grande o suficiente para que haja um volume de vendas que garanta a subsistência dos vendedores de rua que foram enviados para estes shoppings.

Esta situação faz com que muitos dos vendedores de rua que foram transferidos para o shopping não abram suas lojas (boxes). O Shopping Popular de Brasília apresenta corredores inteiros com boxes fechados. Segundo estimativas da associação que atua hoje no shopping, cerca de 1000 boxes estão fechados, de um total de 1800 existentes. Soma-se ainda a este obstáculo, outro problema vivido recentemente: o pequeno movimento no local fez com que vários vendedores saídos das ruas deixassem seus boxes e alimentassem um esquema de venda e repasse ilegal de boxes, denunciados

em 2010. Essa situação resultou na prisão do presidente da Associação dos Vendedores Ambulantes do Shopping Popular de Brasília (ASSHOP) e mais quatro pessoas envolvidas, que continuam presas até hoje. Vários dos boxes que permanecem fechados foram alguns daqueles que foram interditados pela Polícia Civil.

O que se tornou algo comum nesses últimos anos, portanto, foi a saída dos vendedores de rua dos shoppings para se dedicarem a outras atividades ou voltarem para as ruas, onde tentam driblar a fiscalização e venderem seus produtos na Rodoviária do Plano Piloto. A estratégia mais conhecida é a venda dos produtos a partir das 17 horas, quando os fiscais terminam a sua jornada de trabalho e deixam as ruas livres para que os ambulantes comercializem seus produtos.

Ainda sobre os shoppings populares, é interessante notar que situação parecida vive o Shopping Popular da Ceilândia, uma das regiões administrativas (ou cidades satélite) de Brasília. Apesar de apresentar uma ótima estrutura com banheiros, praça de alimentação e amplo estacionamento, o shopping ainda não foi capaz de atrair número suficiente de compradores para todos os dias da semana. A partir da quinta feira até o fim de semana, há um maior movimento de pessoas e mais boxes abertos. No entanto, no início da semana são poucos os que mantêm suas barracas abertas durante todo o dia.

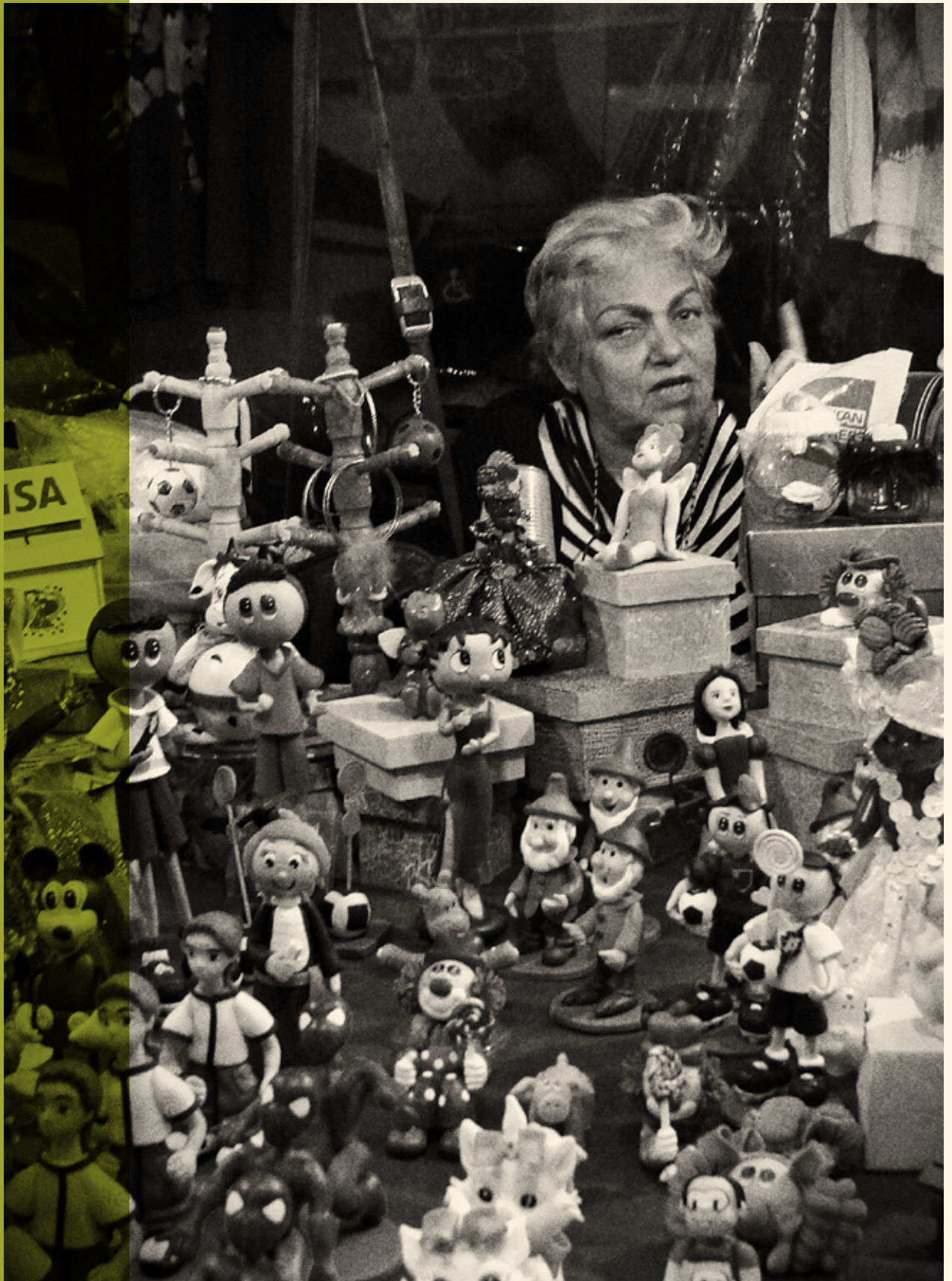
Já as feiras existentes em Brasília se tornaram uma tradição local. Apesar de contarem com uma estrutura parecida com a dos shoppings, a maioria delas já existe há mais tempo e se localizam em pontos que apresentam um bom movimento de pessoas. Hoje existem 64 feiras em todas as regiões administrativas de Brasília. A principal dela, a Feira da Ceilândia, tem uma localização central na região e um público razoável durante todos os dias da semana, ainda que maior nos sábados e domingo. A maioria dos produtos vendidos nestas feiras são peças de vestuário e confecções em geral, apesar de existirem também vendedores de produtos alimentícios, principalmente hortifrutigranjeiros.

