

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO**  
**INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS**  
**DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**  
**PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

**DISSERTAÇÃO**

**CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA – A RELAÇÃO ENTRE O  
SUPERIOR E O INFERIOR: O CASO EMPÍRICO DO MERCADO  
POPULAR DA URUGUAIANA – RIO DE JANEIRO (RJ)**

**LUCAS JUAN DA SILVA MALLET BARRETTA**

**2023**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO**

**INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS**

**INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**



**CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA – A RELAÇÃO ENTRE O  
SUPERIOR E O INFERIOR: O CASO EMPÍRICO DO MERCADO  
POPULAR DA URUGUAIANA – RIO DE JANEIRO (RJ)**

**LUCAS JUAN DA SILVA MALLET BARRETTA**

*Sob a Orientação do Professor*

**Guilherme da Silva Ribeiro**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Geografia**, no Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRRJ, Área de Concentração em Espaço, Questões Ambientais e Formação em Geografia.

Seropédica, RJ

Novembro de 2023

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B274c Barretta, Lucas Juan da Silva Mallet, 1994-  
CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA - A RELAÇÃO ENTRE O  
SUPERIOR E O INFERIOR: O CASO EMPÍRICO DO MERCADO  
POPULAR DA URUGUAIANA - RIO DE JANEIRO (RJ) / Lucas  
Juan da Silva Mallet Barretta. - Rio de Janeiro, 2023.  
67 f.: il.

Orientador: Guilherme da Silva Ribeiro .  
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, Programa de Pós - Graduação em  
Geografia , 2023.

1. Circuitos da Economia Urbana. 2. Geografia  
Urbana. 3. Redes. I. Ribeiro , Guilherme da Silva,  
1980-, orient. II Universidade Federal Rural do Rio  
de Janeiro. Programa de Pós - Graduação em Geografia  
III. Título.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS



HOMOLOGAÇÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO Nº 4 / 2024 - IGEO (11.39.00.34)

Nº do Protocolo: 23083.001160/2024-84

Seropédica-RJ, 09 de Janeiro de 2024

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS / INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

LUCAS JUAN DA SILVA MALLET BARRETTA

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Geografia, no Programa de Pós-Graduação em Geografia, área de concentração em Espaço, Questões Ambientais e Formação em Geografia.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 30/11/2023

Guilherme da Silva Ribeiro, Doutor, UFRRJ  
(Orientador, presidente da banca)

Glauco Bruce Rodrigues, Doutor, UFF  
(membro da banca)

Leandro Dias de Oliveira, Doutor, UFRRJ  
(membro da banca)

Maurilio Lima Botelho, Doutor, UFRRJ

**(Assinado digitalmente em 09/01/2024 17:19 ) (Assinado digitalmente em 09/01/2024 17:27 )**

GUILHERME DA SILVA RIBEIRO  
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR  
DeGEOIA (11.39.39)  
Matrícula: ###723#0

LEANDRO DIAS DE OLIVEIRA  
PRO-REITOR(A) ADJUNTO(A) - SUBSTITUTO  
PROPPG (12.28.01.18)  
Matrícula: ###863#8

**(Assinado digitalmente em 09/01/2024 18:05 ) (Assinado digitalmente em 11/01/2024 19:54 )**

MAURILIO LIMA BOTELHO  
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR  
DeGEOIA (11.39.39)  
Matrícula: ###854#7

GLAUCO BRUCE RODRIGUES  
ASSINANTE EXTERNO  
CPF: ###.###.577-##

Visualize o documento original em <https://sipac.ufrrj.br/public/documentos/index.jsp> informando seu número: 4, ano: 2024, tipo: HOMOLOGAÇÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO, data de emissão: 09/01/2024 e o código de verificação: 9e9408ec29

*“Sendo professor, nunca te  
falte consciência de classe  
nem compromisso social”*

*Paulo Freire*

*“You are never too old to set  
another goal or to dream a  
new dream”*

*C.S. Lewis*

## AGRADECIMENTOS

Um curso de mestrado foi um sonho que começou a fazer parte de mim assim que entrei no curso de graduação de Licenciatura em Geografia no final do ano de 2012. Esse sonho começou a se materializar em 2020 e se concretiza no ano de 2023, dentro de uma das melhores instituições públicas do país. O caminho até aqui não foi fácil, enfrentei diversos percalços e desafios acadêmicos, duas cirurgias durante o curso, crises de ansiedade e a passagem espiritual de duas pessoas extremamente importantes na minha vida: meu avô materno José Mallet e meu tio Mauricio Mallet, a quem os dedico esse trabalho. Afirmando que estarão sempre na minha pele, na minha memória e em meu coração.

Agradeço a Deus, Senhor todo poderoso e regente de todo o mundo! Obrigado por sua força, amparo e proteção. Saravá a Umbanda! Minha amada religião, fé inabalável que me manteve de pé até aqui e assim permanecerá. Kaô Kabecilê, meu pai Xangô! Ora ie ie ô, minha mãe Oxum! Laroyê aos meus guardiões, Seu Marabô e Dona Maria Mulambo! Xetruá, seu Boiadeiro! Adorei as almas! Okê, Caboclo! Salve a Malandragem! Oni beijada! O amor e a força que sinto pelos e aos meus guias cresce e se fortalece dia após dia. Agradeço à minha família, em especial à minha mãe Fátima Mallet que com seu amor, coerência, cuidado e zelo me trouxe até aqui, sempre me possibilitando uma educação de qualidade e essencial em minha vida! E a minha avó Maria Heloisa Mallet, que com todo seu amor disponibilizou a estrutura necessária para seguir até aqui.

Conhecer outras instituições sempre esteve em meus planos acadêmicos. Isso não significa que não senti o famoso frio na barriga e insegurança ao ingressar no curso de Mestrado da UFRRJ. Agradeço a toda equipe docente que me recebeu de braços abertos, com muita paciência e que sempre possibilitou trocas extremamente valiosas para minha formação e no sentimento de respeito e de reconhecimento como pesquisador.

Agradeço, de todo o coração ao meu orientador, Professor Guilherme Ribeiro, que teve papel fundamental durante todo esse processo. Sempre muito solícito, amigo, respeitador e durante todo o processo agiu com muita paciência e solicitude, me respeitando como pessoa e pesquisador. Por fim, mas não menos importante, agradeço à UFRRJ que possibilitou um processo seletivo transparente e foi minha casa, me acolhendo ao longo desses anos do curso de mestrado.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

## RESUMO

BARRETTA, Lucas Juan da Silva Mallet. **Circuitos da Economia Urbana – A relação entre o superior e o inferior: o caso empírico do Mercado Popular Da Uruguaiana – Rio de Janeiro (RJ)**. 2023, 71p. Dissertação (Mestrado em Geografia) Instituto de Geografia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2023.

O presente trabalho visa analisar as correlações entre os circuitos da economia urbana, tendo como evidência empírica o caso do Camelódromo da Uruguaiana. Também almeja-se descrever e caracterizar as conexões internacionais, rotas de mercadorias e as redes que o Mercado Popular da Uruguaiana está inserido, visando relacionar e caracterizar os circuitos econômicos e como os mesmos se apresentam nesse mercado popular relacionando e caracterizando o papel dos países presentes nessa relação: Brasil, Paraguai e Estados Unidos. O objetivo central deste estudo é identificar os impactos da comercialização, a origem e os trajetos das mercadorias, para a economia do Mercado Popular e também dos agentes envolvidos nas relações econômicas dos circuitos da economia urbana envolvidos. Além da identificação, caracterização e análise das principais rotas de mercadoria e suas relações entre os fixos e os fluxos envolvidos, com uma abordagem de análise contemporânea acerca das teorias em que a presente pesquisa está baseada.

**Palavras-chave:** Circuitos da Economia Urbana, Redes, Mercado Popular da Uruguaiana, Rotas.

## ABSTRACT

BARRETTA, Lucas Juan da Silva Mallet. **Circuits of the Urban Economy – The relationship between the superior and the inferior: the empirical case of Popular Market of Uruguaiana – Rio de Janeiro (RJ)**. 2023, 71p. Dissertation (Master's in Geography) Institute of Geography, Federal Rural University of Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2023.

The present work aims to analyze the correlations between the circuits of the urban economy, using the case of *Camelódromo* of Uruguaiana as empirical evidence. It also aims to describe and characterize the international connections, merchandise routes and networks that the Popular Market of Uruguaiana is part of, relating and characterizing the economic circuits and how they present themselves in this popular market, relating and characterizing the role of the countries present in this relationship: Brazil, Paraguay and the United States. The central objective of this study is to identify the impacts of negotiations, the origin and trajectories of goods, on the economy of the Popular Market and also on the agents involved in the economic relations of the urban economic circuits involved. In addition to the identification, characterization and analysis of the main merchandise routes and their relationships between the fixed assets and the flows involved, with a contemporary analysis approach regarding the theories on which this research is based.

Keywords: Urban Economy Circuits, Networks, Uruguaiana Popular Market, Routes.

## **LISTA DE ABREVIACÕES**

ABCF – Associação Brasileira de Combate à Falsificação

ART - Artigo

CBD – Central Business District

D.O.U – Diário Oficial da União

EUA – Estados Unidos da América

KM – Quilometro

M<sup>2</sup> – Metro Quadrado

MDR – Ministério do Desenvolvimento Regional

MIN – Ministério da Integração Nacional

MS – Mato Grosso do Sul

Nº - Número

PDT - Partido Democrático Trabalhista

PEA – População Economicamente Ativa

PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PR – Paraná

PY – Paraguai

RJ – Rio de Janeiro

RS – Rio Grande do Sul

SP – São Paulo

SUV - Sport Utility Vehicles

USB – Universal Serial Bus

UFRRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

UY - Uruguai

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> – Localização da Zona Central do Rio de Janeiro	Fonte: O autor	3
<b>Figura 2</b> - Mapa e Organização do Mercado Popular da Uruguaiana	Fonte: Mercado Popular da Uruguaiana	4
(https://www.mercadopopularuruguaiana.com/mapa-do-camelodromo)		
<b>Figura 3</b> - Local de construção do atual Mercado Popular da Uruguaiana, RJ.	Fonte: Diário do Rio, 2015. (https://diariodorio.com/histria-da-rua-uruguaiana/)	6
Figura 4 - Tipos de Consumo		11
Figura 5 - Comparativo entre os carros da montadora Livan e da Mini		15
Figura 6 - Comparação dos Circuitos, realidade do Camelódromo da Uruguaiana	Fonte: O autor	17
<b>Figura 7</b> - Importantes áreas da zona central do Rio de Janeiro		20
<b>Figura 8</b> - Local de residência dos lojistas e funcionários do Camelódromo da Uruguaiana	Fonte: O autor.	23
<b>Figura 9</b> - Disposição dos boxes – Quadra A		24
<b>Figura 10</b> - Disposição dos boxes – Quadra B	Fonte: Aplicativo Camelódromo da Uruguaiana	24
<b>Figura 11</b> - Disposição dos boxes – Quadra C (1ª parte)	Fonte: Aplicativo Camelódromo da Uruguaiana	25
<b>Figura 12</b> - Disposição dos boxes – Quadra C (2ª parte)	Fonte: Aplicativo Camelódromo da Uruguaiana	25
<b>Figura 13</b> - Disposição dos boxes – Quadra D (1ª parte)	Fonte: Aplicativo Camelódromo da Uruguaiana	26
<b>Figura 14</b> - Disposição dos boxes – Quadra D (2ª parte)		26
<b>Figura 15</b> - Gráfico da situação das lojas no Camelódromo da Uruguaiana	Fonte: O autor.	27
<b>Figura 16</b> - Produtos / tipo de comércio nas lojas do Camelódromo	Fonte: O autor	28
<b>Figura 17</b> - Esquina das Ruas Uruguaiana e Buenos Aires no centro do Rio de Janeiro, RJ.		33
<b>Figura 18</b> – Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ.		

**Erro! Indicador não definido.**

<b>Figura 19</b> - Selo de garantia utilizado antigamente entre os comerciantes do Mercado Popular da Uruguaiana.	35
<b>Figura 20</b> - Locais de residência do público consumidor	37
<b>Figura 21</b> - Funções do Aplicativo do Mercado Popular da Uruguaiana	38
<b>Figura 22</b> - Mapa da principal rota de mercadorias comercializadas no Mercado Popular da Uruguaiana	42
<b>Figura 23</b> - Mapa da primeira parte da rota de mercadorias entre Califórnia e São Paulo	49
<b>Figura 24</b> - Mapa da segunda parte da rota de mercadorias entre Califórnia e São Paulo	50

## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Características dos Circuitos da Economia Urbana	8
<b>Tabela 2</b> - Informações básicas sobre os membros da Cúpula	32
<b>Tabela 3</b> - Principais dias que o público consumidor frequenta o Mercado Popular da Uruguaiana	36
<b>Tabela 4</b> - Comparação de preços do iPhone 15	47

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I – UM DEBATE SOBRE A ATUALIDADE DOS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA – AS RELAÇÕES DE CONSUMO NO COTIDIANO</b>	<b>7</b>
1.1 Os Circuitos da Economia Urbana	7
1.2 Uma breve análise contemporânea e a relação de consumo nos Circuitos da Economia Urbana	13
<b>CAPÍTULO II - POR DENTRO DO MERCADO POPULAR DA URUGUAIANA – LOJISTAS E CLIENTES</b>	<b>19</b>
2.1 – Localizando o Mercado Popular da Uruguaiana	19
2.2 – Os trabalhadores e as lojas do Camelódromo	20
2.3 – Quem forma o seletto grupo da “cúpula”?	29
2.4 – Público Consumidor – Clientes do Camelódromo	35
<b>CAPÍTULO III - AS REDES DO MERCADO POPULAR DA URUGUAIANA</b>	<b>39</b>
3.1 - De Ciudad del Este – Paraguai para a capital fluminense: Rio de Janeiro – RJ	41
3.2 – Outros caminhos da mercadoria do Camelódromo	47
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>52</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>54</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>57</b>
<b>APÊNDICE</b>	<b>67</b>

## INTRODUÇÃO

O conceito da Teoria dos Circuitos da Economia Urbana, elaborada por SANTOS (1979), está pautado em uma abordagem teórica que busca o entendimento acerca do processo de desenvolvimento e urbanização nos países subdesenvolvidos, também ditos periféricos. Mesmo tendo sido elaborada há décadas e pautada na realidade daquele então, esta teoria se faz presente na atualidade, ou seja, seus aspectos, de maneira geral, apresentam contemporaneidade a respeito dos circuitos da economia. Há de se considerar que, para se falar sobre tal teoria sob aspectos contemporâneos, devemos considerar pontos essenciais e estratégicos, como, por exemplo, tecnologia, expansão de crédito e ampliação da sociedade de consumo.

Essa teoria nos apresenta que de fato há uma existência acerca dos dois circuitos, principalmente no que diz respeito à produção e a propagação de bens e serviços na sociedade urbana. Isto se dá sobretudo nos países subdesenvolvidos, que são diversas vezes categorizados – erroneamente – no cotidiano, como países de terceiro mundo. O circuito superior é formado sobretudo por atividades econômicas de grandes proporções / dimensões, em que são atingidas escalas globais na relação com processos modernos e de grande impacto. Já o circuito inferior é constituído pelo oposto. É dizer, são atividades econômicas com uma dimensão baixa, mas paralelamente com considerável influência local.

Vale ressaltar, desde já, que os dois circuitos são pautados, se desenvolvem e sobrevivem em uma relação íntima, sendo assim, pode-se dizer que onde possuem uma interatividade contínua. Assim, segundo SANTOS (1979), a existência desses dois circuitos parte do pressuposto de que são originados em um mesmo processo. Processo esse que o autor citado anteriormente denomina como modernização tecnológica.

De acordo com SANTOS (1979), o espaço econômico nos países “subdesenvolvidos” tem como principais características a grande diferença de renda na sociedade e a tendência à hierarquização de atividades, pela coexistência de atividades da mesma vertente, mas que por possuírem diferença econômica, adotam níveis diferentes, sendo variável de acordo com o poder de consumo do público. Ou seja, os circuitos da economia urbana são originados a partir da hierarquização de atividades atreladas ao poder de consumo do público. SANTOS (1979) afirma que uma das primeiras medidas cabíveis a serem tomadas é a definição de cada circuito na economia urbana e,

consequentemente, as relações que cada circuito mantém com a sociedade e com o espaço que está inserido.

