

Mercados periféricos na ordem do capitalismo global: a rota China-Paraguai-Brasil¹

Rosana Pinheiro-Machado
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Doutoranda em Antropologia Social
rosana.pinheiro@ufrgs.br

Resumo

Etnografando uma cadeia comercial de bens tipo “bugigangas”, busquei acompanhar o fluxo de bens e pessoas que acontece na rota China-Paraguai-Brasil. Nesse movimento de seguir a vida sócio-espacial ou a biografia dos objetos, observei uma faceta dos fluxos contemporâneos da globalização, que pode ser considerada manifestação de um processo popular e não-hegemônico (Ribeiro, 2007). Procuro mostrar a *agency* coletiva e as estratégias dos atores econômicos que manipulam e recriam esse processo através da formação de redes de ajuda mútua, as quais remontam a uma tessitura resistente frente à ordem estabelecida, tensionando noções de ilegal/legalidade, formal/informalidade. Neste paper, contextualizo as condições socioeconômicas que propiciaram que os mercados de rua e/ou populares do Brasil, a partir dos anos 80, passassem a vender proeminentemente mercadorias *made in China*. Entender a abertura das Zonas Econômicas Especiais durante a reforma econômica da China é crucial para explicar o que acontece na América do Sul hoje em termos de comercialização de bens chineses e formação de mercados periféricos, especialmente no Brasil e no Paraguai. A etnografia ocorreu nos mercados de rua de Porto Alegre (Brasil), na fronteira Foz do Iguaçu/Ciudad del Este (Paraguai) e na zona fabril do Delta do Rio da Pérola (China).

Palavras-Chave: Globalização popular; informalidade; *commodity chain*.

¹ Notas preliminares do trabalho apresentado na 26ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 01 e 04 de junho, Porto Seguro, Bahia, Brasil. Mesa Redonda “A Globalização Popular. O sistema mundial não-hegemônico”, coordenada por Gustavo Lins Ribeiro (UnB), a quem agradeço o convite de participação. Componentes: Rosana Pinheiro Machado (UFRGS), Fernando Rabossi (MN/UFRJ), Rosinaldo Silva de Sousa (UNIFAP). Este paper é apenas um esboço de minha apresentação e levantamento de alguns pontos para discussão.

A partir do final nos anos 90, o extraordinário crescimento econômico da China passou a ser notícia diária no Brasil. Desde então, enviados especiais, reportagens exclusivas e muito debate emergiram na tentativa de digerir o dragão que, surpreendentemente, vem impondo-se como um novo império mundial. O boom da indústria chinesa, entretanto, não é um fato tão recente, e teve sua alavanca no final dos anos 70. Esse processo está relacionado a um projeto nacional de desenvolvimento e crescimento econômico, o qual ocorreu através do incentivo da industrialização acelerada cuja âncora está na criação das Zonas Econômicas Especiais (ZEE), encabeçadas por Deng Xiao-ping - reformador da China pós-Mao.

Desde a recente aparição do “fenômeno China” nos circuitos hegemônicos de informação, instaurou-se, no Brasil, uma curiosa corrida por parte do setor empresarial e do governo (estaduais e central) na tentativa de usufruir essa bilionária economia. No entanto, alguns setores comerciais populares brasileiros, com pelo menos uma década de antecedência, já partilham dos benefícios do *boom* chinês na medida em que vêm negociando, direta ou indiretamente, com um setor paradigmático daquela economia, que é a sua pequena e média indústria. Noutras palavras, camelôs e sacoleiros, há muito, já comercializam bugigangas chinesas, importando bens daquele país e aproximando universos mercantis entre os dois países.

Na minha fala, esboço algumas reflexões sobre esses trânsitos comerciais que adquirem autonomia de leste a oeste e caracterizam-se como “fluxos entre (e produzidos pela) própria periferia” (Yang, 2002). Trata-se de circuitos de bens e pessoas que se distanciam dos grandes núcleos econômicos mundiais e geram trabalho e renda em setores periféricos. Mais especificadamente, examino a rota China-Paraguai-Brasil, sob o ponto de vista da “globalização popular” - tema que norteia as discussões desta Mesa.