Há ainda as feiras de artesanato, que se diferenciam pelo tipo de produto vendido e o tipo de estrutura destinada a elas. Estas feiras em geral ocorrem ao ar livre e acontecem em dias da semana específicos. A principal delas, a Feira de Artesanato da Torre de TV. Esta feira está aberta todos os dias da semana (apesar do fato de que a maioria dos vendedores abrirem suas lojas somente nos dias de grande movimento). A feira se caracterizava, até cerca de um ano atrás, pela concentração de barracas e artesãos em volta da Torre de TV do Plano Piloto. Hoje, no entanto se caracteriza como uma grande praça com lojas de alvenaria.

## 2. RELAÇÃO COMO PODER PÚBLICO

A cidade de Brasília, por ter sua região central – o Plano Piloto – tombado pelo patrimônio histórico, conta com diversas particularidades que fazem do comércio de rua na cidade uma atividade cada vez mais ausente. Além disso, não é permitida a existência







de barracas e outras formas de comércio no Plano Piloto. A atividade dos vendedores informais na cidade está cada vez mais focada no trabalho nos quiosques e *trailers*. Estas instalações utilizadas pelos vendedores devem seguir um padrão que esteja de acordo com as exigências do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o que torna a atividade onerosa e muitas vezes de difícil acesso para aqueles que desejam serem vendedores informais credenciados pelo poder público. Ainda assim, a legalização destes vendedores de rua se deu apenas em 2008, com uma lei distrital que regularizou a situação de milhares de vendedores na cidade. Dessa forma, em Brasília, não é possível ser licenciado para realizar o comércio nas ruas da cidade caso o vendedor não se enquadre na categoria de quiosqueiro. Todas as outras atividades de venda nas ruas são tidas como ilegais de acordo com a legislação do Distrito Federal.

O órgão que regulamenta os quiosques, shoppings e feiras do Distrito Federal é a Coordenadoria das Cidades através da Coordenadoria de Serviços Públicos. A Administração Regional também apresenta o papel de acompanhar a atividade nas suas regiões administrativas. As feiras e shoppings são de propriedade do governo distrital e os feirantes que trabalham nesses espaços são “permissionários”, ou seja, têm um Termo de Permissão do uso do espaço, pelo qual pagam uma quantia todos os anos.

A fiscalização, no entanto é realizada por outro órgão, a Agência de Fiscalização do Distrito Federal (Agefis). A ela é dada a prerrogativa de fiscalizar entre outras coisas a existência de vendedores trabalhando irregularmente nas ruas, quiosques, feiras e shoppings em todo o Distrito Federal, a retirada da poluição visual na área tombada de Brasília, o controle da expansão urbana e das obras irregulares em todo o Distrito Federal, além de coibir grilagens de terras públicas, o comércio noturno sem alvará de funcionamento e a fiscalização do horário de funcionamento destes estabelecimentos.

Os vendedores informais de shoppings e feiras acreditam que a atuação da Coordenadoria das Cidades vai de regular a ruim. Com relação ao Shopping Popular de Brasília, as autoridades sabem do problema, mas não tem tido nenhuma iniciativa para tentar melhorar a situação dos vendedores, como através da mudança de órgãos públicos para o local, o que faria com que o fluxo de pessoas aumentasse. A relação com o estes órgãos, portanto, é pautada pela pressão e demandas das associações e sindicatos sem que essa pressão tenha como resultado a ação estatal no sentido de colaborar com os vendedores informais.

Eles também reclamam da omissão das Administrações Regionais principalmente a de Brasília. Devido à dificuldade de arcarem com alguns serviços necessários para a manutenção do Shopping, como a limpeza, os vendedores conseguiram realizar um acordo com a Administração, de forma com que esta arcasse com o serviço. No entanto o acordo não foi cumprido e os vendedores não tiveram outra alternativa senão arcar com as despesas de limpeza.