O conceito explorado por SILVEIRA (2015) consiste em uma releitura teórica baseada em SANTOS (1979). A teoria discutida pelos autores passa por constantes releituras, uma vez que, ao se basear em aspectos econômicos, deve estar em sintonia com os aspectos contemporâneos da economia. SILVEIRA (2015) apresenta-nos uma releitura acerca da economia contemporânea e de como os circuitos da economia urbana estão inseridos na mesma.

A economia se desenvolveu ao longo dos anos, do mesmo modo a Teoria de Circuitos da Economia Urbana passou e ainda passa por constantes releituras, propondo caracterizações dos circuitos à economia contemporânea. Alguns exemplos são: uso de capital estrangeiro, relações hierárquicas, geração de empregos, entre outros aspectos que serão analisados e caracterizados minuciosamente ao longo da pesquisa. A modernização econômica reorganiza e produz processos urbanos que se completam com o poder de consumo contemporâneo, que possui grande poder de difusão espacial e social, produzido principalmente pelo Estado.

Destaca-se o fato de que não necessariamente um indivíduo consome somente no circuito no qual sua classe social “se enquadra”. Sendo assim, pessoas com maior poder aquisitivo consomem em locais classificados teoricamente como do circuito superior e indivíduos com um menor poder aquisitivo teoricamente podem vir a consumir em estabelecimentos do circuito superior. Ainda na mesma vertente, essa relação de poder de consumo fica cada vez mais evidente entre os sujeitos e o capital, ficando cada vez mais inscrita no espaço habitado. Dessa forma, o poder de determinados grupos sociais se sobrepuseram a outros grupos compostos, geralmente, por aqueles dotados de mais capital e mais poder de influência. Esta diferenciação de poder e de desigualdade social enquadram-se como pilares do sistema capitalista, no qual estamos inseridos.

Nesse sentido, uma análise contemporânea a respeito dos dois circuitos da economia urbana se faz aplicável e até mesmo necessária ao contexto das atuais situações econômicas no mundo, principalmente nos países subdesenvolvidos. De acordo com SANTOS (1979), há uma defasagem nas últimas décadas a respeito do estudo acerca do circuito inferior da economia urbana, já que autores geógrafos têm um foco maior e se sentem mais “atraídos” pelo circuito superior. SANTOS afirma também que há mais antropólogos do que geógrafos e economistas desenvolvendo material sobre tal circuito.

Assim, criou-se uma defasagem a respeito do circuito inferior e cabe ao pesquisador atenuar essas deficiências a partir da produção de materiais acerca do assunto, obtenção de dados, estatísticas, entre outros fatores.

Com base na análise introdutória descrita anteriormente, o principal objeto de estudo do presente trabalho é o Mercado Popular da Uruguaiana, chamado também de Camelódromo da Uruguaiana - localizado no centro do Rio de Janeiro. Será proposto uma discussão acerca da importância econômica deste estabelecimento, sua estrutura e composição, como, lojistas e proprietários, clientes e mercadorias.

O Mercado Popular da Uruguaiana está localizado na Área Central do Rio de Janeiro<sup>1</sup>, próximo a vias de grande importância, como: Avenida Presidente Vargas, Rua da Alfândega, Rua Uruguaiana e Avenida Rio Branco. No ano de 1994, as esferas de governo municipal e estadual do Rio de Janeiro executaram diversas reformas associadas à preservação cultural na Área Central. No seio deste processo, ocorreram remoções de vendedores ambulantes que se encontravam espacializados de forma difusa pelo centro da cidade, sendo estes realocados no espaço que conhecemos atualmente como Camelódromo da Uruguaiana.



**Figura 1** – Localização da Zona Central do Rio de Janeiro  
Fonte: O autor

<sup>1</sup> O então governo do Rio de Janeiro era composto pelo Governador Leonel Brizola (PDT) e pelo Prefeito César Maia (PMDB).

Abaixo podemos observar uma representação do mapa das quatro quadras de lojas que formam o Mercado Popular da Uruguaiana. Nota-se sua proximidade há importantes logradouros do Rio de Janeiro, como, Avenida Presidente Vargas, Rua Uruguaiana, Rua Buenos Aires, Rua Senhor dos Passos, entre outras.



**Figura 2** - Mapa e Organização do Mercado Popular da Uruguaiana – Fonte: Mercado Popular da Uruguaiana  
Fonte: (<https://www.mercadopopularuruguaiana.com/mapa-do-camelodromo>)

Como objetivos específicos:

- Apresentar o conceito de Circuitos da Economia Urbana
- Caracterizar o Mercado Popular da Uruguaiana na Cidade do Rio de Janeiro fundamentada em análise histórica e geográfica;
- Apresentar a conjuntura teórica do Circuito Superior e do Circuito Inferior da Economia Urbana;
- Caracterizar a evolução e expansão dos Circuitos na contemporaneidade;

- Analisar os impactos econômicos dos indivíduos inseridos no Mercado Popular da Uruguaiana, no espaço urbano.

As motivações no tema proposto se dão devido à importância de estudos sobre circuitos da economia urbana no Brasil, visto que o crescimento da urbanização, dos mercados e o aumento dos fluxos econômicos se intensificaram muito nas últimas décadas, fazendo com que os circuitos da economia acompanhassem essas mudanças, caso contrário, estes ficariam defasados. Outra motivação é a respeito das releituras desse conceito, relacionando-o às análises contemporâneas, já que, esta teoria ficou preterida por algumas décadas. Tendo sido nos últimos anos retomada e remodelada à economia atual com estudos sólidos e apropriados.

Além do que foi mencionado no parágrafo anterior, ressalta-se também a motivação a respeito do Camelódromo da Uruguaiana. Estabelecimento este com diversas facetas, possibilidades e paralelidades de uma economia urbana.

A releitura do conceito norteador deste trabalho juntamente com uma análise do Camelódromo da Uruguaiana são oportunas para uma melhor compreensão de aspectos econômicos e que envolvem as características dos circuitos da economia urbana, que estão presentes no nosso dia-a-dia. Nessa vertente, acredita-se que o presente trabalho irá trazer fatos concretos que auxiliarão nas discussões a respeito dos circuitos econômicos em uma análise contemporânea.

Toda a pesquisa pauta-se em um levantamento bibliográfico, sendo dividido em dois lados. O primeiro está no âmbito da teoria dos circuitos urbanos e suas análises e respectivas releituras propostas por autores no Brasil e na América Latina, retrato à teoria de países subdesenvolvidos. O segundo está no contexto voltado às leituras dos aspectos da região central do município do Rio de Janeiro e na relação de diferentes cidades com o Camelódromo da Uruguaiana, onde podem vir a estabelecer ou já estabelecem redes de mercadorias e de circuitos comerciais. No decorrer desta pesquisa, a bibliografia foi sendo ampliada conforme a necessidade de introdução e / ou modificação de conceitos e temas pertinentes.

O desenvolvimento e aplicação de trabalhos de campo são de suma importância para a elaboração da pesquisa. No presente trabalho foi um mecanismo indispensável na sua elaboração. O Mercado Popular da Uruguaiana é um estabelecimento de destaque na cidade carioca e que acompanha as mudanças que o cercam, como questões e crises econômicas, políticas, perfil de clientes e proprietários lojistas, bem como, as relações

inter-regionais que possui. Sendo assim, se fez necessário durante toda a pesquisa o desenvolvimento, observância, e, por conseguinte, a aplicação de questionários estruturados e não – estruturados e de conversas informais com frequentadores, clientes, lojistas e proprietários de lojas no Camelódromo. Assim mesmo, foram observados os demais atores / indivíduos inseridos no decorrer da pesquisa, como nos trabalhos de campo, por exemplo: funcionários de fora do Camelódromo, fiscais, atravessadores (laranjas), lojistas da Rua 25 de Março (São Paulo – SP), Foz do Iguaçu (Paraná) e da Ciudad del Este (Paraguai), contribuindo assim para a elaboração e aumento da qualidade da pesquisa.



**Figura 3** - Local de construção do atual Mercado Popular da Uruguaiana, RJ.  
Fonte: Diário do Rio, 2015. (<https://diariodorio.com/historia-da-rua-uruguaiana/>)

# **CAPÍTULO I – UM DEBATE SOBRE A ATUALIDADE DOS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA – AS RELAÇÕES DE CONSUMO NO COTIDIANO**

## **1.1 Os Circuitos da Economia Urbana**

Na categorização do desenrolar da economia urbana, entende-se que há uma divisão entre os circuitos. O circuito superior da economia urbana, segundo SANTOS (1979), pode ser denominado circuito moderno. Leva-se em conta que há de se ter moderação nesse uso, para que não haja ambiguidade na definição e por conseguinte, na interpretação-, já que este é comandado e tem sua funcionalidade baseada nas variáveis mais enfáticas e modernas do centro do sistema mundial e que está sempre em constante processo de modernização, transformação e adaptação; pois não é viável uma estagnação econômica dentro deste circuito de grande aporte.

Já o circuito inferior da economia, segundo SANTOS (1979), não deve ser chamado de “circuito tradicional”, pois tal circuito está em constante modificação; em alguns casos até mesmo de modificações diárias ou em um curto espaço de tempo. Como dito no parágrafo anterior, este circuito também passa por modernização e está em constante processo de modernização, evidentemente, dentro de suas limitações e parâmetros. Seu abastecimento vem diretamente ou indiretamente dos chamados setores modernos; assim, pode-se observar que há uma relação com aspectos de dependência deste circuito para com o circuito superior.

“Não se poderia caracterizar os dois circuitos da economia urbana através de variáveis isoladas. Antes, é necessário considerar o conjunto dessas atividades. Mas pode-se dizer, desde já, que a diferença fundamental entre às atividades do circuito inferior e as do circuito superior está baseada nas diferenças de tecnologia e de organização.”  
(SANTOS, 1979, p.43)

Ainda que se categorize cada circuito, há de se convir que o desenvolvimento, a funcionalidade e as relações entre os mesmos estão ligadas e em constante movimento. Todavia, o uso da tecnologia e a organização do circuito superior são duas características presentes e que o difere do circuito inferior em diversos aspectos, como por exemplo: as atividades exercidas, sistema de crédito, a relação com bancos e com o Estado, publicidade etc.

Abaixo pode-se observar uma tabela comparativa entre as principais características dos dois circuitos da economia urbana.

Tabela 1 - Características dos Circuitos da Economia Urbana

	<i>Circuito Superior</i>	<i>Circuito Inferior</i>
Tecnologia	capital intensivo	trabalho intensivo
Organização	burocrática	primitiva
Capitais	importantes	reduzidos
Emprego	reduzido	volumoso
Assalariado	dominante	não-obrigatório
Estoques	grande quantidade e/ou alta qualidade	pequena quantidade qualidade inferior
Preços	fixos (em geral)	submetidos à discussão entre comprador e vendedor ( <i>haggling</i> )
Crédito	bancário institucional	pessoal não-institucional
Margem de lucro	reduzida o por unidade, mas importante pelo volume de negócios (exceção produtos de luxo)	elevada por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios
Relações com a clientela	impessoais e/ou com papéis	diretas, personalizadas
Custos fixos	importantes	desprezíveis
Publicidade	necessária	nula
Reutilização dos bens	nula	freqüente
<i>Overhead capital</i>	indispensável	dispensável
Ajuda governamental	importante	nula ou quase nula
Dependência direta do exterior	grande, atividade voltada para o exterior	reduzida ou nula

Fonte: SANTOS, 1979, p.44

Sobretudo no que se liga às atividades desenvolvidas nos circuitos, podemos ver a apresentação de formas diferentes entre os dois circuitos. Enquanto no superior pode-se observar que as atividades aparecem de três formas diferentes: as puras, como por exemplo, a indústria, serviços modernos e o comércio, em sua grande maioria, estratégico aos públicos alvos; as atividades impuras, que estão ligadas diretamente ao mercado voltado à exportação -destaca-se o fato de que essas atividades, em sua grande maioria, aproveitam-se de estratégias locais se beneficiando das vantagens que o local de instalação pode oferecer. Exemplo disso são as sedes dos principais bancos brasileiros, que se localizam principalmente em áreas centrais dos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, com algumas raras exceções -, comércio internacional e empresas exportadoras; e a terceira categoria voltada às atividades mistas que têm como principais exemplos os mercados atacadistas e as transportadoras. Essa última “categoria de atividade” encontra-

se altamente inserida em ambos os circuitos, no entanto com incidências, importâncias e ações em níveis diferentes dentro da realidade e funcionalidade de cada circuito. Contudo, a existência de uma forma mista não afeta a elucidação e o funcionalismo de ambos os circuitos, já que, como dito anteriormente, essa atividade se apresenta de forma diferente no circuito no qual está em atividade.

As atividades são uma peça chave / fundamental para diferenciar os circuitos da economia urbana. No circuito superior, as atividades possuem essenciais custos fixos empresariais, que variam de acordo com a empresa e suas características, como localização, o porte estrutural e econômico, além do ramo em que a mesma atua. Esse aspecto de custos fixos no circuito superior é de suma importância, já que isso influencia diretamente no lucro da empresa. Em um sistema que tem o capital como um dos principais objetos, o lucro encontra-se nos primeiros níveis de uma hierarquia empresarial. Já no circuito inferior, o lucro é extremamente volátil e variável; nesse sentido, o lucro vindo do produto pode ser de valor diferente, dependendo de que forma o mesmo foi feito. Dito isso, sabemos que no circuito inferior da economia urbana a “arte” de pechinchar se faz presente, se apresentando diariamente como uma das principais características do referido circuito: partindo de quem vende ou partindo de quem compra, tal fato será abordado novamente mais a frente neste trabalho.

Ainda em relação às atividades nos circuitos da economia urbana, temos uma “pequena” e marcante diferença. Enquanto no superior, em relação à atividade, tende a ser controlador por inteiro frente à economia; no inferior ele é o circuito controlado, subordinado e dependente. Ou seja, um se apresenta e se faz controlador, já o outro assume o papel de subordinado.

A percepção de lucro se apresenta de maneira divergente entre os circuitos e isso ainda se faz presente. No superior essa noção se apresenta em uma forma de acumulação de capital que é indispensável para o decorrer do funcionamento das atividades da empresa, e da obtenção de novas tecnologias que influenciarão diretamente seu desenvolvimento. Enquanto isso, no circuito inferior, o lucro também é importante, mas não entra como a principal preocupação ou motivação: em alguns casos nem é considerado digno de nota.

De acordo com SANTOS (1979), nesse caso, a principal causa é garantir o sustento básico e também proporcionar o consumo de bens particulares que fazem parte da vida e do cotidiano. É importante notar que, nesse caso, há uma diferença específica enquanto “lucro”: no circuito superior, o lucro é elevado mediante o grande volume da

produção; quando colocado à unidade, a escala de lucro é reduzida. É interessante atentar para o fato de que acontece exatamente o oposto no circuito inferior: o lucro total é pequeno quando se coloca na balança econômica do estabelecimento todos os gastos que se obteve até a comercialização final do produto; ao contrário, o lucro por unidade é elevado.

Ligando-se ao que foi dito no parágrafo anterior, devido a margem de lucro desses circuitos, um dos principais pontos atrelados a isso é o de custos da produção até a comercialização final, independentemente de em que processo o estabelecimento começa a atuar: seja no processo completo ou em determinada fase. Com isso, o circuito inferior da economia tem como uma das principais bases de sua atividade a reutilização de bens de consumo e de produtos por um longo tempo. Isso é voltado para a lógica da matemática de consumo, onde ocorre o reaproveitamento e reutilização dos bens.

Pode-se afirmar que a ajuda do Estado influencia muito no aspecto citado no parágrafo anterior. No circuito superior, as atividades e estabelecimentos recebem ajuda governamental de forma direta ou indireta e isso influencia diretamente no desenrolar do trabalho / funcionamento. Exemplos disso são os incentivos fiscais, o perdão de dívidas públicas, financiamentos através de bancos e fundos públicos e até baixa fiscalização sindical. No circuito inferior essa ajuda governamental é praticamente nula, inexistente. Em diversos casos a ação governamental existente nesse circuito é a de apreensões de mercadorias e perseguição aos trabalhadores, como acontece com os vendedores ambulantes, “camelôs”, e até com lojistas do Mercado Popular da Uruguaiana, como veremos mais à frente no presente trabalho.