Como Ribeiro vem pontuando em diversos trabalhos (2003, 2006, 2007), a globalização é um processo heterogêneo, construído por múltiplos atores e, principalmente, o poder hegemônico pode ser contrabalanceado por inúmeras (alter)nativas, sendo a globalização popular uma dessas forças. Para o autor, os fluxos globais de mercado popular são não-hegemônicos “não porque seus agentes pretendem destruir o capitalismo global ou instalar algum tipo de alternativa à ordem que prevalece. Eles são não-hegemônicos porque suas atividades desafiam estabelecimentos econômicos em um nível local, regional, nacional, internacional e transnacional. Consequentemente, eles são retratados como uma ameaça para poder econômico e político das elites estabelecidas, as quais desejam controlá-los” (2006, p. 19).

Um dos exemplos da globalização popular, apontados por Ribeiro e que bem norteando minhas pesquisas nos últimos anos, refere-se justamente ao processo mercantil de comercialização de “bugigangas” e falsificações, produzidas na China ou em outros países asiáticos, que proporcionam o fluxo de milhões imigrantes, comerciantes em escala planetária. Tais deslocamentos de pessoas e bens criam poderosos circuitos mercantis sob a égide de redes sociais cujo resultado é a conexão entre economias locais (pré-existent) e, conseqüentemente, o seu fortalecimento.

Comecei este paper discorrendo sobre a situação atual da China e a corrida empresarial e governamental em torno dela, pois considero este caso exemplar acerca do tempo e da velocidade da globalização popular. Muito antes de o fenômeno chinês se tornar notório no Brasil, havia certos setores que já comercializavam com aquele país, introduzindo novos bens no mercado, mudando hábitos de consumo da população e alterando a estética dos grandes centros urbanos frente à imposição mundial da nova e onipresente força “made in China”.

Entre os anos oitenta e noventa, quando algum de nós ia às famosas “feiras do Paraguai” e/ou camelódromos e deles traziam aqueles típicos enfeites de Natal (ou videocassete, perfumes, uísques...) - os quais soavam como “uma grande novidade” - ali já estava presente, de forma muito incisiva, os efeitos da aceleração da industrialização do sul da China. Isso porque, naquela época, o comércio da fronteira Foz do Iguaçu/Cuidad del Este (Brasil/Paraguai) começava a viver o seu auge através da importação de bens da China pelos comerciantes árabes e chineses (taiwaneses e cantoneses), os quais expandiram as fronteiras da indústria das ZEE e aproximaram universos comerciais longínquos. Sacoleiros de diversos estados, então, passaram a realizar freqüentes excursões para buscar esses produtos e introduzi-los no mercado brasileiro. Portanto, consumidor do Brasil e produtor da China já estão conectados, sob o ponto de vista mercantil, há pelo menos 30 anos, devido à mediação de imigrantes no Paraguai, que fizeram daquela fronteira uma das mais visadas e efervescentes do mundo contemporâneo, redistribuindo riquezas e gerando trabalho, formal e informal.

Tais fluxos mercantis são mais velozes do que os que ocorrem em esferas legitimadas, formais e regulamentadas, porque boa parte desse circuito vai envolver níveis de informalidade - esta entendida como processos de trabalho e mercado que não estão previstas por sistemas legais estatais. Assim, mecanismos informais tendem a ser rápidos uma vez que atuam sob caminhos menos burocráticos e mais pessoalizados. Contratos orais, acordos de compadres, negócios em famílias são os meios primordiais através dos quais tal comércio se viabiliza em boa parte de seu percurso.

O tempo de uma mercadoria ser fabricada na China até chegar às mãos de um consumidor final brasileiro através de uma banca de camelô ou uma loja de “1,99”, por exemplo, pode levar 45 dias, segundo meus cálculos maximizando todas as etapas do processo. Eu demorei nove anos para percorrer o mesmo caminho. Afinal, planejar e organizar uma pesquisa etnográfica que cruza o globo de Oeste a Leste, perpassa três idiomas e alguns circuitos ilegais, requer algum tempo, que, definitivamente, não é o mesmo ao de uma mercadoria ser “shipada”.

Entender uma faceta da globalização popular, em minha pesquisa, envolveu escolhas teóricas e metodológicas específicas a fim de dar conta de meu objetivo principal, qual seja, acompanhar uma cadeia produtiva completa, aderindo, assim, àquilo que na Antropologia é chamado de “vida sócio-espacial das coisas” cuja base está nos trabalhos de Appadurai (2006) e Kopytoff (2006). Muitos são os termos empregados para definir esses desafios da disciplina de seguir objetos e pessoas: ciência dos fluxos, dos deslocamentos, do movimento, *commodityscapes*, *global commodity chain* (GCC). Percorrem-se fluxos de objetos ordinários e tangíveis contra a idéia alienante da globalização. Um trabalho similar a de um detetive *crossing-border* que, atrás de bens, busca significados e relações sociais. Esse fascínio pela mobilidade dos objetos e a sua agency é conhecido como “fetichismo crítico”, o qual tem por objetivo demonstrar como o movimento das mercadorias, através de redes sociais, é capaz de unir localidades separadas geograficamente e conectar atores (produtores e consumidores) estratificados por classes, gênero, etnia. (Foster, 2006).