Outro problema identificado na relação entre os vendedores do shopping e o poder público se refere ao interventor que hoje o gerencia. Devido às denúncias de venda ilegal

de boxes pela antiga associação que representava os vendedores informais, o governo do Distrito Federal determinou que se interviesse no shopping e que a administração do mesmo ficaria a cargo deste interventor e outros funcionários públicos. Esta intervenção, entretanto, tem atuado de forma truculenta, muitas vezes de forma desrespeitosas com os vendedores, principalmente com as mulheres.

O Ministério Público tem uma boa avaliação na visão da maioria das associações entrevistadas. Recebe denúncias dos grupos e em alguns casos age de forma a favorecer os feirantes ou outros vendedores de rua.

Já no que diz respeito aos artesões, há bastante tensão também no diálogo com o poder público. Recentemente houve uma grande luta dos artesões para conseguir permanecer nos espaços que historicamente utilizam para a venda de seus produtos. Levando-se em conta a ilegalidade da feira com a proibição da existência de barracas de vendedores de rua em logradouros públicos havia um forte interesse em retirar os vendedores do local utilizando-se da prerrogativa da ilegalidade das barracas. Na tentativa de solucionar o problema, os artesãos negociaram com o governo do Distrito Federal a reforma de um espaço atrás da Torre de TV, bastante próximo ao antigo espaço, e a construção de lojas de alvenaria e toda a infraestrutura necessária para a permanência da feira.

As únicas políticas que têm sido realizadas em prol dos vendedores informais de Brasília têm sido a construção de espaços para a transferência dos vendedores de seus locais originais de trabalho para outros, muitas vezes distantes e com pouco movimento de compradores. Há alguns cursos de capacitação citados pelos vendedores que trabalham em quiosques, principalmente aqueles que trabalham com gêneros alimentícios, são cursos dados pelo Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa. Além disso, uma das diretrizes do governo é a de pressionar os vendedores de rua a se formalizarem através do Micro Empreendedor Individual e da adoção do Simples Candango.

### 3. PRINCIPAIS ORGANIZAÇÕES E DEMANDAS

A principal organização de vendedores informais da cidade é a Unitrailer, *União dos Proprietários de Trailers, Quiosques e Similares do Distrito Federal*, que conta atualmente com aproximadamente 13 mil filiados. A União trabalha com três segmentos: quiosqueiros, vendedores ambulantes e donos de trailers. Segundo dados fornecidos pela Unitrailer, os quiosques e trailers da cidade proporcionam o emprego direto de mais de 60 mil pessoas e o emprego indireto de cerca de 100 mil. A União apresenta uma proposta de transformação dos vendedores informais que trabalham nessas instalações em microempresários. A principal iniciativa nesse sentido foi a assinatura de convênio com a Associação Comercial do Distrito Federal (ACDF), permitindo, entre outras coisas, a abertura de uma linha de crédito especial para a construção de quiosques no desenho autorizado pelo IPHAN. No

que diz respeito ao trabalho dos quiosqueiros, a principal demanda dessa categoria de vendedores informais é concessão de um maior número de licenças de modo a tornar legais todos os vendedores de rua que participam da União.

No que diz respeito às associações que representam vendedores nos shoppings populares, a principal demanda destes grupos é a ação do governo público no sentido de trazer incentivos para a circulação de pessoas na região. Segundo os representantes da Associação dos Feirantes do Shopping Popular de Brasília (ASFESPO) e do Movimento de Mulheres do Shopping Popular de Brasília, várias soluções já foram cogitadas, como a instalação de um órgão governamental responsável pelo cadastramento de veículos e motoristas, no subsolo do shopping, que faria com que muitas pessoas tivessem que se dirigir ao shopping e eventualmente circular por ele.

A ASFESPO é composta por cerca de 200 filiados e existe há nove meses. O grupo surgiu após a prisão dos membros da Associação dos Vendedores Ambulantes do Shopping Popular de Brasília (ASSHOP), a associação que representava os vendedores desde a abertura do shopping há três anos e que se viu envolvida em esquemas de corrupção e venda ilegal de boxes. Este grupo hoje tem uma composição aproximada de 50% de homens e 50% de mulheres. Como acontece com relação às feiras, vários dos vendedores dessa associação estão se formalizando através do MEI. Não foi identificada uma associação específica para o shopping popular de Ceilândia. O grupo que há lá é o *Sindicato dos Vendedores Ambulantes do Distrito Federal*, com cujos representantes não foi possível realizar entrevista, mas pelo que pode se perceber de algumas conversas iniciais com o grupo é que atua no sentido de buscar transformar o vendedor informal, agora quase sempre nas feiras ou shoppings populares em micro-empresários ou empreendedores individuais.

As feiras contam com associações em cada uma delas. Estas associações têm a tarefa de organizar os vendedores nas feiras, funcionando na maior parte do tempo como órgão administrativo, muito mais do que político. Nestas feiras, como nos shoppings populares, os vendedores não são donos de seus boxes, mas têm uma concessão do governo distrital para realizar o comércio nesse espaço e pagam uma taxa mensal às associações para que se possa garantir a limpeza e melhoria constante das instalações e o pagamento de contas como a de água, luz e telefone, além dos funcionários da associação. As feiras contam com um sindicato específico, o Sindicato dos Feirantes do Distrito Federal, SINDFEIRA. Este órgão é a principal instância representativa da categoria de vendedores das feiras da

*OS QUIOSQUES  
E TRAILERS  
PROPORCIONAM  
MAIS DE 60  
MIL EMPREGOS  
DIRETOS E  
CERCA DE 100  
MIL INDIRETOS*

cidade de Brasília e existe desde 1977, contando com cerca de 30.000 filiados segundo estimativas de seus representantes.