A ajuda governamental existente no circuito superior, citado anteriormente, encontra-se nesse caso, atrelada ao fenômeno chamado de overhead de capital <sup>2</sup>que é solicitado ao Estado. Seu funcionamento é baseado na produção de capital intensivo, podendo ser local ou exógeno, o importante é fazer a “máquina do capital girar”. No circuito inferior também é importante fazer a tal máquina girar, não obstante o sistema atuar de forma diferente. Os meios utilizados para alcançar tal objetivo, ligam-se mais aos seus próprios meios de cooperação e funcionamento. Isto significa que os próprios indivíduos inseridos, em maioria, cooperam entre si e apoiam-se em relações mais diretas

---

<sup>2</sup> É um termo utilizado para designar os custos indiretos e as despesas gerais de uma empresa (custos diretos). Estes custos estão ligados ao funcionamento, infraestrutura da empresa e manutenção das operações gerais (overhead do capital está ligado também aos custos que não são diretamente quantificados, como serviços de vigilância, aluguéis, seguros, entre outros).

com os clientes / público frequentador. Assim, pode até vir a ocorrer algum tipo de ajuda ou intervenção estatal, mas a “verdadeira engrenagem” do circuito inferior são as relações estabelecidas entre os atores nele inseridos, nesse caso, lojistas e o público consumidor.

Um aspecto presente na teoria dos circuitos da economia urbana é que os indivíduos não consomem somente no circuito ligado à classe social em que estão supostamente inseridos. Ou seja, uma pessoa com um alto poder aquisitivo não consome somente em lojas, marcas ou empresas pertencentes ao circuito superior; elas consomem ativamente no circuito ao qual “pertencem”. Vejamos o exemplo na figura abaixo, que diz respeito à distribuição de renda / classe social e a participação do público frente ao consumo nos dois circuitos.

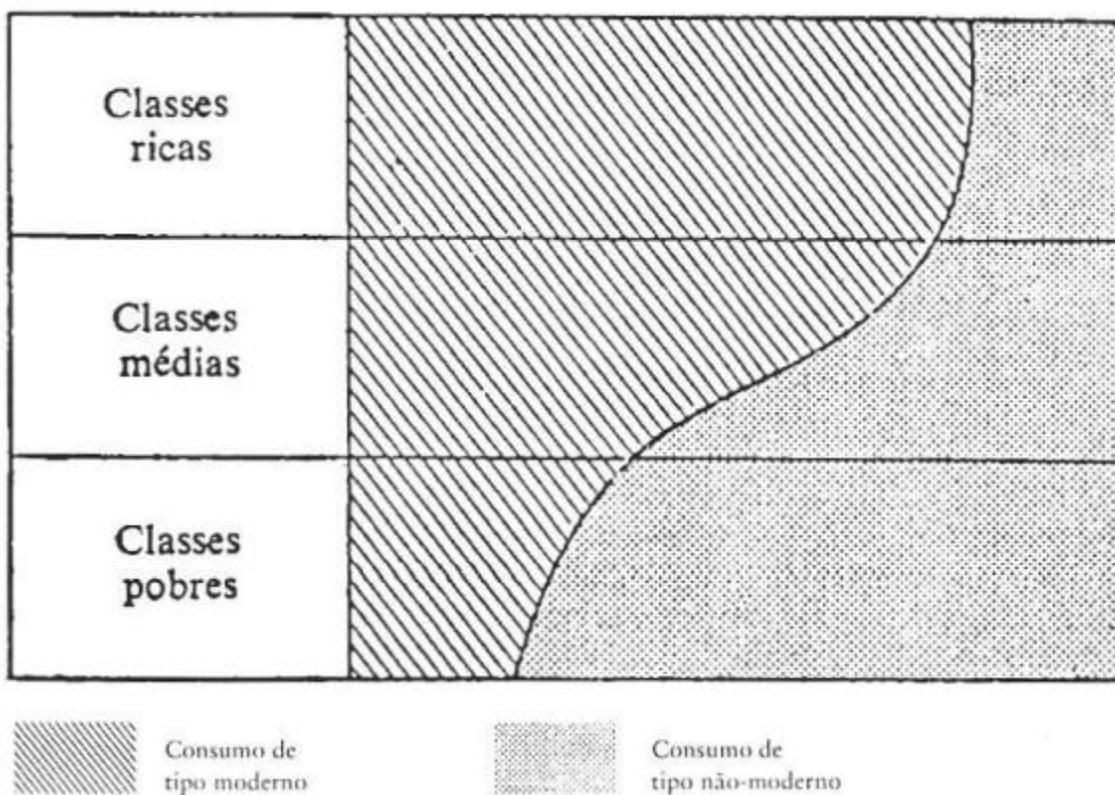


Figura 4 - Tipos de Consumo

Fonte: SANTOS, 1979, p.42.

Nessa linha pode-se afirmar que o consumo e o poder de compra passam por uma seletividade, que a depender do nível da mesma, chega a ser excludente. No circuito inferior da economia, sua existência e funcionalidade apoiam-se em um consumo que é objeto resultante da demanda. Um ambulante dificilmente venderá guarda-chuva em dias sem a presença de precipitação, pois não haverá demanda, ao contrário do que irá acontecer em dias nublados ou com chance de chuvas; ou então uma loja vender artigos natalinos no mês de junho, pois não há demanda suficiente para se ter ganho real, lucro. Já no superior, há a possibilidade da pluralidade, objetivando atrair diferentes públicos de consumidores ativos, diferentes gostos e clientes e impondo a demanda. Isso acontece com frequência nas grandes montadoras automobilísticas de luxo, em que não produzem grandes quantidades dos modelos de seus automóveis, que são fabricados e vendidos para um público alvo e em alguns casos, exclusivos. Dependendo da demanda, criam-se filas de espera, encomendas desses automóveis e listas de clientes que são *personas non gratas* para usufruir de seus produtos. Para se ter uma ideia da demanda dentro de tais empresas, a montadora italiana Lamborghini fabricava somente carros esportivos / coupés de alto luxo; porém, tal empresa tomou conhecimento de que a demanda por carros da categoria SUV tinha aumentado. Assim, criou a Lamborghini Urus, automóvel que tem seu preço na casa dos milhões e conta hoje com uma alta demanda que ocasiona filas de espera em todo mundo, já que é um carro feito sob encomenda.

Assim, entende-se que há uma relação íntima entre a produção e o consumo de bens e serviços na sociedade urbana, bem como a hierarquização das atividades. Isso se destaca porque existe uma padronização de produção e o uso da industrialização a favor do circuito inferior. Mas tais características, como a diferenciação no poder de consumo e no acesso, são necessárias em um meio capitalista, em que a desigualdade social é uma das bases, já que há uma intensa interdependência dos lugares, que está à margem das desigualdades e diferenças sociais, econômicas e regionais. O consumo na classe social ou no mercado supostamente voltado especificamente para a classe social “x ou y” não é restrito, por mais que seja condicionante, a somente um determinado nicho.

Voltando ao que foi mencionado anteriormente sobre a relação de dependência entre os circuitos, há em grande parte uma relação de predominância. Ou seja, há um predomínio de características de um circuito, seja na influência em aspectos práticos, na relação com o Estado e até mesmo – e principalmente – na relação com o capital. O que mais estabelece essa diferenciação fundamental entre os dois circuitos é, como já foi dito, a diferença entre a tecnologia e organização das atividades.

## 1.2 Uma breve análise contemporânea e a relação de consumo nos Circuitos da Economia Urbana

Como pode-se ver anteriormente, a teoria sobre circuitos da economia urbana foi elaborada há algumas décadas. Na prática da economia urbana no decorrer deste tempo houve grandes mudanças e, com isso, por mais presente que esta teoria se faça até os dias atuais, isso indica que deve passar por algumas releituras, como propõem MARINA (2012) e SILVEIRA (2015). Tais releituras são baseadas na teoria principal, mas trazendo os aspectos básicos dos circuitos da economia urbana para uma realidade contemporânea e de como é a funcionalidade dos circuitos atualmente.

Ambos os circuitos compõem um importante subsistema urbano, então é aconselhável que se tenha cautela para não cometer o desacerto de se fazer um levantamento analítico a respeito da economia urbana tendo somente um desses circuitos como base do estudo. Como explicitado anteriormente, os circuitos funcionam no desenrolar contemporâneo do meio urbano de maneira complementar, até mesmo dependente e como concorrentes a depender do público alvo, e sobretudo na questão de subordinação entre o circuito inferior para com o circuito superior, uma vez que esse age de forma dominante sob as variáveis do período econômico corrente. Destaca-se o fato também de que na atualidade há uma atitude errônea de se comparar os circuitos superior e inferior da economia, denominando-os de circuito formal e informal. As ações dentro desses circuitos podem ser preenchidas por formalidades e informalidades, mas que não os classificam como tal em todo o “conjunto da obra”.

*Novas tecnologias tornam a produção mais barata, mais eficiente, e até mesmo mais rentável quando organizada em pequena escala: mudanças institucionais-legais (tais como previdência social, leis trabalhistas e taxaço) encorajam a tendência que a produção de serviços, por sua vez, parece seguir. Outras condições (por exemplo, o custo da mão-de-obra) mantendo-se inalteradas, o custo dos serviços estaria elevando-se mais rapidamente do que o custo da indústria, graças ao baixo crescimento da produtividade; consequentemente, os processos de produção informais estariam novamente propensos a intervir.” (BAGNASCO, 1997, p.22)*

Assim, de acordo com BAGNASCO (1997), o termo “economia formal” é comumente utilizado para deliberar e caracterizar os processos de produção de bens, assim como o de trocas e serviços regularizados que são utilizados em larga escala pelo mercado e por empresas comerciais que, inseridas no sistema capitalista, são guiadas pelo lucro, mas agindo em consonância com as leis trabalhistas e fiscais. Já o termo “economia informal”, refere-se aos processos de troca e de produção que não estão em conformidade com os aspectos citados anteriormente, referente às leis trabalhistas e fiscais.

Dentro da lógica capitalista, o circuito superior da economia se apresenta cada vez mais internacionalizado, inserido e atuante no fenômeno da globalização. Assim, a teoria dos circuitos da economia pode e deve passar por releituras a fim de estar totalmente inseridas na realidade contemporânea da economia. Exemplo disso são as indústrias de tecnologia e mídia que passam por constantes transformações e que afetam diretamente a economia urbana, visto que possuem relações com os territórios nas quais estão localizadas e sofrem com determinadas ações descritas como do circuito inferior, como por exemplo a pirataria.

Com a finalidade de popularizar o consumo e aumentar seus lucros, atores atuantes no circuito inferior usurpam-se de tecnologias moldadas no circuito superior e as transformam de maneira barateadas para o circuito inferior. Assim geram novas combinações, produtos e até mesmo inovações para além daquelas que foram inicialmente elaboradas. Destaca-se o fato de que a pirataria não é uma ação unânime no circuito inferior da economia, seria de péssimo tom afirmar que todo estabelecimento ou indivíduo do circuito inferior fabrica ou comercializa produtos piratas. Exemplo disso é o principal objeto de estudo, o Mercado Popular da Uruguaiana, que possui lojas (boxes) que comercializam produtos originais e as que comercializam produtos falsificados, assim como lojas em galerias comerciais localizadas nos arredores do Mercado Popular da Uruguaiana.

Mediante ao que foi abordado no parágrafo anterior, surge a inquisição de por que existe essa atuante ação de pirataria até os dias atuais. Uma das respostas seria possibilitar e aumentar o consumo de classes menos favorecidas, mas que desejam consumir e ter acesso a novos produtos. Estamos inseridos em uma sociedade de consumo, onde o consumismo é alimentado diariamente de diferentes formas, como a midiática e a impressa; e a publicidade se faz presente, de diferentes formas e maneiras de atuação, a depender do circuito da economia a qual está atuando.

Porém, destaca-se que o fato de haver ações de falsificação de produtos, comercialização e consumo de bens “piratas”, não é algo exclusivo do circuito inferior, bem como dos países desenvolvidos. Exemplo disso é a falsificação e o comércio de artigos de luxo, como: obras de arte, bebidas alcoólicas (vinho, gin, whisky e vodka estão entre as bebidas mais falsificadas), charutos, roupas de grife e acessórios como óculos, sapatos e bolsas (Ex.: Louis Vuitton, Gucci, Prada, Armani, entre outros). Dois exemplos da comercialização de bens “pirateados” se destacam efetivamente, vejamos a seguir.

O primeiro exemplo, é relacionado à montadora automobilística chinesa Lifan, que comercializou durante décadas seus automóveis ao redor do mundo, e que declarou falência em meados de 2020 (dois mil e vinte). A empresa foi contestada constantemente a respeito do design de seus automóveis, já que os mesmos se assemelhavam aos carros de conhecidas montadoras internacionais, como na imagem abaixo.



Figura 5 - Comparativo entre os carros da montadora Lifan e da Mini

Fonte: Auto Esporte, Globo. Disponível em: <https://autoesporte.globo.com/carros/noticia/2022/05/mini-cooper-poder-mais-uma-copia-chinesa-e-nao-e-da%20lifan.ghtml>

O veículo em segundo plano na imagem é o da montadora chinesa Lifan. Já o veículo em primeiro plano é o famoso Mini Cooper, da montadora britânica Mini. Atualmente, a montadora chinesa voltou ao mercado depois de três anos após interromper suas atividades. Atendendo agora pelo nome de Livan, tem sua produção voltada ao mercado de veículos elétricos e com designers inovadores e que não se assemelham, até então, ao de veículos já existentes no mercado.

Já o segundo exemplo está relacionado à marca de alto luxo Daslu, fundada na década de 50 (cinquenta) e que decretou falência no ano de 2016 (dois mil e dezesseis). Também chamada de “Templo do Luxo”, essa marca ficou conhecida pelo comércio de roupas, acessórios e artigos de moda, em geral considerados de luxo, e que atendiam a consumidores de alto poder aquisitivo e que buscavam exclusividade e sofisticação em suas peças. Mediante isso, pode surgir a pergunta “*O que isso tem de relação com*

*pirataria?*”. Foi constatado, em seus últimos anos de funcionamento, como um dos fatores para a sua derrocada final, que a empresa também comercializava itens falsificados, afirmando serem originais das mais diferentes grifes.

Esses exemplos foram dados para que se possa ter a percepção de que o comércio de produtos falsificados / pirateados não é exclusivo do circuito inferior da economia. Tais produtos, já citados anteriormente, estavam inseridos em comércios categorizados como pertencentes às camadas com maior poder aquisitivo da sociedade. Mesmo não sendo o enfoque principal do presente trabalho, vale destacar esse assunto, bem como mencionar exemplos, já que é uma temática que será abordada ao longo do mesmo. Assim, de acordo com a Associação Brasileira de Combate à Falsificação (ABCF), a pirataria movimentou mais de R\$ 300 (trezentos) bilhões somente no ano de 2022 (dois mil e vinte e dois). E esse valor bilionário oriundo da pirataria está inserido em ambos os circuitos da economia urbana.

Desse modo, de acordo com SANTOS, essas desigualdades explicitadas anteriormente, e que se encontram presentes em uma análise contemporânea dos circuitos da economia, alimentam ainda mais a existência e a singularização de cada circuito, por mais interligados que sejam: além das dificuldades que a massa da população enfrenta diariamente e as privações ao consumo, aos bens e a serviços que são essenciais à vida

“A existência de uma massa de pessoas com salários muito baixos ou vivendo de atividades ocasionais, ao lado de uma minoria com rendas muito elevadas, cria na sociedade urbana uma divisão entre aqueles que podem ter acesso de maneira permanente aos bens e serviços oferecidos e aqueles que, tendo as mesmas necessidades, não têm condições de satisfazê-las. Isso cria ao mesmo tempo diferenças quantitativas e qualitativas no consumo. Essas diferenças são a causa e o efeito da existência, ou seja, da criação ou da manutenção, nessas cidades, de dois circuitos de produção, distribuição e consumo dos bens e serviços.” (SANTOS, 1979, p. 29).