Em minha pesquisa, optei por seguir o fluxo de uma determinada cadeia, observando como bens circulam em níveis transnacionais através da conexão de atores ligados por redes sociais, as quais se metamorfoseiam em cada um dos lugares em que observei. Para um fetichismo crítico, é indispensável mobilidade metodológica, uma vez que se busca dar visibilidade a uma mercadoria em seu percurso de norte a sul, de leste a oeste. Tais objetos de estudo, que exige a presença em vários lugares onde um mesmo fenômeno se manifesta, fizeram emergir a idéia de etnografia multissituada (Marcus, 1995).

Conforme pontuou Foster, os riscos de etnografias multissituadas são grandes e desafiadores, como o de se perder a descrição densa (fruto do campo a longo prazo, *in loco*, compartilhando de uma mesma linguagem, etc.) tal como consagrada por Geertz, bem como o de se perder “a prática espacial da insistência intensiva” (Clifford *apud* Foster, 2006). Assumir a etnografia multissituada é assumir que em algo se perde em densidade da dimensão local, mas se ganha no entendimento da globalização, desmitificando-a ao

mapear redes e processos sociais que ocorrem em níveis transnacionais. Minha opção nesse impasse foi procurar um ponto de equilíbrio entre o “situada” e o “multissituada”: em cada lugar que estive, procurei morar, “criar raízes”, “insistir” com os locais, aprender a língua se fazer ser vista, ainda que eu tivesse sempre em trânsito, seja na China, seja entre o Brasil e Paraguai.

De 1999 a 2004, realizei trabalho de campo junto aos camelôs da cidade de Porto Alegre, observando seu cotidiano de vendas. Nos últimos dois anos daquele período, participei de algumas excursões organizadas para Ciudad del Este (cidade paraguaia que faz fronteira com Foz do Iguaçu, Brasil), as quais duravam 48 horas, cujo objetivo pontual dessas pessoas caracteriza-se por buscar mercadorias. Essas viagens, para mim, significavam conhecer de onde vinham os produtos, bem como entender as raízes das novas roupagens dos mercados de rua brasileiros que, desde os anos 70 e 80, passaram a ser predominantemente *made in China*.

Em outra etapa da pesquisa, entre Novembro de 2005 e Setembro de 2006, viajei inúmeras vezes à fronteira Brasil/Paraguai com o intuito de estudar o comércio da região (Ciudad del Este constitui-se um dos maiores centros comerciais do mundo), especialmente os chineses que importavam os bens do país de origem. Fechando um ciclo de pesquisas, entre o final de 2006 e início de 2007, passei sete meses nas Zonas Econômicas Especiais (ZEE)² da província de Guangdong (China), visitando fábricas e centros de distribuição daqueles bens que encontramos à venda nos mercados populares brasileiros.

Entre 1999 a 2007, conclui o percurso de uma rota da globalização popular, atentando para a importância das conexões e da interpessoalidade que sustentam esse mercado. Do camelô ao empresário chinês, analisei, basicamente, as estratégias de negociação, as redes de solidariedades e os mecanismos microscópicos de lidar com as regras estabelecidas, que vão do “jeitinho” a *guanxi*. Entender as várias etapas de um processo produtivo remete a um amplo campo teórico contemporâneo acerca da noção de Global Commodity Chains (GCC). Entretanto, quando comecei a estudar o camelódromo de Porto Alegre, pouco sabia aonde queria chegar e em que direção seguir. Assim, estudar o ciclo de uma GCC não foi algo premeditado, mas ao mesmo tempo, isso não deixou de ser um caminho que se impôs naturalmente, vindo da constatação evidente de que a explosão mercados de rua no Brasil constitui apenas a ponta de um iceberg de um fenômeno global muito maior.

² ZEE: cidades que possuem sistemas mercantis e legais diferenciados do resto do país, visando atrair investimento externo e expandir a produção.