A demanda mais importante para este grupo atualmente é a regulamentação dos feirantes e seus locais de trabalho. Isso acontece pelo fato de que o decreto que instituía o Termo de Permissão para os feirantes trabalharem nas feiras – que são do Estado – foi recentemente revogado deixando os vendedores sem nenhum amparo legal no que diz respeito à permissão para a venda, mesmo tendo sido regularizados no que diz respeito às questões fiscais envolvidas na compra e venda de mercadorias.

Com relação às feiras de artesanato, foram identificadas na Feira da Torre de TV duas associações: a Associação dos Artesãos, Artistas Plásticos e Manipuladores de Alimentos da Feira da Torre de Televisão (AFTTV) e a Associação dos Expositores, Artesãos, Artistas Plásticos e Manipuladores de Alimentos da Feira da Torre (ASSEAPMA).

## 4. ALIADOS

As alianças firmadas pelos vendedores informais de Brasília são muito diversas. A Unitrailers, por exemplo, aponta como aliados outros sindicatos e entidades de classe. Além disso, tem uma parceria formal com a ACDF, como já foi afirmado, sendo estes, para eles, grandes aliados na luta dos vendedores.

Há uma relação muito próxima entre algumas associações e a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal, através dos quais buscam apoio jurídico e financeiro (através da abertura de linhas de crédito) para os feirantes, vendedores dos shoppings populares e outras categorias de vendedores informais. Devido ao enfoque cada vez maior no micro-empendedorismo, estes vendedores estão cada vez mais próximos das associações e federações do comércio formal.

Não há muitos parceiros no que se diz respeito ao governo ou aos deputados distritais e federais. Algumas organizações contam com o apoio não muito sistemático de alguns deputados, mas esse apoio é pontual e segundo alguns entrevistados ocorre apenas durante o período eleitoral, não havendo um vínculo posterior com a categoria.

## 5. IMPACTOS DA COPA

CComo em outras cidades-sede, as obras de infraestrutura ligadas à Copa ainda estão focadas principalmente no estádio. Os vendedores entrevistados não relataram nenhum impacto negativo sentido até agora. Para eles, ao contrário, existe a perspectiva de os impactos sejam positivos. Mas para isso seria necessário que o governo atue de forma a favorecer os vendedores, com políticas de visibilização dos shoppings e feiras. Caso isso

não ocorra, a tendência é que os vendedores informais de Brasília permaneçam à margem do evento e não poderão desfrutar dos possíveis benefícios.

Os quiosqueiros tiveram um impacto relacionado às mudanças impostas pelo Patrimônio Histórico sobre o modelo dos quiosques a serem implantados na cidade. Esta mudança foi justificada pela necessidade de uma revitalização da cidade visando o Mundial de 2014. Esses vendedores tiveram que arcar com a edificação dos novos quiosques, se endividando através dos empréstimos facilitados pela ACDF.

De toda forma, a visão dos vendedores é bastante otimista, no sentido em que a maioria afirmou que o pode ser importante para a economia e para a geração de empregos. Isso não quer dizer que alguns não tenham sido mais críticos, apontando prejuízos como o aumento da dívida externa.

## 6. CONCLUSÕES E ENCAMINHAMENTOS

Os vendedores informais de Brasília praticamente não estão mais nas ruas e têm sido cada vez mais pressionados a se formalizarem através de mecanismos populares de taxação. Organizações como a Unitrainers já assumem parcerias com a Coordenadoria das Cidades para o fomento à regularização e formalização de seus associados.

Eles acabaram por incorporar uma significação da formalização ligada a uma idéia de que assumiriam outro patamar no comércio, superior. Para muitos, o fato de ser um microempreendedor aumenta sua autoestima e por isso, e isso faz com que anseiem por se tornar parte da economia formal. O mesmo se percebe com relação à exigência da modificação dos trailers e quiosques de Brasília. Esta mudança é apresentada pela Unitrainers como um avanço no empreendimento do quiosqueiro e os vendedores que trabalham nestes locais assumem o mesmo discurso, sem levar em conta que estão sendo obrigados a arcar com despesas que poderiam ser subsidiadas pelo governo.

Dessa forma, os brasilienses se diferem drasticamente de muitos vendedores do resto do país. Apresentam demandas quase todas elas voltadas para o comércio em si, como o aumento das vendas ou a busca de benefícios estatais ligados ao microempreendedorismo.

Os principais impactos negativos relacionados à Copa estão ligados à omissão do Estado em incluir no evento vendedores dos shoppings populares e feiras, que podem acabar isolados devido à distância imposta e o desinteresse em promover o trabalhos destes vendedores. Iniciativas como a visibilização em guias de turismo ou o uso estratégico do espaço no entorno do shopping como forma de trazer os turistas e moradores da cidade para estes locais podem ser soluções interessantes. Em locais como Brasília, onde a venda é proibida por lei se torna difícil a demanda pela permanência nas ruas, por isso é importante que se dê atenção aos locais onde os vendedores foram deslocados, porque apenas dessa forma será possível que a Copa implique em algum benefício para estes trabalhadores.