PIKETTY (2014) afirma que quando ocorre superação da taxa de remuneração de capital sob as taxas de crescimento de renda e de produção, o capitalismo automaticamente traz à tona desigualdades sociais que chegam a ser insustentáveis e arbitrarias. Essas desigualdades atemorizam de forma radical os valores da meritocracia

que são fundamentais às sociedades democráticas; fato que ocorreu nos séculos passados e que se mantém na iminência de acontecer no século XXI.

Pautando-se em releituras acerca da teoria dos circuitos da economia urbana, é necessário observar as relações que se originam a partir do desenvolvimento, urbanização e economia nos países subdesenvolvidos, e que atualmente se estende aos centros urbanos e aos mercados periféricos também dos países desenvolvidos.

Foram destacadas características teóricas, consumo e desigualdades contemporâneas acerca dos circuitos da economia urbana. De maneira clara, diversos fatores e características dos circuitos se adaptaram à realidade econômica em questão e serão explicitados mais à frente no presente trabalho: capitais, emprego assalariado, estoques, preços, publicidade e a dependência direta do exterior.

O objeto de estudo desta pesquisa se faz extremamente presente acerca das releituras da principal teoria explicitada até aqui, sendo um dinâmico e exemplo da realidade contemporânea da economia, sobretudo no que diz respeito ao circuito inferior.

O Mercado Popular da Uruguaiana é um grande estabelecimento comercial carioca que afeta diretamente o local no qual está inserido. Como um local de comércio, o mesmo é formado por diversas características dos circuitos da economia urbana citadas anteriormente, mas de fato e principalmente pode-se afirmar que o camelódromo é um estabelecimento pertencente ao circuito inferior da economia.

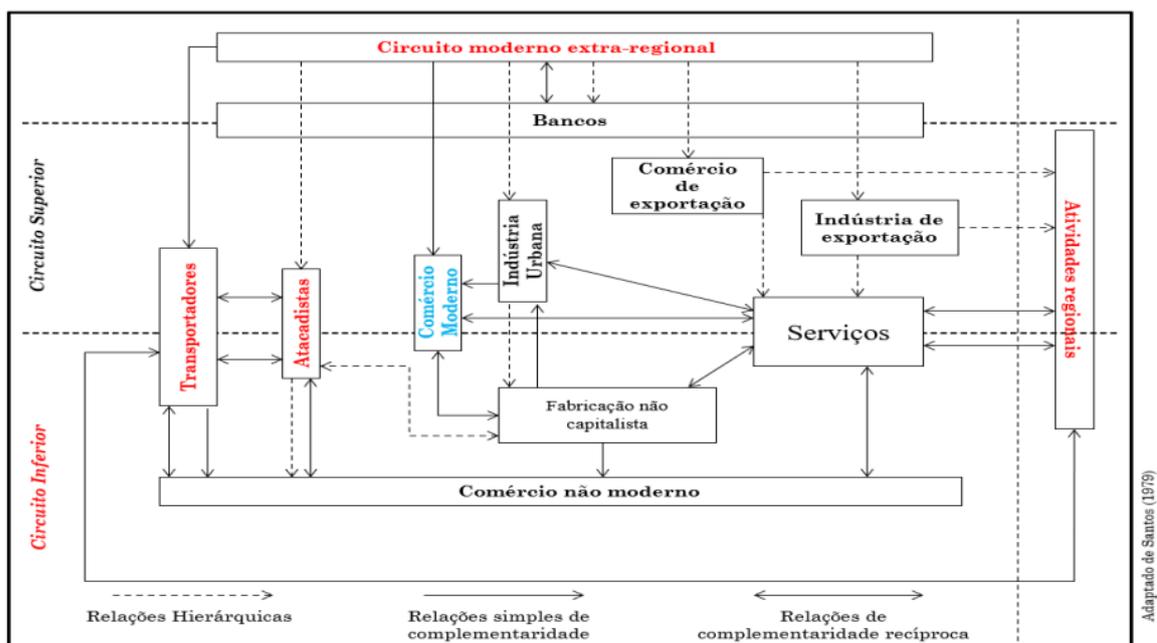


Figura 6 - Comparação dos Circuitos, realidade do Camelódromo da Uruguaiana  
 Fonte: O autor

O quadro acima refere-se diretamente aos circuitos da economia urbana, onde a distribuição de serviços e funcionalidades se divide de acordo com a utilização e a necessidade nos circuitos. O mesmo, elaborado por SANTOS (1979) foi adaptado em uma inicial releitura atrelada à realidade do Camelódromo da Uruguaiana. Os termos em destaque, se apresentam teoricamente no Circuito Superior da Economia, mas na presente adaptação, tendo como objeto central o Camelódromo da Uruguaiana, essas características se apresentam também no Circuito Inferior da Economia. Por exemplo, os bancos se fazem extremamente presentes no cotidiano do camelódromo, já que atividades bancárias são intensamente utilizadas: transferências bancárias, PIX, pagamentos via cartão de débito e crédito e o câmbio de moeda estrangeira. O uso de transportadoras é intensamente utilizado em diversas ações dos lojistas do camelódromo, sobretudo em todas as redes e trajetos de mercadorias até a comercialização final, como será abordado no terceiro capítulo deste trabalho. Também encontramos mercados atacadistas, onde as mercadorias são compradas em grandes estoques; e por mais que a produção / existência de estoque signifique custo aos lojistas, o mesmo se faz necessário quando há o comércio de mercadorias com alta rotatividade, como smartphones, acessórios eletrônicos e de telefonia em geral.

Atividades regionais e extrarregionais estão inseridas em toda a cadeia logística do camelódromo da Uruguaiana, que é classificado como um local de atividades pertencentes ao circuito inferior da economia, mas que apresenta paralelamente à teoria, práticas classificadas como do circuito superior. As atividades regionais e extrarregionais se fazem presentes nas redes de mercadoria utilizadas pelos lojistas, que têm como principal objetivo capitalista uma maior parcela de lucro no final da comercialização. Isto será visto no decorrer dos capítulos desse trabalho.

Assim, de imediato o camelódromo tornou-se um centro de comércio popular e com uma enorme pluralidade de produtos concentrados em um mesmo local. Com mais de 1.400 (mil e quatrocentas) lojas, este local se apresenta como grande gerador de empregos diretos e indiretos.

Abordaremos neste trabalho a relação que este mercado estabelece com outras cidades, estados e países, além de caracterizar como os circuitos e suas características podem se apresentar com os lojistas e os clientes. Além disso, há o fator de possuir fortes relações com o capital, comércio atacadista e transportadoras, inserindo-se em um universo particular de rupturas, regras, códigos e que beira os limites entre o legal e o ilegal.

## **CAPÍTULO II - POR DENTRO DO MERCADO POPULAR DA URUGUAIANA – LOJISTAS E CLIENTES**

O presente capítulo abordará a estrutura logística e as relações entre os atores e indivíduos sociais no camelódromo na uruguaiana, trazendo um breve panorama histórico e estrutural sobre os lojistas e os clientes.

### **2.1 – Localizando o Mercado Popular da Uruguaiana**

O Mercado Popular da Uruguaiana, ou somente o Camelódromo da Uruguaiana, como é popularmente conhecido, foi um dos primeiros complexos de comércio popular na cidade do Rio de Janeiro. Como previamente dito, esse local foi criado na década de 90 (noventa) pelo então prefeito César Maia em parceria com o governo do estado, que estava sob liderança do governador Lionel Brizola.

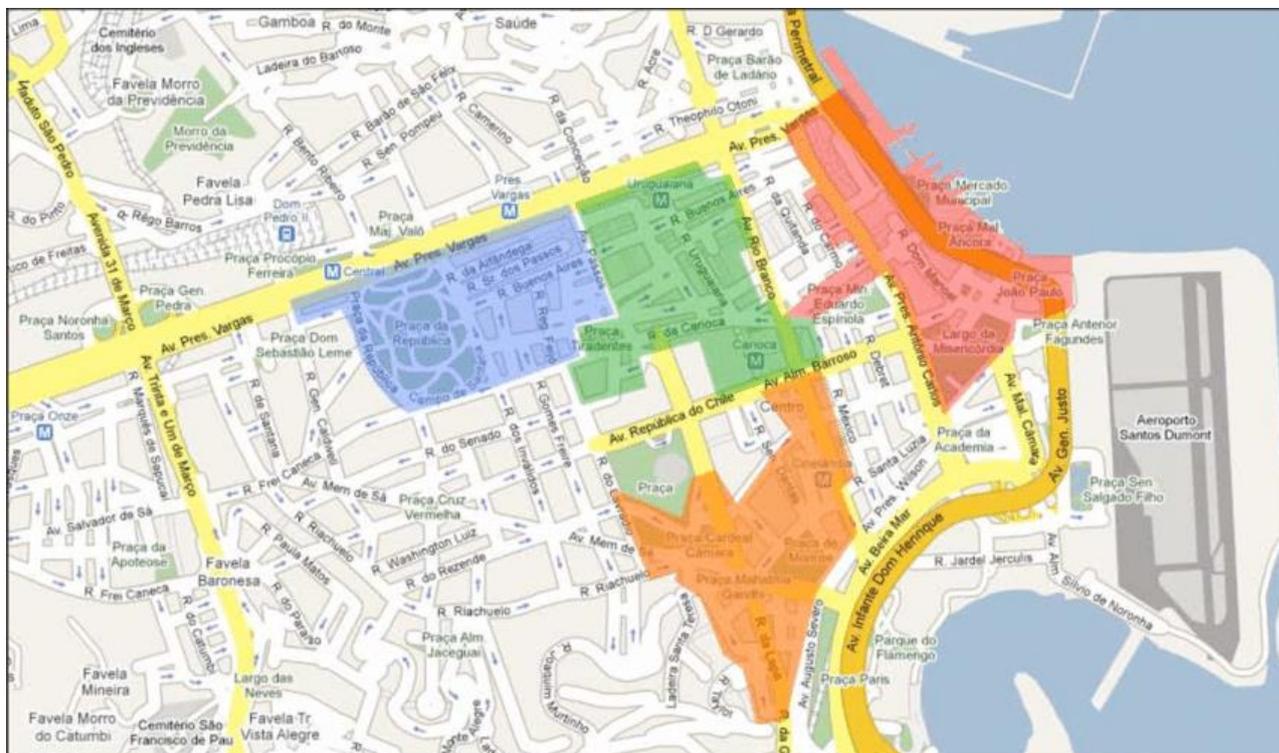
Já na década de 90, os comerciantes / vendedores ambulantes, tradicionalmente chamados de camelôs, se espalharam pela Zona Central do município carioca. Local este que já expressava muita visibilidade, centralidade, concentração política e econômica no estado fluminense, assim como a expressividade de uma metrópole nacional.

A cidade do Rio de Janeiro possui uma área de aproximadamente 1200 km<sup>2</sup> (mil e duzentos quilômetros quadrados) e uma população aproximada de 6,2 milhões (seis milhões e duzentas mil pessoas) de acordo com o último censo demográfico realizado em 2022 pelo IBGE. A centralidade citada no parágrafo anterior vem sendo construída ao longo do processo de colonização e principalmente a partir do momento que passou a ser a capital do Brasil, sobretudo no que se refere ao viés econômico (um dos eixos centrais deste trabalho).

A cidade carioca, atualmente dividida em 164 (cento e sessenta e quatro) bairros e 33 (trinta e três) regiões administrativas, ao longo do tempo, passou por diversas alterações com anexações e desmembramentos. Esse zoneamento traz consigo um melhor entendimento a respeito da organização interna da cidade e, conseqüentemente, um possível melhor planejamento político-administrativo na esfera municipal, já que se trata de uma das metrópoles mais importantes do país, caracterizada pela centralidade e influência socioeconômica e política, como suprarreferido. A cidade encontra-se organizada em zonas, a saber: Zona Central, Zona Norte, Zona Oeste e Zona Sul.

A Zona Central, ou popularmente conhecida por centro da cidade, será a área mais abordada neste capítulo de forma geral. Isso se manifesta pelo motivo do Camelódromo

da Uruguaiana se encontrar neste zoneamento, próximo de importantes vias da cidade no viés econômico e político, sobretudo as Avenidas Presidente Vargas e Rio Branco, esta considerada o Distrito Central de Negócios (CBD – *Central Bussiness District*).



**Figura 7** - Importantes áreas da zona central do Rio de Janeiro

Fonte: Alexandre Salomon. Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-55-Mapa-da-regiao-central-da-cidade-do-Rio-de-Janeiro-com-a-representacao-em-fig27-236873933>

A área destaca em verde no mapa acima, é a localidade na qual se encontra o Mercado Popular da Uruguaiana, principal objeto de estudo desta presente pesquisa. Destaca-se o fato de que nesta mesma área, encontram-se importantes vias para a funcionalidade, dinamismo e economia da cidade, bem como para o desenvolvimento deste trabalho, como por exemplo: Rua do Ouvidor, Avenida Rio Branco, Rua dos Andradas, Rua Senhor dos Passos, Carioca, parte da Avenida Presidente Vargas e evidentemente, a Rua Uruguaiana.

## 2.2 – Os trabalhadores e as lojas do Camelódromo

Com aproximadamente três mil metros quadrados (3.000 m<sup>2</sup>) e comportando aproximadamente mil quatrocentos e quarenta e sete (1.447) boxes, o Mercado Popular da Uruguaiana se apresenta como um grande gerador de empregos de forma direta e indireta. Diretamente atinge aos indivíduos que atuam no camelódromo e indiretamente

atinge diversas esferas de atuação, como: os que trabalham no seu entorno, em lojas secundárias, os que trabalham o marketing dos boxes, os que trabalham com finanças, da mesma maneira, os que trabalham em alguma etapa referente à compra, trajeto e a comercialização final das mercadorias, assunto este que será tratado mais minuciosamente no próximo capítulo.

Essa geração de empregos oriunda do Camelódromo da Uruguaiana se manifesta em um parâmetro tênue entre o formal e o informal. Isto se dá porque atualmente centenas de empregos são classificados como subempregos e grande parte destes indivíduos não são incluídos na porção da PEA (população economicamente ativa), por se tratarem de trabalhadores informais, sem nenhum tipo de registro formal, contratual ou até mesmo com o recebimento de benefícios. Há de se destacar que ao longo do trabalho foi possível a observação e comprovação de que diversos desses funcionários são contratados a partir de acordos, “contratos de boca”, baseados na confiança entre si e em total informalidade trabalhista.

“No campo dos trabalhadores, a nova correlação de forças leva ao desmanche dos direitos conquistados ao longo da quadra anterior. A extração da mais-valia encontra menos resistência e o capital perde o efeito civilizador que pudesse ter. A tendência vai para a informalização do trabalho, para a substituição do emprego pela ocupação, ou, ainda, para a desconstrução da relação salarial. A liga do trabalho rebaixado com a dependência externa, consolidada na semi-exclusão científicotécnica do país, aponta para a sociedade derrotada. (OLIVEIRA, 1981, p. 11).

Assim, as novas feições de trabalho abstrato, debatidas por OLIVEIRA (1981; 2003), nos remete a uma realidade contemporânea em que a precarização do trabalho e o desmembramento dos direitos trabalhistas acontecem de maneira fugaz, intensa e muitas vezes mascaradas como um “falso empreendedorismo”, disfarçadas numa relação contratual de informalização e de criação de subempregos. Isso é diretamente relacionado à vivência cotidiana do que acontece no Mercado Popular da Uruguaiana, onde a grande maioria dos milhares de empregos gerados pelas atividades do camelódromo são oriundos

da informalidade, já que muitos dos funcionários<sup>3</sup> não possuem a carteira profissional de trabalho assinada e, evidentemente, não recebem os benefícios garantidos por lei, assegurados aos trabalhadores formais.

Desta maneira, trabalhadores formais e informais que atuam no camelódromo e que estão inseridos no setor terciário da economia fazem a “engrenagem” do capital girar, mesmo que de forma particular no universo do mercado popular e sobretudo do circuito inferior da economia urbana nos países subdesenvolvidos. Segundo os teóricos do subdesenvolvimento, o setor terciário é “inchado” e consome excedente. Entretanto essa teoria do inchaço é conjuntural (desaceleração do incremento de ocupação na indústria), assim, essa aparência de inchaço do setor terciário, inibe um mecanismo fundamental da acumulação: a remuneração a baixos níveis da força de trabalho. Destaca-se, por fim, que o crescimento do setor terciário faz parte da expansão do sistema capitalista no Brasil, sendo o setor de onde oriunda a maior geração de empregos / ocupações, que variam entre o formal e o informal, como abordado anteriormente.