O estudo de GCC ajuda a elucidar, entre outras coisas, como um camêlo pertencente a grupos populares no Brasil está conectado a um produtor chinês. Muitas vezes, tal comerciante não tem consciência da cadeia completa, pois ele está alienado da extensa ramificação do processo em sua manifestação global. Entretanto, embora esse agente possa não ter o conhecimento claro de toda a cadeia, e sequer imagine a origem de seus produtos, ele terá influência capital sobre o ponto de partida mercantil, e vice-versa. Os exemplos dessa sinergia entre as pontas e movimentos reverberantes do ciclo são inúmeros. A produção da pequena e média indústria na China teve impacto no consumo dos grupos populares no Brasil e tal consumo, por seu turno, tem sido fundamental para sustentar parte do mercado chinês que vem para a América do Sul. O que se consome no Brasil faz com que milhares de sacoleiros vão ao Paraguai buscar mercadorias e, assim, aquele mercado fronteiro se fortalece, sendo responsável pela emigração chinesa de Guangdong, onde a produção de bugigangas não pára.

O estudo de GCC começou com um forte vínculo com a teoria de sistema-mundo, encabeçada por Immanuel Wallerstein, o qual definia esse processo enquanto uma rede global (centro-periferia) de trabalho e produção que terá como produto uma mercadoria. Gary Geriffy estendeu a concepção de GCC para uma rede mais ampla, que abarca de produtores a consumidores. (Foster, 2006). Como mostra Ziegler (2007), o estudo de GCC sofreu inúmeras e significativas alterações, ao mostrar o papel de diferentes atores, poderes e espacialidades envolvidas no processo mercantil global. Para a autora, GCC é, ao mesmo tempo, uma base teórica e metodológica para a compreensão da história dos sistemas produtivos e de distribuição. Atenta-se para os diversos processos que uma mercadoria passa ao longo de sua viabilidade mercantil, bem como para os diferentes atores responsáveis pela sua governança em escala global, conforme chamou atenção Gary Gereffi em seus proeminentes estudos sobre GCC. Busca-se trazer à tona desse processo as desigualdades presente ao longo da cadeia (entre norte-sul, ver Freidberg, 2004), o papel ativo de atores em condições desfavoráveis no jogo do mercado global e a capacidade individual inovadora. Os objetos a serem acompanhados podem ser variados, como flores (Hughes, 2001; Ziegler, 2007), peixes (Bestor, 2000, 2001), ervilhas (Freidberg, 2004).

Bestor entende a estrutura de uma *commodity chain* como “os links, os estágios, as fases e as mãos através dos quais um produto passa e é transformado, combinado, fabricado e distribuído entre produtores e consumidores” (2001, p. 80). Um dos pontos importantes apontados pelo autor, que se diferencia da teoria do sistema-mundo e vai ao encontro dos objetivos deste paper, é que o entendimento GCC também pode ser útil

para dar visibilidade ao “ator/comerciante intermediário”, ou seja, não apenas para os grandes produtores hegemônicos, mas como aponta Hughes (2001), para aqueles produtores cuja influência sobre o resto da cadeia não é tão direta no sentido de pressão e dominação, mas que possuem importância capital no sistema de distribuição. No caso do universo empírico aqui abordado, produtores chineses estão imbricados aos comerciantes imigrantes e aos sacoleiros. Existem influências das partes umas sobre as outras, mas igualmente existe grande autonomia social, econômica e cultural em cada uma das *commoditiescapes*.

Em meu entendimento, uma congruência entre os dois principais conceitos que circundam este trabalho pode ser de extrema valia. Se pensarmos *global commodity chain* sob a égide da globalização popular, alcançaremos algo novo para esta linha de pensamento contemporâneo cuja característica primordial tem sido o entendimento de um sistema de produção, distribuição e consumo em circuitos formais e/ou regulamentados de mercado. Embora o estudo de GCC seja bastante difundido na atualidade, temos poucos casos da investigação social de cadeias marcadas pela presença de mecanismos considerados ilegais e não-hegemônicos, como o mercado de “pirataria” e o seu devido processo de contrabando. Em geral, estudos sobre tais objetos são caracterizados menos pela transversalidade e mais pela verticalidade e localidade.

No entanto, se pensarmos no sentido oposto, ou seja, globalização popular como *commodity chain*, é possível perceber que nem sempre esse sistema será não-hegemônico no sentido de, como define Ribeiro (2006, p. 19), um amplo universo que envolve atividades econômicas ilegais, as quais necessitam ser repreendidas pelo Estado, pois estão fora dos parâmetros definidos por ele. A *commodity chain* estudada, compreendida entre China-Paraguai-Brasil, releva que se trata de uma manifestação, sobretudo, popular, pelas características mais amplas do universo de produtores, distribuidores e consumidores; mas muitas vezes ligados ao sistema hegemônico, ou paralelo a ele.