## NOTAS

1. Boa parte destes trabalhadores vinha das regiões Norte e Nordeste, as regiões menos desenvolvidas do país. Na busca de oportunidades de emprego, migraram para Brasília para as obras. Eram chamados de Candangos.
2. E como apresenta uma organização administrativa parecida com a de um estado, contam também com deputados federais eleitos também no mesmo período que os outros deputados federais dos outros estados.
3. A Rodoviária do Plano Piloto é uma estação para ônibus urbanos que trazem e levam todos os dias milhares de moradores das cidades satélites de Brasília que trabalham no Plano Piloto, que por sua vez concentra as principais autarquias do governo federal no país.
4. Conhecida como Rodoferroviária, a Rodoviária de Brasília é a estação que recebe os ônibus interestaduais na cidade. Ela se encontra numa localidade mais distante do centro político e comercial da cidade, numa região erma.







## I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Cuiabá é a capital do estado de Mato Grosso, localizado na região centro-oeste do país e possui 551.350 habitantes<sup>1</sup>. A maioria da população tem uma renda entre dois e cinco salários mínimos. Fundada em 1719, a cidade ficou praticamente estagnada desde o fim das jazidas de ouro até o início do século XX. A partir de então, apresentou um crescimento populacional acima da média nacional, atingindo o auge nas décadas de 1970 e 1980. Nos últimos 15 anos, o crescimento diminuiu, acompanhando a queda nacional. Hoje, além das funções político-administrativas, é o pólo industrial, comercial e de serviços do estado.

O comércio informal em Cuiabá se caracteriza por uma divisão bastante marcada entre os tipicamente conhecidos como camelôs, aqueles que vendem produtos industrializados, e os artesãos. No primeiro caso, os vendedores se localizam principalmente nas ruas e calçadas, ou nos dois shoppings populares: o Shopping Popular Cuiabá e o Shopping China. Já os artesãos permanecem principalmente nas praças da cidade realizando feiras em dias específicos da semana.

De acordo com estimativas da Prefeitura Municipal de Cuiabá, cerca de 400 vendedores de rua ocupam o espaço no entorno da Praça Ipiranga no centro da cidade. Até 1995, a maioria desses vendedores exercia sua atividade comercial nas praças e ruas do centro da cidade. Por decisão da prefeitura, foram obrigados a se instalar em outra área, mais periférica. A mudança pôs fim a uma longa batalha entre os vendedores e diversos outros grupos sociais e associações civis, de certa forma mediada pela

**551.350**  
HABITANTES

**9.816.819**  
PIB (R\$)

**7%**  
DESEMPREGO

**1.828**  
VENDEDORES  
INFORMAIS

**27,63%**  
ÍNDICE DE  
POBREZA

prefeitura, visando o controle de espaços públicos da capital, habitualmente ocupados por suas centenas de barracas<sup>2</sup>.

Os principais opositores à presença dos vendedores de rua nos logradouros e praças da cidade eram os comerciantes da cidade. Afirmando que os vendedores de rua

obstruíam a passagem e as vitrines das lojas, além da concorrência “desleal”, considerando que os vendedores informais não pagam impostos, os lojistas exigiam a retirada das barracas.

*A SECRETARIA  
MUNICIPAL DE  
MEIO AMBIENTE  
E ASSUNTOS  
FUNDIÁRIOS  
É RESPONSÁVEL  
POR FISCALIZAR  
A ATIVIDADE*

Em 1995, com a transferência dos vendedores de rua do centro para da região do porto de Cuiabá, foi montada uma estrutura ainda precária para o funcionamento do que viria a ser o Shopping Popular de Cuiabá. O camelódromo, como era inicialmente chamado, foi construído através de uma parceria entre a Prefeitura e a Câmara de Dirigentes Lojistas de Cuiabá.

Desde a sua criação, a Associação dos Camelôs do Shopping Popular, sofreu várias modificações em sua estrutura contando com uma ampla área coberta com área de alimentação, banheiros e um espaço que comporta hoje cerca de 400 boxes. Outro shopping popular bastante frequentado é o Shopping China Cuiabá, que possui 91 boxes e é administrado por uma empresa privada.

Já a situação dos artesãos se difere bastante dos camelôs. Há na cidade uma cultura de feiras de artesanatos em praças públicas que é bastante difundida. Algumas são realizadas em apenas um dia, outras apenas nos finais de semana, mas tem também as que são diárias. Entre estas feiras podemos citar a Feira de Artesanato da Associação mato-grossense de Artesãos, que acontece diariamente; a Feira de Artesanato Arte na Praça, que ocorre aos finais de semana; a Feira Internacional de Artesanato e a Feira do Artesanato Mato-Grossense que ocorrem uma vez por ano. Há ainda Feira Popular Artesanato na Praça que consiste num programa da prefeitura e ocorre mensalmente na Praça Alencastro, numa região central de Cuiabá.

## 2. RELAÇÃO COMO PODER PÚBLICO

Em Cuiabá, o marco legal que regula a atividade dos vendedores de rua é a Legislação Urbana (Lei 004/92, seção III – Das atividades Ambulantes) que proíbe o exercício do comércio informal nas ruas do município. O órgão responsável pela fiscalização da atividade é a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Assuntos Fundiários (SMMAAF).