De acordo com OLIVEIRA (2003), o subdesenvolvimento não era/é uma evolução truncada, mas uma produção de dependência, em que o país tem seu lugar bem definido na divisão internacional do trabalho capitalista. O uso do prefixo SUB revela que há uma hierarquização dentro do subdesenvolvimento, dentro da formação periférica da economia, sobretudo no setor terciário. Nele há uma explosão contínua do emprego no setor de serviços, oriunda da declinante população economicamente ativa (PEA), tanto no setor industrial quanto no rural, o que nos remete aos setores primário e secundário.

Com isso, há uma constante desvalorização e substituição de empregos formais para empregos informais. Há também, neste âmbito, os que não são considerados empregos, sendo denominados “ocupação”. Uma ocupação remete-se àquelas funções desenvolvidas como temporárias, *freelancer*, “*bicos*”, em que o indivíduo atua naquele serviço com o objetivo de complementar a renda, o que não exclui os casos em que tais ocupações exercem a função de fonte de renda principal em determinados casos.

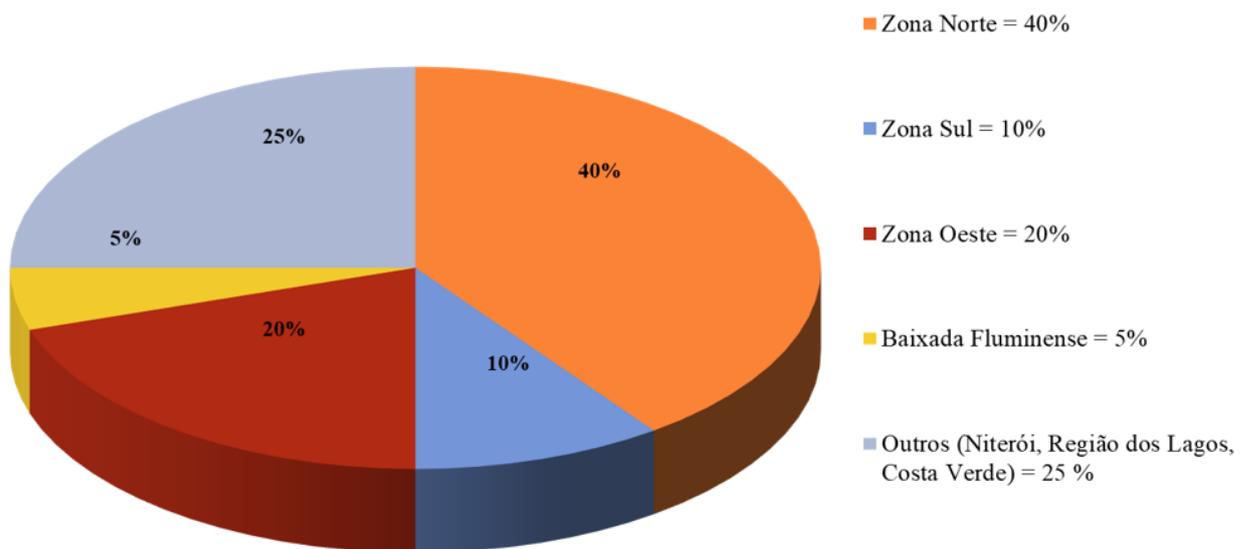
Essa precarização do trabalho afeta diretamente na economia do “universo particular” do camelódromo, já que os salários são combinados diretamente entre o patrão

---

<sup>3</sup> Há uma evidente separação dos termos “Lojistas”, “Funcionários” e “Proprietários” no Camelódromo da Uruguaiana. Os lojistas são considerados os indivíduos que são os donos da loja e trabalham nas mesmas, não havendo a substituição do seu trabalho diretamente. Funcionários são considerados os indivíduos contratados para exercer determinada função nas lojas de terceiros. E, por fim, os chamados proprietários são os indivíduos que possuem lojas no Mercado Popular da Uruguaiana, mas não trabalham diretamente ali, pois alugam suas respectivas lojas para terceiros.

e o funcionário, podendo variar de acordo com a função, carga horária, e localização da loja. Não significa que essa suposta “liberdade” de negociação salarial é um meio vantajoso para os funcionários, uma vez que os mesmos não possuem seus direitos trabalhistas garantidos. Os funcionários trabalham em média dez horas por dia, seis vezes por semana e constantemente em condições insalubres, além de muitas vezes terem de arcar com gastos básicos, como a alimentação e o deslocamento. No que tange este último, pode-se observar que grande parte dos indivíduos que trabalham no mercado popular residem fora da Zona Central carioca, onde a Uruguaiana se localiza, como indica o gráfico abaixo.

### Áreas onde lojistas / funcionários entrevistados residem



Total de 150 entrevistas

**Figura 8** - Local de residência dos lojistas e funcionários do Camelódromo da Uruguaiana  
Fonte: O autor.

Quando construído na década de noventa (90), os box do camelódromo destinavam-se exclusivamente ao vendedor ambulante, que passaria a se tornar proprietário de uma unidade de box aleatório entre as quatro quadras ( A, B, C, D) do mercado. Passados mais de vinte (20) anos desde a sua fundação, essa é uma característica





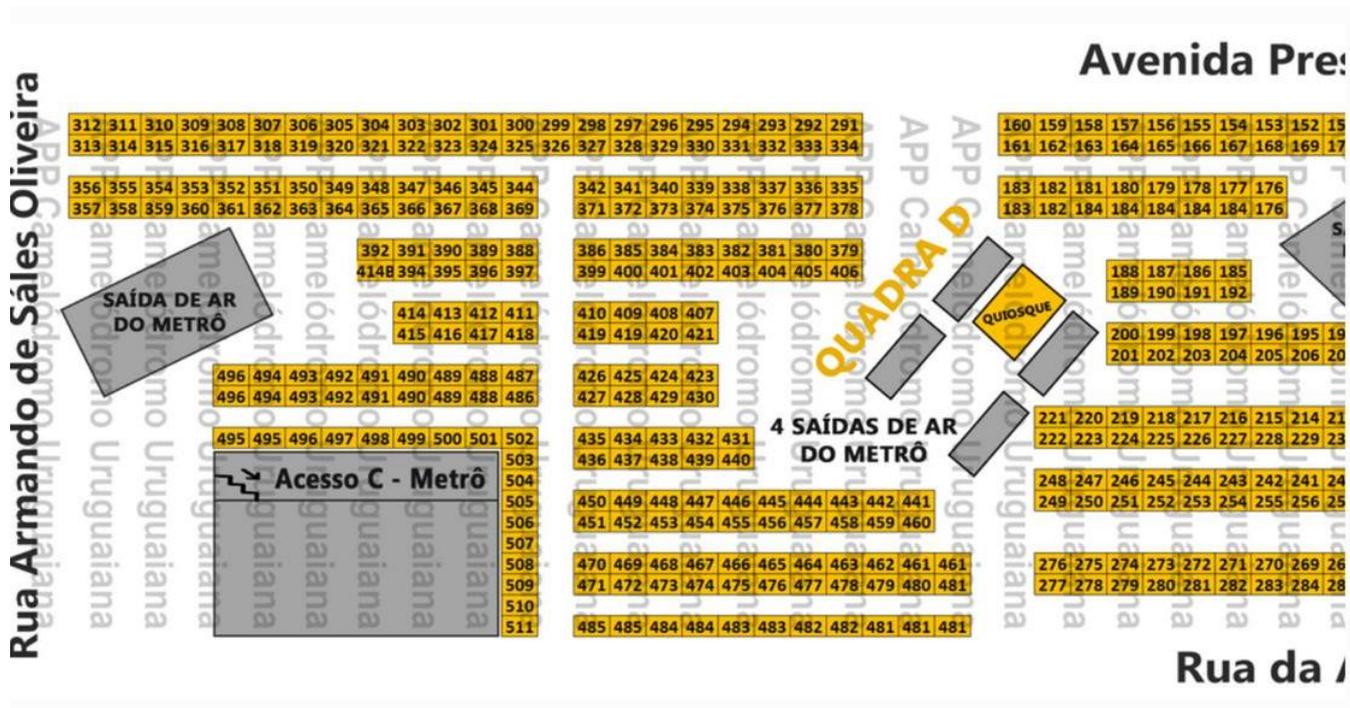


Figura 13 - Disposição dos boxes – Quadra D (1ª parte)  
 Fonte: Aplicativo Camelódromo da Uruguaiana

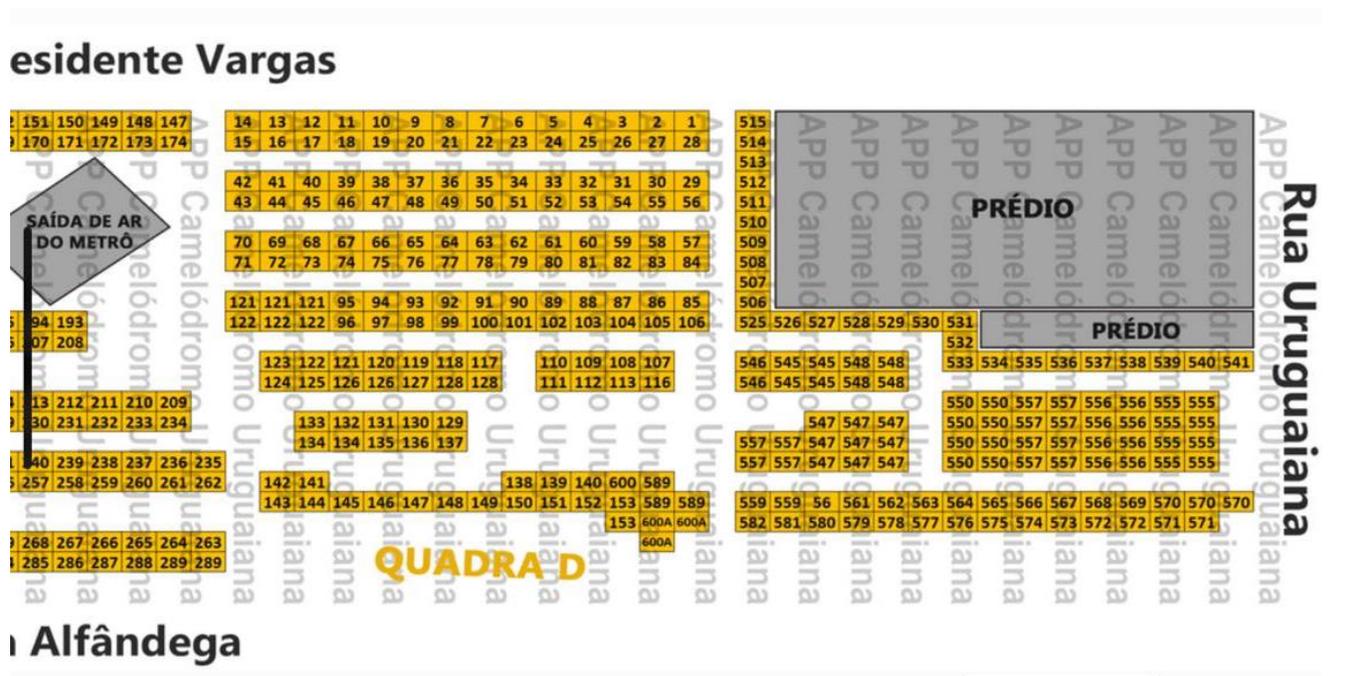


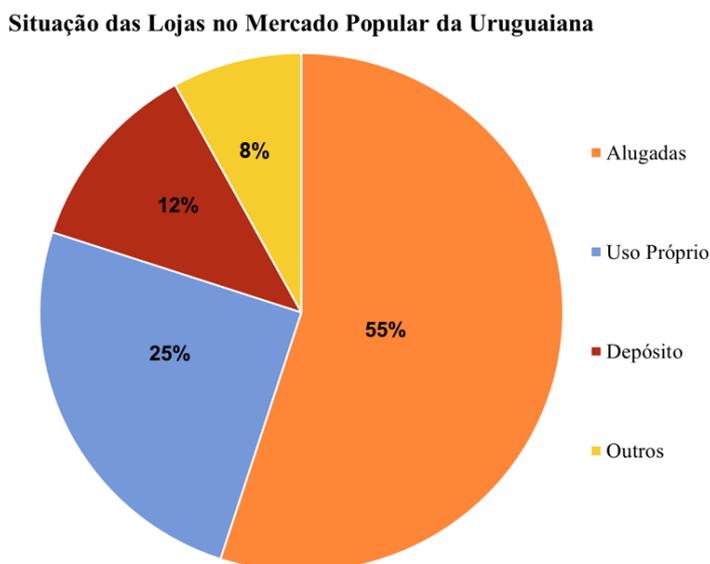
Figura 14 - Disposição dos boxes – Quadra D (2ª parte)  
 Fonte: Aplicativo Camelódromo da Uruguaiana

Com o tempo, foi observado que centenas de lojistas proprietários possuíam diversos boxes e não somente uma unidade, como foi estabelecido inicialmente. Todavia, essa prática não é algo que venha a gerar operações ou punições para quem as realiza. Nota-se que as constantes operações realizadas por órgãos oficiais no interior do camelódromo são para coibir a prática de pirataria de produtos oriundos de tal atividade.

No decorrer dos anos, o Mercado Popular da Uruguaiana mostrou-se como um empreendimento característico do circuito inferior da economia. Ele tem a capacidade de se adaptar rapidamente às realidades econômicas da cidade, do estado e até mesmo em nível nacional. Isto é dito com base, principalmente, na funcionalidade das lojas do camelódromo no decorrer da história.

Entre os anos de 2004 (dois mil e quatro) e 2012 (dois mil e doze) a economia do país apresentava um forte crescimento econômico, bem como a valorização da moeda nacional frente ao dólar, moeda estrangeira intensamente utilizada e comercializada pelos lojistas do mercado popular. Nesse período, por exemplo, os aluguéis poderiam variar de acordo com a quantidade de boxes que formavam uma loja (normalmente de um a três) e de acordo com a localização referente à quadra, ficando entre R\$500 (quinhentos reais) na quadra D e R\$ 2.000 (dois mil reais) na quadra B. Contudo, após os períodos de crise econômica que o país enfrentou e o período da pandemia da COVID-19, os aluguéis apresentaram quedas em seus valores, ficando entre RS 600 (seiscentos reais) e R\$ 1.200 (mil e duzentos reais).

Pode-se identificar no gráfico<sup>4</sup> abaixo as situações das lojas referente às funções para as quais são utilizadas atualmente.



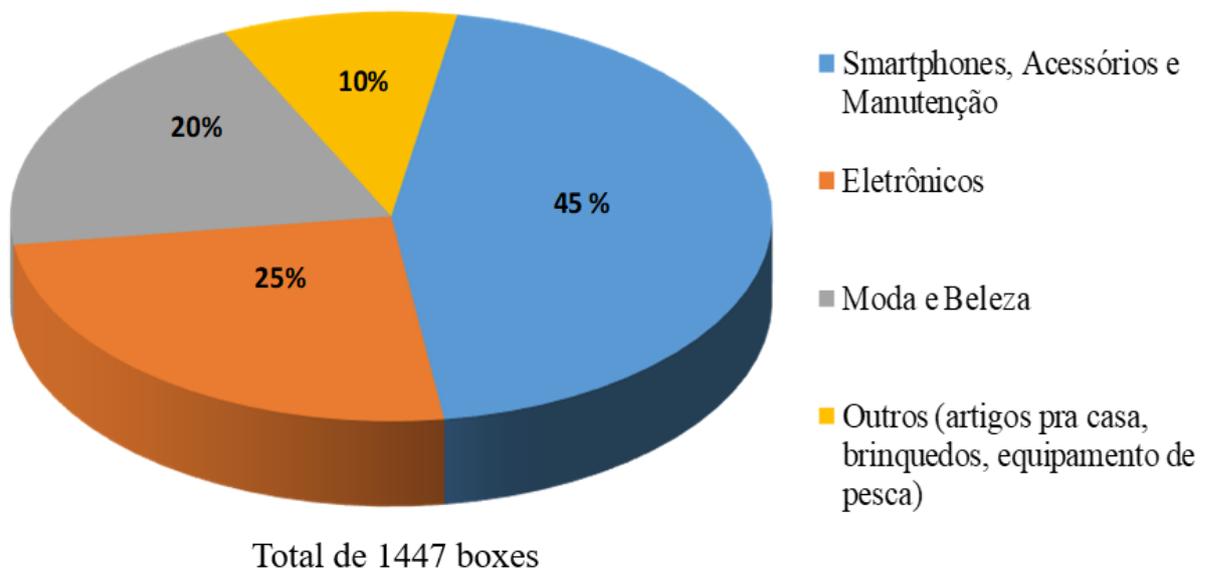
**Figura 15** - Gráfico da situação das lojas no Camelódromo da Uruguaiana  
Fonte: O autor.