O estudo da cadeia completa revela ondas complexas, as quais entrelaçam sistemas legais/ilegais; formais/informais; hegemônicos e não-hegemônicos. Acompanhar uma mercadoria mostra-nos que tais categorias se metamorfoseiam ao longo de sua vida social, dependendo dos espaços onde circulam e, principalmente, das vozes que a legitimam. Deixando de lado as propriedades materiais de uma mercadoria, certamente, na China uma mercadoria é menos falsa do que no Brasil, uma vez que cada país possui concepções divergentes no que concerne ao entendimento histórico e cultural a respeito da produção de cópias.

Etnografando espacialidades como o camelódromo de Porto Alegre e a Ponte da Amizade que une Foz do Iguaçu de Ciudad del Este, percebemos que se sobressai no todo um sistema periférico, informal, popular e pautado pela lógica econômica e cultural capitalista. Etnografando a região do Delta do Rio da Pérola na China (zona industrial de Guangdong) alcançaremos a base da cadeia produtiva e esta, no entanto, aponta que os limites entre uma fábrica legal e ilegal, formal e informal são tão fluidos que tais fronteiras se esvaziam de sentido.

Embora a pequena indústria chinesa seja orientada para um consumo popular, de baixo custo e pouca qualidade e, portanto, produza mercadorias mundialmente consideradas ilegais (como as falsificações) e isso movimente contrabando, imigração e trabalho ilegal, temos, nas raízes dessa cadeia, um sistema legitimado socialmente, no momento em que o governo central chinês, velada e notoriamente, apóia tal mercado, entendendo que ele tem sido a âncora do crescimento e do boom da economia nacional. Como argumenta Miller³ (2008), um sistema ilegal protegido pelo Estado é, em última instância, um sistema legal. Assim, entendo que a globalização popular vislumbrada no escopo dessa pesquisa, alterna e, principalmente, negocia seus níveis de regulamentação e não-regulamentação conforme conveniente para a sobrevivência e fluidez de seu percurso.

Referências bibliográficas

Appadurai, Ajurn. 2006. "Introduction: commodities and the politics of value". In Appadurai, A. *The Social Life of Things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press. p. 3-63.

Bestor, Nestor. 2000. "How Sushi Went Global". *Foreign Policy*, No. 121, pp. 54-63

_____. 2001. "Supply-side sushi". *American anthropology*. 103 (1), pp. 76-95

Foster, Robert. 2006. "Tracking Globalization: Commodities and Value in Motion." In *The Sage Handbook of Material Culture*. Eds. C. Tilley et. al. London: Sage. Pp. 285-302.

Freidberg, S. 2004. *French Beans and Food Scares: Culture and Commerce in an Anxious Age*. New York: Oxford University Press.

Hughes, Alex. 2001. "Global Commodity Networks, ethnical trade and governmentability". *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series, Vol. 26, No. 4, pp. 390-406

³ Comunicação pessoal.

Kopytoff, Igor. 2006, "The cultural biography of things: commoditization as process". In: Appadurai, A. *The Social Life of Things*. Cambridge University Press. p. 64-94.

Marcus, George. 1995. "Ethnography in/of the World System: The emergency of Multi-Sited ethnography". *Annual Review of Anthropology* 24: 95-117.

RIBEIRO, GUSTAVO LINS. 2003. "Cosmopolíticas". *Postimperialismo, Cultura y Política en el mundo contemporáneo*. pp. 17-35. Barcelona: Gesida editorial.

_____. (2007), "El sistema mundial no-hegemónico y la globalización popular". *Série Antropologia*, N. 410. Universidade de Brasília, Brasília

_____. 2006. "Other Globalizations. Alter-Native Transnational Processes and Agents". *Série Antropologia*, N. 389. Universidade de Brasília.

Yang, Mayfair Mei-hui. 2002. "Mass Media and Transnational Subjectivity in Shanghai: Notes on (Re)Cosmopolitanism in a Chinese Metropolis". In *Anthropology of Globalization* Edited by Inda and Rosaldo. Malden, MA: Blackwell Publishers.

Zieger, C. 2007. *Favored Flowers*. Durham, NC: Duke University Press.