Apesar da proibição da presença dos vendedores nas ruas, devido a alguns acordos com a prefeitura e a SMMAAF, foi cedido um espaço nos arredores da Praça Ipiranga, principal local de venda destes trabalhadores. Estes camelôs poderiam permanecer nos locais delimitados pela prefeitura (Praça Ipiranga, calçadas e calçadões), até que fosse solucionada a questão de para qual local seriam deslocados. Devido a essas negociações e contatos realizados com órgãos municipais, as associações afirmam ter uma boa relação com a Secretaria e outros órgãos públicos.

Recentemente, outro acordo foi feito após uma ação judicial que obrigou a prefeitura a retirar os vendedores das ruas considerando a ilegalidade da atividade em Cuiabá. Representantes da municipalidade e o Sindicato dos Camelôs do Estado do Mato Grosso (SINCAMAT) e a Associação dos Camelôs e Vendedores Ambulantes de Cuiabá (ASCAVAC), conseguiram garantir que 175 vendedores de rua cadastrados pela SMMAAF pudessem ser realocados para um espaço provisório, próximo ao local onde se localizavam anteriormente.

Estes vendedores poderão permanecer no local, desde que estejam devidamente identificados por um crachá fornecido pela prefeitura. O acordo prevê a transferência de cerca de 300 vendedores para um espaço definitivo a ser construído. A identificação e realocação dos vendedores de rua ficarão a cargo da Secretaria Municipal de Trabalho e Desenvolvimento Econômico.

Com relação aos vereadores e ao diálogo com as associações representantes dos camelôs, cabe destacar que o presidente da associação que representa o Shopping Popular de Cuiabá é atualmente vereador da cidade e atua esporadicamente em defesa dos direitos dos vendedores de rua, mas principalmente dos vendedores do shopping popular. Ele é reconhecido como um dos principais aliados pelo SINCAMAT, mas na avaliação da ASCAVAC, esse apoio não é muito sistemático.

Os deputados federais e estaduais são pouco ativos no que se refere à defesa dos direitos dos vendedores de rua. Esse é o caso também das subprefeituras e a Defensoria Pública. Da mesma forma tanto a Polícia Civil quanto a Guarda Municipal não apresentam posturas negativas com relação aos vendedores informais. Já o Ministério Público foi um grande aliado em alguns momentos contendo liminares que obrigavam a retirada de vendedores de rua fora dos pontos especificados pela prefeitura.

Com relação à existência de políticas públicas para os camelôs, não foi possível identificar nenhuma ação em andamento organizada pelos órgãos públicos. Anteriormente podemos citar a construção da estrutura do camelódromo que daria origem ao Shopping

## *OS DEPUTADOS FEDERAIS E ESTADUAIS SÃO POUCO ATIVOS NA DEFESA DOS DIREITOS DOS VENDEDORES AMBULANTES*



Popular Cuiabá. Tendo como exemplo este processo, os vendedores de rua hoje negociam com o governo municipal a possibilidade de que esta financie a construção do espaço definitivo para a permanência dos camelôs do centro, um espaço que seria localizado próximo ao Shopping Popular Cuiabá e que teria previsão de ser finalizado em 2012.

Ao contrário da situação dos camelôs, existem várias políticas voltadas para os artesãos. Elas objetivam fomentar o comércio de artesanato dando suporte a algumas destas feiras, principalmente vindas da Secretaria Especial de Indústria, Comércio e Turismo de Cuiabá (SICME), da Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo, da Secretaria de Trabalho, Emprego, Cidadania e Assistência Social (SETECS) e da Secretaria de Cultura.

A Secretaria Especial de Indústria, Comércio e Turismo de Cuiabá apresenta um programa de fomento ao artesanato, incentivando a existência de feiras nas praças e realizando algumas políticas de capacitação dos artesãos. O programa atua através das associações presentes na cidade. O Programa de Artesanato Mato-grossense tem como objetivo propor estratégias que garantam o papel do artesanato/artesão como representativo da identidade cultural do Estado e que necessita de medidas incentivadoras que desenvolva a sua capacidade empreendedora. Para isso foi constituída a Comissão Institucional do Programa de

Artesanato Mato-grossense, que gere o Programa. Este programa estadual faz parte do Programa do Artesanato Brasileiro<sup>3</sup>, do governo federal, sendo a forma encontrada em Mato Grosso para realizar a implementação dessa política nacional.

O programa tem como objetivo ainda estruturar, organizar e gerir, coordenar e supervisionar todas as ações e seus instrumentos de operacionalização no Estado com foco na geração de oportunidades de trabalho e renda, estimulando a formação de cooperativas e associações. Cerca de 30 mil artesãos estão inscritos<sup>4</sup> no programa em todo o estado. Eles têm acesso a linhas de crédito e cursos de capacitação fornecidos na maioria das vezes pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Há ainda um programa de artesanato chamado “Feira Popular - Artesanato na Praça”. A partir desse projeto, mulheres chefes de família expõem e comercializam produtos artesanais variados. O objetivo é fomentar a autonomia financeira dessas mulheres e qualificá-las para a obtenção de linhas de crédito, desenvolvimento de design para seus produtos, parcerias para negócios, além de estimular o empreendedorismo e associativismo. A maioria dos produtos comercializados são roupas, objetos de decoração, bordados e crochês.