<sup>4</sup> As informações necessárias para se realizar esse gráfico foram obtidas a partir de trabalhos de campo realizados entre os anos de 2021 e 2023 no Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro – RJ.

Baseando-se no gráfico acima, é possível identificar que mais da metade das atuais lojas do Mercado Popular da Uruguaiana se encontram inseridas em um sistema de aluguel, como já exposto anteriormente. Essa prática tornou-se extremamente comum e rotineira no camelódromo, porém sofreu forte impacto no ano de 2020 (dois mil e vinte), quando diversas lojas foram fechadas como um dos impactos característicos da pandemia que assolou o ano citado em questão. Em seguida, a segunda maior porcentagem caracteriza-se pelos lojistas que utilizam diretamente seus boxes, não os inserindo no sistema de locação para terceiros. A porcentagem relacionada à categoria de depósito está relacionada às lojas que servem exclusivamente para o estoque de mercadorias. Estes boxes exercem função semelhante a um almoxarifado para outros boxes-lojas do camelódromo, mas também para lojas situadas em prédios comerciais no entorno do mercado popular, principalmente para as situadas nas Ruas do Ouvidor, Uruguaiana e Buenos Aires. Este tópico será abordado mais adiante no presente capítulo. Por fim, a categoria de “outros” se refere às lojas que atualmente encontram-se fechadas e sem uso.

O mercado em si apresenta uma grande concentração de atividades que atendem a diferentes públicos, ou seja, são diferentes produtos e atividades realizadas que vão desde o comércio de smartphones e aparelhos de videogames de última geração ao comércio de roupas, acessórios, brinquedos, estética (manicure, design de sobrancelhas, tatuagem, entre outros), alimentação, pesca, manutenção e acessórios de telefonia.

### Quantitativo de lojas e produtos comercializados



**Figura 16** - Produtos / tipo de comércio nas lojas do Camelódromo  
Fonte: O autor

Em consonância com CUNHA (1998), o dinamismo já encontrado no circuito inferior da economia urbana, que já apresenta na sua funcionalidade a capacidade de adaptar-se às mais variadas situações e circunstâncias, possui ao seu dispor ferramentas que colaboram para o funcionamento e para o desenvolvimento na geração de renda e no esforço de subsistência. Ou seja, na realidade do objeto de estudo, o Camelódromo da Uruguaiana – como um empreendimento que se manifesta como pertencente primordialmente ao circuito inferior da economia urbana, a capacidade de se adaptar a diferentes momentos, realidades e conjunturas, o fazem estar inserido em um grande dinamismo funcional e econômico.

O capitalismo contemporâneo apresenta uma evolução direcionada à economia de dispersão, sendo intensamente oposta à chamada racionalidade econômica do capitalismo tradicional. Em vertentes geoeconômicas, reconhece-se que esta economia de dispersão é voltada em determinados momentos e circunstâncias aos mercados restritos, regionais e locais, justamente como o Mercado Popular da Uruguaiana se apresenta em determinados momentos, já que o mesmo possui uma volatilidade em mesclar as características de um capitalismo tradicional e as características de um capitalismo contemporâneo, alimentando-se onde está sendo gerado um maior lucro no momento.

“É o padrão da economia de pequenas escalas, de pequenas e micro-empresas, de pequenos investimentos, do micro-crédito, dos bancos do povo, do comércio popular, dos trabalhadores por conta própria, da agricultura familiar e camponesa, do cooperativismo autêntico. Imaginar essa pequena economia como rival da grande economia é um enorme engano, pois elas podem ser complementares. A grande economia pode melhorar com o sucesso da pequena.” (CUNHA, 1998, p. 103).

Dentro do próprio Mercado Popular da Uruguaiana, os lojistas e proprietários em uma tentativa de controle majoritário na Associação de Lojistas, bem como na administração do Camelódromo que funciona como uma forma de condomínio<sup>5</sup>. Assim, na tentativa de exercer controle e poder, ao longo da história, aconteceram diversas ações

---

<sup>5</sup> O Mercado Popular da Uruguaiana possui entre todos os lojistas a forma de administração condominial. Ou seja, todas as lojas são obrigadas a pagar uma taxa mensal para a Associação de Lojistas, a fim de promover a manutenção e a obtenção de serviços para o camelódromo. Como, por exemplo: iluminação das áreas comuns e das lojas, ventilação, eletricidade, circuitos de câmeras de vigilância, seguranças diurnos e vigias noturnos, e mais recentemente para a manutenção e divulgação do aplicativo para smartphones do próprio camelódromo.

de segregação entre os lojistas. Isso passou a acontecer tanto nas ações no interior do camelódromo, bem como nas ações exteriores do mesmo. Isso se deu inclusive em situações além dos limites cariocas e fluminenses, é dizer, em outros estados e também em outros países.

Atualmente, diversas organizações de fora do camelódromo passaram a adquirir lojas dentro do mercado, visando um investimento no sistema de locação. Esses grupos são oriundos de diversas localidades e exercícios, que muitas vezes não têm a ver com o universo particular do mercado popular. Exemplo disso é a origem desses “investidores”, como: escritórios de advocacia e contabilidade, médicos, profissionais de segurança pública e privada, bancários, taxistas, entre outros sujeitos que exercem outras atividades. Supõe-se, com base nos levantamentos bibliográficos e nos trabalhos de campo, que, desde de meados do ano de 2018 (dois mil e dezoito), há a atuação de membros de milícia carioca no interior do Mercado Popular da Uruguaiana, a partir do exercício do sistema de locação de lojas. Contudo, por motivos de segurança, falta de informação e resistência dos entrevistados ao abordar o assunto, não foi possível constatar e / ou identificar tais indivíduos.

Desta forma, nessa tentativa de exercer superioridade e afirmar com veracidade e legitimidade seu poderio econômico e de influência, um grupo de lojistas que já possuíam predominância nas quadras B e C, quadras essas que tradicionalmente concentram uma maior circulação de capital e visibilidade das lojas, se reúnem em um movimento de autosegregação e formam um grupo autointitulado de “Cúpula”, grupo esse que será abordado no próximo tópico do presente capítulo.

### **2.3 – Quem forma o seletivo grupo da “cúpula”?**

A partir do ano de 2005 (dois mil e cinco), um grupo de dez lojistas e proprietários de boxes no Mercado Popular da Uruguaiana, em um movimento de autosegregação com os demais lojistas, se unem e formam um grupo denominado “Cúpula”. Os membros da cúpula deveriam possuir lojas nas quadras B e C, que são até os dias atuais, as quadras que possuem a maior movimentação de capital e uma maior visibilidade, quando comparadas às outras quadras. Além disso, duas características em comum entre os membros da cúpula, consideradas por eles como as “principais”, eram a capacidade de influência sobre outros grupos e indivíduos atuantes no camelódromo e o aporte financeiro dos membros. Ou seja, um membro da cúpula deveria possuir um grande

quantitativo de capital para investimentos em lojas, compras de mercadorias, pagamentos de taxas e de salários para terceiros.

O grupo da cúpula, durante mais de dez anos, atuou intensamente no financiamento conjunto das viagens para a compra de mercadoria. Isso significa que as compras de mercadorias que eram realizadas em outros países, Paraguai e Estados Unidos, eram feitas em grupos. Isso funcionava da seguinte forma: ao invés de cada um viajar individualmente ou cada um enviar um funcionário “laranja” para a compra e transporte de mercadorias, eram escolhidos entre dois e três funcionários de membros do grupo, os quais seriam responsáveis por fazer a compra para toda a cúpula. O trajeto, o passo – a – passo e as redes de mercadorias serão abordadas no próximo capítulo.

Essa compra em conjunto era realizada principalmente quando a mercadoria era proveniente de Ciudad del Este, no Paraguai ou de São Paulo, capital. Quando a compra era / é oriunda do Estados Unidos, há uma maior rotatividade de funcionários viajantes, devido ao intenso controle alfandegário e imigratório existente nesse país. Ao longo dos trabalhos de campo, foi possível identificar todos os membros da cúpula, a função e a influência deles dentro do grupo, além da obtenção de informações como descritas na tabela 2 do presente capítulo.

Durante mais de anos, membros da cúpula controlaram até mesmo o comércio de moeda estrangeira dentro do camelódromo, ou seja, existia câmbio, compra e venda de dólar estadunidense dentro do camelódromo da Uruguaiana, moeda essa que é utilizada até os dias atuais para as compras de mercadoria em outros países. Contudo, esse câmbio paralelo não ocorre mais no interior do camelódromo, somente em casas de câmbio legalizadas e localizadas na Zona Central carioca.

Se somadas todas as lojas dos membros deste grupo, o número total chega a cento e vinte e três boxes, onde as lojas podem ser encontradas divididas entre um, dois ou três boxes. Até o ano de 2013 (dois mil e treze) as lojas da cúpula se concentravam somente nas quadras B e C, porém, atualmente são encontradas também lojas na quadra D. Destaca-se o fato também de que os membros desse grupo ficaram no comando da Associação de lojistas do Mercado Popular da Uruguaiana por aproximadamente onze anos ininterruptos.

Todos os membros desse grupo ou organização possuem outros investimentos fora do camelódromo da Uruguaiana de uma grande variedade, como por exemplo: frotas de táxis, investimentos, ações etc. É importante frisar que cinco, dos dez membros da cúpula, possuem a renda obtida através do camelódromo da Uruguaiana como fonte secundária,

já que a receita primária é obtida através de suas funções principais: funcionários de segurança pública municipal, estadual, federal, por exemplo.

**Tabela 2** - Informações básicas sobre os membros da Cúpula<sup>6</sup>

<b>Nomes*</b>	<b>Local da Entrevista</b>	<b>Informações Extremamente Relevantes</b>
J*	Vila da Penha – RJ	Companhias Aéreas – Rota – Sistema de Transporte de Moeda e Mercadoria - Faturamento Mensal – Saída do Camelódromo
A*	Ramos – RJ	Companhias Aéreas – Rota – Sistema de Transporte de Moeda e Mercadoria
AA*	Barra da Tijuca – RJ	Companhias Aéreas – Rota – Sistema de Transporte de Moeda e Mercadoria – Preços das Mercadorias
E*	São Francisco - Niterói	Companhias Aéreas – Rota – Sistema de Transporte de Moeda e Mercadoria – Preços das Mercadorias – Faturamento Mensal – Saída do Camelódromo – Empregados – Forma de Compra
F*	Rocha Miranda – RJ	Transporte de Moeda e Mercadoria – Distribuição e Divisão dos Serviços – Função na Rota de Mercadoria -
R*	Centro - RJ	Função dos Laranjas – Transporte de Moeda e Mercadoria – Volume de Mercadoria
M*	Centro – RJ	Companhias Aéreas – Compra de Moeda Estrangeira – Identificação das Mercadorias
V*	Centro – RJ	Locais de Compra da Mercadoria - “Laranjas”
FB*	Centro - RJ	Compra de Moeda Estrangeira – Lojas fora do Camelódromo
F*	Centro – RJ	Comercialização - Compra de Moeda Estrangeira

\*Nomes abreviados<sup>7</sup>

Atualmente, todos os membros da “cúpula da Uruguaiana” encontram-se com suas principais lojas fora do mercado popular e as mais de cem lojas encontram-se destinadas para outros fins, como por exemplo, depósito, locação, prestação de serviços de manutenção e comércio de acessórios telefônicos.

Essa saída das lojas de dentro do camelódromo aconteceu de forma gradual e ao que se aproxima de um efeito dominó, já que a saída foi sequencial. As principais motivações para essa saída, segundo ao grupo, foi a mudança no comércio interno, a visibilidade e a lucratividade. Com isso, os mesmos transferiram suas lojas para salas

<sup>6</sup> As informações foram obtidas a partir de conversas informais e períodos de observação nas lojas dos membros do grupo explicitado neste tópico.

<sup>7</sup> Por questões de segurança e confiabilidade, os nomes completos dos membros entrevistados foram ocultados, garantido assim o anonimato dos mesmos.

comerciais localizadas em prédios comerciais localizados no entorno do mercado, principalmente nos logradouros da Rua do Ouvidor, Rua Buenos Aires e na Rua Uruguaiana.



**Figura 17** - Esquina das Ruas Uruguaiana e Buenos Aires no centro do Rio de Janeiro, RJ.  
Fonte: O autor

Essas salas comerciais contam com um forte esquema de segurança e monitoramento constante por meio de câmeras e alarmes. O comércio realizado nessas lojas é voltado exclusivamente para a venda de produtos provenientes da marca Apple e em alguns casos das marcas Xiaomi e Samsung, com diversos produtos, como aparelhos de telefonia, *smartwatches*, fones sem fio, tablets, notebooks e computadores. Todos os aparelhos comercializados nessas lojas são originais e possuem nota fiscal, pois um dos acordos firmados entre os membros da cúpula atualmente é que todos os produtos de alto custo comercializados devem ser de origem segura e original. Contudo, isso não se aplica a produtos secundários, como por exemplo, acessórios de “capinha”, fones com fio, carregadores, cabos auxiliares, películas, entre outros.

O sistema de comercialização nessas lojas em salas comerciais funciona da seguinte forma: os comerciantes vendem seus produtos para terceiros que posteriormente os revendem, numa forma de consignação. Por exemplo: um indivíduo anuncia um aparelho de iPhone 13 nas suas redes sociais por um valor de R\$4.000,00, supõe-se. Quando o mesmo consegue vender ou tem esse aparelho reservado, ele vai até uma dessas salas comerciais, retira o aparelho por um valor mais baixo do que o anunciado, garantindo assim a sua margem de lucro. Após concretizar a venda, o mesmo paga o valor referente ao aparelho para a loja e fica com o valor excedente para si. O grande “X” da questão é de que os comerciantes acabam ganhando na quantidade e não precisam procurar ou ir até ao público consumidor, já que há uma “terceirização” para a venda.



**Figura 18** - Mercado Popular da Uruguiana, Rio de Janeiro, RJ. Fonte: O autor.

Os relógios e os fones de ouvido são todos novos, comercializados de maneira lacrada. Já os aparelhos de iPhone e Ipad são comercializados tanto lacrados, seminovos ou de vitrine<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Aparelhos de vitrine são os aparelhos que ficam expostos nos mostruários de lojas de telefonia, operadoras telefônicas e em lojas de eletroeletrônicos. Como essas lojas não podem comercializar esses aparelhos de mostruário para o grande público em geral, esses aparelhos acabam sendo vendidos para lojistas específicos, como membros da cúpula.

Em relação à garantia desses produtos comercializados, o bordão utilizado popularmente entre os comerciantes do Mercado Popular da Uruguaiiana “*La garantia soy yo*”, não se aplica atualmente aos lojistas da cúpula. Todos os aparelhos vendidos, são comercializados com formatação de fábrica, independente do estado e testados no momento da venda. Quando se trata de um aparelho seminovo, o mesmo pode vir acompanhado da garantia, se ainda vigente, da própria marca (isso é mais comum em aparelhos seminovos da marca Apple).

Os acessórios comercializados são oriundos principalmente da cidade de São Paulo e da Ciudad del Este, no Paraguai. Já os aparelhos de telefonia são obtidos principalmente na cidade de São Francisco (Califórnia, EUA), Orlando (Flórida, EUA) e Ciudad del Este (PY), mais adiante abordaremos novamente esse assunto, bem como as cidades envolvidas nessas redes e rotas de mercadoria.