## *CUIABÁ APRESENTA UM PROGRAMA DE FOMENTO AO ARTESANATO, INCENTIVANDO A EXISTÊNCIA DE FEIRAS*



### 3. PRINCIPAIS ORGANIZAÇÕES E DEMANDAS

Entre os camelôs, podemos identificar a presença de duas organizações entre aqueles que permanecem nas ruas: o Sindicato dos Camelôs do Estado do Mato Grosso (SINCAMAT) e a Associação dos Camelôs e Vendedores Ambulantes de Cuiabá (ASCAVAC), já citados. A principal demanda destas associações é a da regularização dos vendedores, de forma que possam trabalhar com tranquilidade e segurança, visto que acordos firmados com a Prefeitura acerca dos locais de venda destinados a estes ocorreram de maneira informal, tendo em vista que a atividade de venda com barracas é proibida na cidade. Dessa forma,

#### *OS VENDEDORES DE RUA DE CUIABÁ ANSEIAM PELA CONSTRUÇÃO DE UM SHOPPING POPULAR OU CAMELÓDROMO*

caso haja mudanças na administração da Secretaria de Meio Ambiente – responsável pela fiscalização do comércio informal– e da Prefeitura, os vendedores de rua podem perder o espaço que possuem hoje.

Ao contrário do que acontece em Salvador, os vendedores de rua de Cuiabá anseiam pela construção de um camelódromo ou shopping popular para que estes possam ter a garantia de um espaço para trabalhar, sem precisar depender dos acordos firmados com a prefeitura. Estes projetos de construção de shoppings como citado acima se tornaram a melhor solução encontrada pelos vendedores ambulantes para continuarem trabalhando no comércio informal, tendo alguma segurança em sua atividade.

O SINCAMAT afirma ter em torno de 450 vendedores de rua filiados. O sindicato existe há cerca de trinta anos, todavia sofreu uma reorganização há cinco. Além disso, se caracteriza pela presença maior de mulheres entre os filiados. A ASCAVAC por outro lado é mais recente. Existe há oito anos e conta com um número menor de filiados, 198 vendedores. Destaca-se mais uma vez a maior proporção de mulheres que homens nesse grupo também. Há ainda a Associação dos Camelôs do Shopping Popular de Cuiabá, que é composta pelos 400 comerciantes informais do Shopping Popular de Cuiabá.

Além desses grupos, foram identificadas algumas associações de artesãos, dentre elas a Associação de Artesanato Mãos de Ouro, a Associação Mato-grossense de Produtores Artesanais (AMPA), a Associação Mato-grossense de Artesãos (AMA), Associação Mato-Grossense de Artesanato e Culinária (AMAC) e por fim o grupo “Mulheres em Ação” no Artesanato da Baixada Cuiabana.

A Associação de Artesanato Mãos de Ouro é composta por mais de 160 artesãos que ficam rodando a cidade em diversos pontos de venda e é composta majoritariamente por mulheres. No caso do projeto “Mulheres em Ação no Artesanato da Baixada Cuiabana”

como já se falou anteriormente partiu de uma iniciativa do governo promover a autonomia econômica das mulheres a partir do artesanato. Como o próprio nome já revela, o projeto é composto apenas por mulheres.

De uma forma geral, todavia, a maioria das associações de artesanato são compostas principalmente por mulheres. Esse também é o caso da AMPA, onde 70% dos 730 artesãos cadastrados são mulheres. Essa associação é responsável pela realização da Feira de Artesanato Arte na Praça.

Outra associação de artesãos é a AMA, que tem 25 anos de existência. É composta por 50 filiados que trabalham em uma travessa no centro da cidade. Caracterizam-se por serem geridos principalmente por famílias, cujos componentes se revezam na produção e venda de mercadorias. Algumas das barracas são especializadas na venda de gêneros alimentícios e bebidas, mas em sua maioria são artesãos. O espaço utilizado para a exposição dos produtos é cedido pela prefeitura há mais ou menos doze anos, assim como acontece com a AMPA. As barracas e toda a estrutura da feira são custeadas e mantidas pela associação.

Já a AMAC foi fundada por uma estudante de culinária que se uniu a outros feirantes para organizar uma associação de vendedores especializados na venda de comidas típicas cuiabanas em feiras livres. A intenção da organização é conseguir o apoio de autoridades públicas, entidades e da população para que as feiras de rua constem no roteiro oficial de turismo das cidades. O grupo quer aproveitar a preparação de Cuiabá para a Copa de 2014 e incluir feiras de artesanato e comidas típicas no roteiro oficial de turismo da Capital.

## 4. ALIADOS

Quanto aos possíveis aliados, poucos afirmaram terem o auxílio de outros grupos ou organizações. Em geral os aliados foram identificados entre órgãos do governo ou o vereador que é conhecido pela sua atuação à frente da associação ligada ao shopping popular de Cuiabá.

Os sindicatos formais não são vistos como aliados e em geral têm pouco ou nenhum relacionamento com eles. Apenas o SINCAMAT afirmou já ter havido apoio da CUT na prestação de assessoria, seja para a reformulação do sindicato seja para a construção de estratégias de atuação. Mas este apoio não é avaliado como algo sistemático e aconteceu em períodos pontuais.