**Figura 19** - Selo de garantia utilizado antigamente entre os comerciantes do Mercado Popular da Uruguaiiana  
Fonte: O autor

#### **2.4 – Público Consumidor – Clientes do Camelódromo**

A lógica do consumo possibilita que diversos levantamentos analíticos sejam feitos. Várias áreas de mercado assumem papel de destaque nesse fenômeno e influenciam ligando-se diretamente o mercado consumidor alvo, como por exemplo, mercados municipais, mercados populares, feiras livres, ruas de comércio de luxo, aglomerações urbanas de forma geral e os famosos shoppings centers. Esse último extremamente atuante no que diz respeito ao consumo. Supostamente um espaço

democrático, a partir de algumas décadas atrás começam a surgir empreendimentos voltados a um público alvo específico, com alto padrão aquisitivo e que teoricamente tem condições e desejos em consumir nesse meio. Exemplo disso é o Shopping Village Mall, localizado na Barra da Tijuca, zona Oeste carioca e que possui um comércio de luxo.

Como afirma SANTOS (1979), existe no circuito inferior, um consumo de subsistência. Por mais que tenha se adequadado à realidade contemporânea, esse tipo de consumo permanece ainda nos dias atuais. Esse tipo de consumo engloba um grande número de serviços e de mercadorias que se relacionam diretamente com os chamados elementos comunicacionais, voltados para a comunicação e tecnologia. Esses equipamentos são comprados, nesse caso, por classes com menor poder aquisitivo e voltados principalmente para o desenrolar da vida diária, seja para lazer ou trabalho, como: telefonia, Dual chip, internet, streamings, TV a cabo, entre outros).

Foi possível constatar, ao longo da pesquisa, que há uma padronização do público consumidor de acordo com o dia da semana que os mesmos frequentam o Mercado Popular da Uruguaiana. A padronização encontra-se descrita na tabela abaixo.

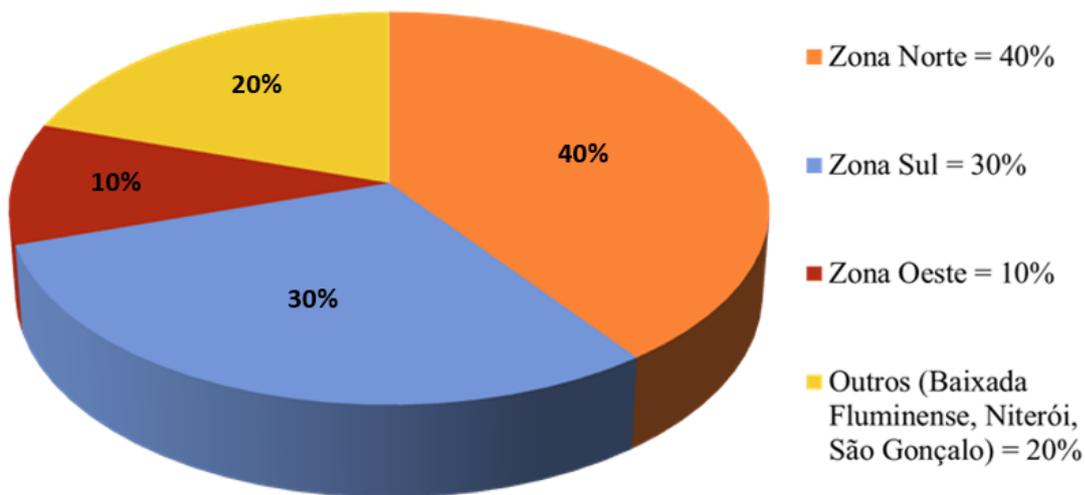
**Tabela 3** - Principais dias que o público consumidor frequenta o Mercado Popular da Uruguaiana

<b>Dia (s) que frequenta o Mercado Popular da Uruguaiana</b>	<b>Justificativa</b>
Segunda – feira	Folga às segundas - feiras
Terça – feira a Sexta - feira	Trabalha no entorno do camelódromo ou na Zona Central
Sábado	Folga aos sábados

Fonte: O autor

Ou seja, o público consumidor que frequenta o camelódromo às segundas-feiras, é formado majoritariamente por pessoas que trabalham durante a maior parte da semana e inclusive aos sábados, restando somente os dias de domingo (que o mercado popular da Uruguaiana não funciona) e a segunda-feira para frequentar e possivelmente consumir neste mercado popular. Já entre os dias de terça a sexta-feira, normalmente é composto por pessoas que trabalham na zona central e reservam um tempo ao longo do dia para algum consumo ali. Por fim, aos sábados é aonde se torna possível encontrar o público mais variado, pois normalmente é composto por pessoas que trabalham durante a semana e tiram o final de semana para resolver determinados assuntos e / ou lazer.

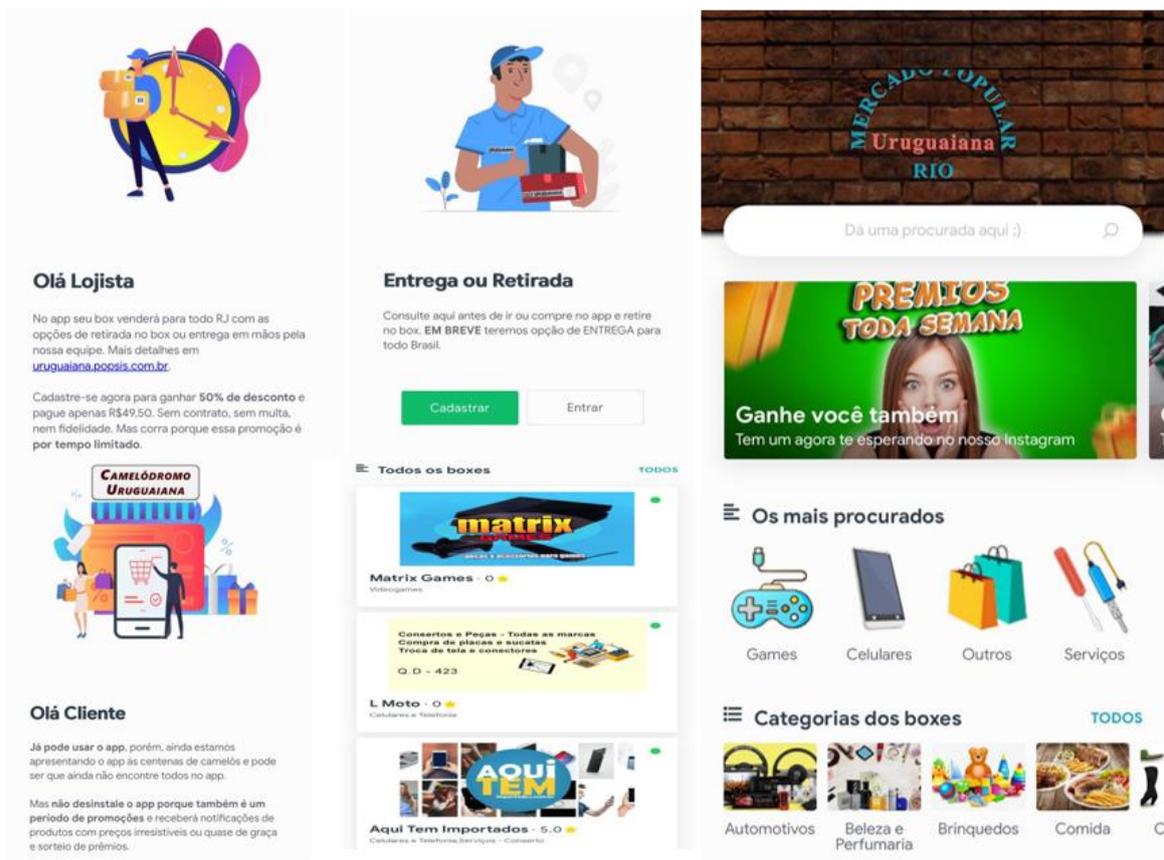
### Áreas onde os consumidores entrevistados residem



Total de 210 entrevistas

**Figura 20** - Locais de residência do público consumidor  
Fonte: O autor

Na tentativa de se adaptar e até mesmo se inserir no dinamismo tecnológico e digital que a internet possibilita, além de se adaptar aos novos padrões de uma sociedade que alimenta e intensifica cada vez mais os fluxos, aproxima os fixos e tem alimentado um padrão de consumo digital cada vez mais intenso, a Associação de Lojistas do Camelódromo da Uruguaiana, criou um aplicativo para smartphones (disponíveis nos sistemas iOS e Android) visando a aproximação entre os clientes e as lojas, além de adotar o sistema de compra online, com a possibilidade de reserva e o sistema *take out* (retirada presencial, mas a reserva sendo feita online).



**Figura 21** - Funções do Aplicativo do Mercado Popular da Uruguiana  
 Fonte: Aplicativo “Mercado Popular da Uruguiana”

Como abordado anteriormente nesse presente trabalho, há um padrão sócio – econômico no que diz respeito ao consumo em empreendimentos classificados como superior e inferior, bem como pertencentes ao determinado padrão de poder aquisitivo. Ou seja, quem tem um poder aquisitivo maior, frequenta e consome em locais considerados do mesmo nível, assim como pessoas que tem um poder aquisitivo menor, frequenta e consome em locais que se assemelham a essas condições. Todavia, quando se refere ao Mercado Popular da Uruguiana, essa teoria se difere do que realmente acontece na prática, já que o público consumidor do camelódromo é extremamente variado em termos culturais, sociais e econômicos, sendo possível encontrar pessoas de diferentes classes sociais, níveis de instrução e profissões.

Por fim, foi possível constatar de que o público busca aspectos semelhantes quando consomem no camelódromo, como por exemplo, preço acessível, rapidez e praticidade e a oferta de diferentes produtos que rotineiramente são escassos em locais classificados / caracterizados como pertencentes ao circuito superior da economia urbana.

### **CAPÍTULO III - AS REDES DO MERCADO POPULAR DA URUGUAIANA**

O Camelódromo da Uruguaiana está inserido em diversas redes – principalmente as que possuem viés econômico -, mas principalmente as de fluxo de capital, de informação e de mercadorias. O conceito e o funcionamento prático de rede são construídos a partir das relações interempresariais, ou seja, a relação entre diferentes mercados, mantendo o nível de hierarquização dependente, mas de maneira cooperativista. Tal cooperação é originada a partir de formas técnicas e sociais da hierarquia da rede, ocorrendo uma divisão socioeconômica que irá determinar a importância e o papel de cada aspecto envolvido na rede, de acordo com BENKO (1995).

Estabelecimentos econômicos criam diversos fluxos, como o de produtos, empregos, informação, serviços e mercadorias, assim, tais estabelecimentos possuem capacidade de influenciar a economia do local onde se encontram ou até mesmo da (s) rede (s) em que estão inseridos. Tal característica é um dos pontos que se pretende estudar na presente pesquisa: a capacidade de influência econômica do Mercado Popular da Uruguaiana.

Paralelamente ao que foi dito no parágrafo anterior, SPOSITO (2005) afirma que a organização da (s) rede (s) é oriunda da relação de aspectos como a estrutura, a escala, os fluxos e os atores envolvidos; assim as articulações desses aspectos originam uma ou mais redes.

. De acordo com CASTRO (1995), o conceito de escala pode ser elaborado como uma medida, não necessariamente do fenômeno, mas aquela escolhida para melhor observá-lo e mensurá-lo. Assim, de acordo com CORRÊA (1996), quando se muda a escala, mudam-se também as dinâmicas e atores analisados. No entanto, as escalas intraurbana e a escala de rede urbana desenvolvem ações cooperativistas, através das quais geram análises do mundo real – neste caso, o urbano – em níveis escalares diferentes, em que a escala intraurbana apreende especificidades, como tipos de usos do solo, e a escala de rede urbana analisa, por exemplo, a hierarquia entre cidades.

Assim, na lógica econômica capitalista na qual os objetos de estudo estão imersos, são estabelecidas relações entre cidades, entre pontos conectados por uma ou mais redes, como veremos mais adiante. Segundo CARLOS (2001), a cidade é condicionada à produção de capital que ela exerce, impondo configurações espaciais que formam cadeias produtivas, as redes, integrando diversos processos de geração de capital e fluxo de mercadorias, o que são dois aspectos presentes nas redes de cidades citadas.

Acredita-se que, ao compreender o modo de operacionalização desta complexa rede envolvendo estas cidades, ter-se-á maiores ferramentas teóricas para compreender as razões que levaram à existência de características tanto do Circuito Inferior quanto do Circuito Superior, no Comércio Popular da Uruguaiana.

### **3.1 – De Ciudad del Este – Paraguai para a capital fluminense: Rio de Janeiro – RJ**

O mercado da Uruguaiana possui um fluxo de moeda internacional em larga escala, assim o encadeamento de atividades geridas nas redes do mercado ocorrem em locais estratégicos, onde a operacionalização das atividades está em conjunto com a concentração de determinados meios, como por exemplo, transporte, capitalização, contrabando e fluxo de informações gerais das cidades envolvidas nas redes nas quais o Camelódromo da Uruguaiana está inserido. Como pode-se observar na figura 22 (vinte e dois) uma das rotas de mercadoria que o Camelódromo possui e onde cada cidade ali representada possui papel estratégico.

As cidades de Ciudad Del Este, localizada no Paraguai e pertencente ao departamento paraguaio (o que é equivalente aos estados brasileiros) do Alto Paraná e a cidade de Foz do Iguaçu localizada no estado brasileiro do Paraná, são consideradas cidades gêmeas. Pois de acordo com a Portaria 2.507/2021 estabelecida pelo Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR), essa normativa compreende e estabelece nacionalmente que o conceito de cidades gêmeas advém dos municípios cortados por linhas de fronteiras, seja seca ou fluvial, podendo ser articuladas ou não por obras de infraestrutura. Isso é justamente o que acontece com as cidades citadas anteriormente neste parágrafo que são “separadas” por uma fronteira fluvial, o Rio Paraná, e articuladas através da Ponte da Amizade, que é uma obra de infraestrutura e que possibilita a ligação entre as duas cidades.

Normalmente, as cidades gêmeas demonstram um vasto potencial de integração econômica e cultural, com características muito semelhantes e que podem gerar uma conurbação ou semiconurbação entre as cidades envolvidas, não sendo de caráter obrigatório. Para um município brasileiro ser considerado uma cidade gêmea, o mesmo deve possuir uma população superior a dois mil habitantes. No total, o Brasil possui trinta e três municípios que são considerados cidades gêmeas, sendo que onze deles se localizam somente no estado do Rio Grande do Sul. Outros marcantes exemplos de cidades gêmeas com grandes impactos sócio-políticos-econômicos e

culturais são as cidades de Santana do Livramento – RS (Rio Grande do Sul) e de Rivera – Rivera (Uruguai, UY), bem como as cidades de Ponta Porã localizada no estado do Mato Grosso do Sul (MS) e a cidade de Pedro Juan Caballero, no Paraguai (PY).

Foi estabelecida no ano de 2014 (dois mil e catorze) outra portaria que reconhece e assegura a existência de cidades gêmeas, estabelecendo determinados parâmetros para o seu reconhecimento, como estabelece parâmetros para a existência das mesmas.