Com relação aos artesãos, algumas secretarias têm sido vistas como aliadas estratégicas. É o caso da Secretaria de Cultura e a SICME, que tem realizado atividades de fomento ao artesanato estadual. Além disso, foram identificados artesãos que contam com o apoio de grupos da iniciativa privada, que patrocinam a produção de barracas, como é o caso da AMPA.

## 5. IMPACTOS DA COPA

A cidade ainda não apresenta um alto número de obras de infraestrutura voltadas para a Copa do Mundo. As obras do estádio principal já foram iniciadas, e estão sendo feitas modificações em projetos relacionados à mobilidade urbana. Além disso, diversas denúncias de corrupção ligadas a estes projetos estão sendo publicadas nos meios de comunicação, fazendo com que o processo de implementação das obras se torne mais lento.

As obras que apresentam maior potencial de impacto sobre os vendedores de rua em Cuiabá são os projetos de mobilidade urbana próximos à Praça Ipiranga, onde há maior concentração de camelôs na praça e nas calçadas. A construção de corredores de ônibus nesse local implicará na necessidade de alargamento de vias e redução dos espaços destinados às calçadas, o que faz com que os vendedores informais não tenham lugar para colocar suas barracas. Além disso, a revitalização do entorno tem como um dos objetivos a retirada dos vendedores que ali estão.

Todavia, existe há bastante tempo na cidade uma forte pressão do comércio formal para a retirada dos vendedores de rua das calçadas e praças. Essa pressão já resultou na retirada dos cerca de 400 vendedores de rua que circulam pelo centro. Os vendedores ocupavam espaços restritos designados pela prefeitura, de onde também foram proibidos de permanecer atualmente. Hoje podem exercer sua atividade apenas numa outra praça próxima à Praça Ipiranga, mas que também está sujeita a se tornar alvo de projetos de revitalização.

Os vendedores de rua de Cuiabá avaliam como positiva a vinda da Copa para a cidade, principalmente porque já vêm enfrentando o processo de remoção das áreas centrais há bastante tempo e não acreditam que a situação possa piorar. Da mesma forma, não identificam a ligação entre as remoções e o interesse dos órgãos governamentais em promover uma limpeza urbana.

## 6. CONCLUSÕES E ENCAMINHAMENTOS

Os vendedores de rua de Cuiabá enfrentam um momento bastante complicado. Por um lado a legislação local proíbe o comércio de rua na cidade. Por outro, há alguns anos tem sofrido com a dura oposição dos comerciantes formais, que pressionam a prefeitura a fiscalizar e coibir a atividade. A administração municipal por outro lado, não apresenta uma atitude ruim em relação aos vendedores. Na maioria das vezes tem deixado os vendedores permanecerem em determinados locais, enquanto não se constrói um espaço para eles.

No entanto, a pressão cada vez maior da Câmara de Comércio de Cuiabá somada às diretrizes de revitalização urbana relacionadas à Copa do Mundo, fizeram com que os vendedores fossem retirados de vez dos seus locais de venda, permanecendo até quinze



dias sem poderem trabalhar, devido a liminares judiciais que obrigavam a prefeitura a retirar e fiscalizar a presença desses comerciantes nas ruas do Centro.

Tendo em vista este cenário, os vendedores informais têm como principal demanda a construção de um espaço para que possam ser alocados. Com uma legislação que não permite a atividade informal nas ruas, os vendedores não têm condições de reivindicar a sua continuidade nas praças e calçadas. Essa vulnerabilidade os leva a acreditar que a melhor solução para eles é a mudança para shoppings populares, onde não sofreriam diariamente com a incerteza da possibilidade de permanência no local que hoje estão.

## NOTAS

1. Sua região metropolitana possui quase 1 milhão habitantes, também segundo o Censo 2010.
- 2.
3. Na década de 70 o Governo Federal criou o Programa Nacional do Desenvolvimento do Artesanato no âmbito do Ministério do Trabalho. Este é substituído nos anos 90 Programa do Artesanato Brasileiro gerido pelo extinto Ministério Ação Social. Em 1995 passa a ser vinculado ao Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, e posteriormente pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Nos anos 2000 o Programa do Artesanato Brasileiro ganhou importância na gestão pública, com status de Programa Orçamentário. É representado nos Estados e Distrito Federal pelos Governos/ Secretarias/Coordenações Estaduais que implementam suas ações conforme a sua política e diretrizes.
4. O cadastramento é feito pela própria SICME/ CIPAM. A carteira de Artesão deve ser renovada anualmente e para adquiri-la são necessários documentos básicos como fotos 3x4, Carteira de Identidade, CPF além de uma peça pronta do Artesanato. A carteira dá direito ao artesão de expor e comercializar os produtos em eventos promovidos pela SICME/CIPAM, isentar os produtos comercializados da cobrança de impostos, permite que regule a profissão artesão na Carteira de Trabalho e consequentemente garantir alguns direitos de seguridade social. Além disso dá acesso às diversas ações promovidas pela SICME.

## REFERÊNCIAS

Brandão, Ludmila. O “camelódromo”, a cidade e os fluxos globais subalternos. *Pós*, São Paulo, v. 16, n. 25, p. 232-251, 2009.