*Portaria nº 125 de 21/03/2014 / MIN - Ministério da Integração Nacional  
(D.O.U. 26/03/2014)*

*Conceito de cidades-gêmeas nacionais, os critérios adotados para essa definição.*

*Estabelece o conceito de cidades-gêmeas nacionais, os critérios adotados para essa definição e lista todas as cidades brasileiras por estado que se enquadram nesta condição.*

*PORTARIA Nº 125, DE 21 DE MARÇO DE 2014 (\*)*

*O MINISTRO DE ESTADO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL, Interino no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição, e o art. 27, inciso XIII, alíneas a a c, l e m, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003.*

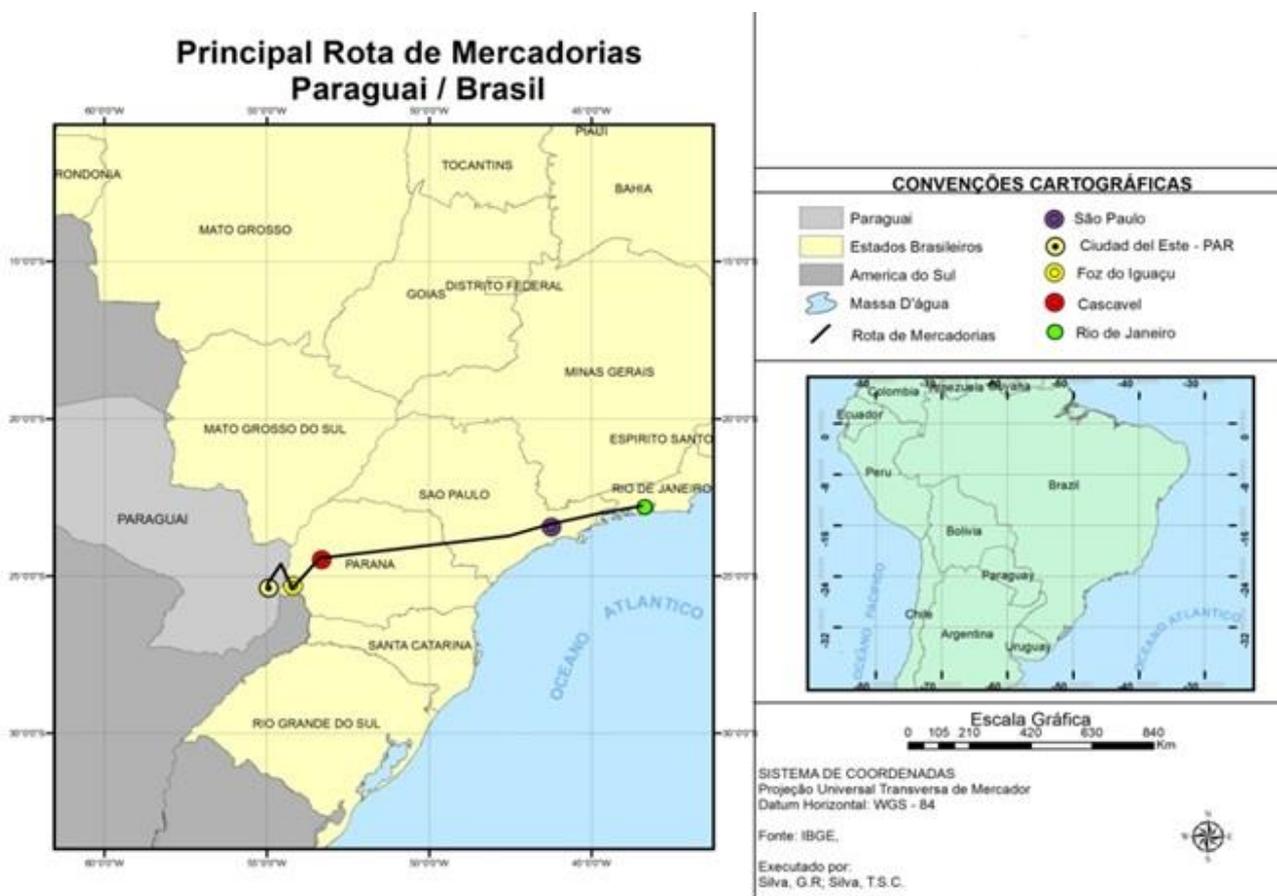
*CONSIDERANDO a necessidade de se estabelecer conceito oficial de cidades-gêmeas de cidades estrangeiras na linha de fronteira do Brasil, bem como os critérios definidos para a classificação de cidades brasileiras como cidades-gêmeas, tendo em vista as crescentes demandas pelos municípios de políticas públicas específicas para estas cidades; e CONSIDERANDO a importância das cidades-gêmeas para a integração fronteiriça e, conseqüentemente, para a integração sul-americana, resolve:*

*Art. 1º Serão considerados cidades-gêmeas os municípios cortados pela linha de fronteira, seja essa seca ou fluvial, articulada ou não por obra de infraestrutura, que apresentem grande potencial de integração econômica e cultural, podendo ou não apresentar uma conurbação ou semi-conurbação com uma localidade do país vizinho, assim como manifestações "condensadas" dos problemas característicos da fronteira, que aí adquirem maior densidade, com efeitos diretos sobre o desenvolvimento regional e a cidadania.*

*Art. 2º Não serão consideradas cidades-gêmeas aquelas que apresentem, individualmente, população inferior a 2.000 (dois mil) habitantes.*

*Art. 3º A lista de cidades-gêmeas nacionais encontra-se no Anexo desta Portaria.*

*Parágrafo único. Os municípios designados como localidades fronteiriças vinculadas em acordos internacionais celebrados pela República Federativa do Brasil e ratificados pelo Congresso Nacional, que não constam na lista do Anexo desta Portaria, serão considerados equiparados às cidades-gêmeas.*



**Figura 22** - Mapa da principal rota de mercadorias comercializadas no Mercado Popular da Uruguaiana

Assim, RIBEIRO (2001) afirma que:

*“A principal aduana do comércio entre dois países, e também, uma das principais aduanas fronteiriças do Mercosul (em relação ao movimento de carga), está localizada precisamente no par de cidades Foz do Iguaçu – Ciudad Del Este.”*

De acordo com RIBEIRO (2001), as cidades gêmeas de Foz do Iguaçu e Ciudad Del Este formam locais de comunicação que contêm determinante privilégio entre os sistemas espaciais tanto do Brasil, quanto do Paraguai.

Cada cidade inserida na rota, caracterizada na figura anterior, possui um papel fundamental e característico na rede. A cidade do Rio de Janeiro é considerada o ponto de partida e o ponto de chegada, pois é de onde saem os laranjas<sup>9</sup> em direção à Foz do Iguaçu no Paraná, e é onde acontece as etapas finais da rota que é a chegada da mercadoria no camelódromo, a distribuição entre os comerciantes participantes da compra e a comercialização final. A saída dos “laranjas” acontece através de voos comerciais através do Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro (Galeão) com destino à Foz do Iguaçu no Paraná, com chegada no Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu/Cataratas, cidade onde acontece a estadia dos viajantes abordados aqui.

Após a chegada dos “laranjas”, a depender do horário, os mesmos se direcionam para a Ciudad del Este no Paraguai, onde acontece a compra das mercadorias. Os mesmos utilizam, normalmente, transporte público ou carros de aplicativos para se deslocarem do hotel até a Ponte da Amizade, ainda do lado brasileiro. Após atravessarem a ponte a pé, devido ao menor nível de fiscalização e possíveis averiguações aduaneiras / imigratórias, acontece a chegada na cidade paraguaia. A compra das mercadorias acontece em diversas lojas, porém, todas pré-estabelecidas e com os valores / preços diferenciados para as compras que serão feitas no atacado. Devido aos riscos de segurança, assaltos e a fiscalização aduaneira, os laranjas não atravessam de volta para o Brasil com a mercadoria, isso é de responsabilidade das lojas paraguaias: em um sistema de “*delivery*” as mesmas entregam as mercadorias no hotel onde os compradores / laranjas estão hospedados (essas mercadorias<sup>10</sup>, normalmente, são entregues no mesmo dia à noite ou no mais tardar, na manhã seguinte).

Após a chegada das mercadorias no hotel, as mesmas são organizadas em bolsões<sup>11</sup>, embaladas e levadas de ônibus até a cidade de Cascavel, ainda no estado paranaense (a cidade de Medianeira, localizada no Paraná, também apareceu na rota algumas vezes e a justificativa, segundo os laranjas, era de que a passagem para Medianeira naquele momento estava mais barata do que para Cascavel; no entanto, Cascavel aparece em uma quantidade muito superior e com mais expressividade). Quando

---

<sup>9</sup> São os indivíduos responsáveis por transportar o dinheiro para a compra de mercadorias no Paraguai, bem como é responsável pela maior parte do trajeto das mercadorias até o destino final, que é o Mercado Popular da Uruguaiana no centro do Rio de Janeiro, RJ.

<sup>10</sup> Grande parte dessas mercadorias possuem notas fiscais, além de serem consideradas originais.

<sup>11</sup> Grandes malas / bolsas em tecido, que devido ao seu tamanho, é possível transportar um alto número de produtos e mercadorias em geral.

a mercadoria chegava com os laranjas na cidade de Cascavel, a mesma era entregue para os chamados atravessadores; esses eram responsáveis em levar grande parte da mercadoria da cidade paranaense até a cidade de São Paulo – SP, onde a mercadoria é deixada novamente com os laranjas provenientes do Camelódromo da Uruguaiana, podendo ser os mesmos que estavam no Paraná ou não. Essa terceirização no transporte de mercadorias entre as cidades paranaenses e paulistas acontece, segundo apontam as justificativas, devido à questões de segurança, pois tratam-se de rotas com alto índice de assaltos, roubo de cargas e de intensa fiscalização aos ônibus de turismo, pois é uma rota conhecida pelo transporte de mercadorias.

Quando a mercadoria chega na cidade de São Paulo, normalmente a entrega acontece em terminais rodoviários, pois segundo apontam os relatos, facilita na entrega para a transportadora responsável pelo trajeto entre a capital paulistana e o Mercado Popular da Uruguaiana. Esse trajeto acontece por meio de transportadoras, exclusivamente, por uma questão de segurança, já que o eixo Rio – São Paulo e as estradas que os ligam, sofrem constantemente com episódios de roubos de carga. Assim, a mercadoria chega à cidade carioca e é entregue diretamente no camelódromo, onde já chegam identificadas através de códigos, que se destinam a cada lojista.

Já o trajeto dos laranjas entre a cidade de São Paulo e a cidade do Rio de Janeiro, pode acontecer através do transporte rodoviário ou aéreo; isso vai depender do custo das passagens e da demanda de viagens (normalmente entre os meses de outubro e dezembro, a demanda pela compra de mercadorias é muito maior, aumentando em 50% o número de viagens, influenciadas diretamente pela celebração de datas comemorativas como o Dia das Crianças em outubro e o Natal em dezembro).

Destaca-se um fato bastante comum que na cidade de São Paulo ocorra a compra de mercadorias secundárias, como acessórios em geral: capas de proteção, películas, adaptadores, carregadores e cabos USB auxiliares.

De acordo com as conversas com indivíduos atuantes na rota<sup>12</sup>, foi possível mapeá-la e identificar o papel de cada cidade. Segue abaixo o relato de um “ex-laranja” que era o indivíduo responsável pelo transporte da moeda e compra de mercadorias.

---

<sup>12</sup> A identificação desta rota foi possível de ser obtida, além das conversas descritas nesta presente pesquisa, devido à viagens / trabalhos de campo realizados algumas vezes com os próprios laranjas, nos anos de 2007, 2015, 2017 e nos anos de 2021 e de 2023, onde nesses dois últimos anos, a pesquisa já estava sendo realizada a nível de mestrado.

*“Rio de Janeiro, 13 de abril de 2023.*

*Bom, pra iniciar a conversa é importante eu frisar que o anonimato deve ser mantido, relações estabelecidas com confiança são as que sobrevivem. Eu sempre viajei levando muito dinheiro, grandes quantias e na maioria das vezes era tudo em dólar. Pegava o dinheiro, guardava em locais estratégicos –não vou dizer onde- e partia rumo ao aeroporto. Os voos costumavam serem os noturnos, principalmente após as 23h, pois aí a gente chegava à Foz do Iguaçu de madrugada, tendo caminho livre do aeroporto até o hotel, sem muito risco. Chegava ao hotel e dormia um pouco, acordava e ia pro café da manhã, tudo bem cedo, pra chegar a Ciudad Del Este com as lojas no início do expediente. Íamos até o lado brasileiro da Ponte da Amizade de ônibus comum, daqueles urbanos, sabe? Atravessava a ponte andando, ia curtindo o visual, vendo o rio abaixo da ponte e vendo os barquinhos pra lá e pra cá. Todo mundo sabe o que vários barquinhos ali transportam, mas quem vai mexer com peixe grande, né?*

*Quando eu chegava no Paraguai a adrenalina tomava conta de mim, era um medo, um prazer, adrenalina de verdade, eu amava fazer aquilo, amo a minha vida mais tranquila hoje, mas sinto falta daquilo. Bom, mas voltando pro que você tá interessado. Eu chegava no Paraguai e já ia nas lojas específicas, todo mundo se conhecia. Entrava na loja, passava minha lista de produtos e ia pro escritório nos fundos das lojas, eu não podia puxar aquele malote de dólar na frente de um monte de gente, né? Pagava pro dono ou pro gerente, e dava as instruções já conhecidas, tudo embalado muito bem e entregue no meu hotel, na mesma noite do dia da compra. A partir daí dava uma volta e fazia umas compras pessoais, quase sempre fazia isso.*

*Quando chegava a noite as mercadorias já estavam no meu quarto, conforme o combinado. A partir desse momento minha adrenalina se misturava com tensão, guardava as mercadorias nas malas e no dia seguinte partia rumo à Medianeira no Paraná. A mercadoria não ia comigo, ia com uma dupla de laranjas. [...]*

*[...] em Medianeira ou Cascavel eu pegava a mercadoria e ia de ônibus até São Paulo, em ônibus de leito. Chegava na Rodoviária do Tietê e deixava a mercadoria no guarda volumes, onde a transportadora pegava a mercadoria e levava até o Camelódromo. Não preciso nem dizer os motivos de eu não me envolver no trecho SP – RJ, né? Só digo dois motivos, fiscalização e assaltos. A mercadoria chegava no Camelódromo e era dividida entre os lojistas, eu viajava principalmente*

*pros lojistas da quadra B e C, os caras tinham muito dinheiro. Mas era dinheiro fácil, tudo que vem fácil, vai fácil, né?! Eles perdiam muito, mas lucravam o dobro, final de ano então, nem se fala! Os caras não eram nem mais camelôs, não deveriam e não gostavam de ser chamados assim, eles eram empresários, micro empreendedores e tinham os visionários também, esses eram inteligentes, fazem o dinheiro dessa época render até hoje. Teve camarada que até político virou, mas vamos pular essa parte, peixe grande não se mexe.*

*Depois que a mercadoria era dividida, era só esperar uns dois dias, três, e uma semana e eu viajava de novo. Tinha vezes que eu nem saía do aeroporto do Galeão. Acredita? Eu chegava de viagem, me arrumava no banheiro mesmo e dali partia pra outra viagem! Era isso que me prendia, que me dava adrenalina, não tinha uma rotina.*

*Uma vez eu fiquei três meses sem voltar pra casa, só viajando. Vou te falar uma coisa que muita gente acha ao contrário, até 2015 tinha muito dinheiro ali dentro, onde já se viu um Camelódromo gerar tanto dinheiro, me arrisco a dizer que foi uns do que mais geraram no Brasil. São mais de mil e quinhentas lojas, olha quanto de emprego era e ainda é gerado, olha a pluralidade de ofertas de produtos que têm ali. Chega a ser surreal, cara! Eu li e leio muito ainda, o Camelódromo até 2015 foi muito de contra ao que era descrito pelas mídias e reportagens. Mas veio a crise, o cerco foi se fechando, o pessoal que tinha muito dinheiro foi saindo dali e alugando as lojas e hoje só resta saudade das viagens. Não posso dizer que o camelódromo não tá maneiro, pois eu sei que ele está, e ainda consegue se manter no meio desses desafios, mas acho que a quantidade de dinheiro que circula ali dentro é menor hoje em dia.*

*[...] Em relação aos Estados Unidos (EUA) eu não sou a melhor pessoa pra te dizer isso, nessa época meu envolvimento já estava mais fora do que dentro, vou te passar o contato do E\*. Você já conheceu né? Esse cara já reinou ali, já perdeu muito e ganhou muito também, o cara sabia fazer render o dinheiro, muita gente foi ajudada por ele e aprenderam muito também, vários ganharam dinheiro a partir dos “ensinamentos do cara”. Ele sempre foi visionário.”*

O relato acima foi cortado em algumas partes, por questões de segurança e de extensão dos relatos. Todavia, o que está contido acima foi transcrito exatamente da forma em que foi relatado.

De acordo com o relato acima podemos identificar características que, segundo SANTOS (1979), são características encontradas no âmbito de empreendimentos / comércios classificados como do circuito superior da economia, por exemplo: alta circulação de moeda, importação, transportadoras e até mesmo grande geração de empregos. Mas tudo isso acontece dentro do Mercado Popular da Uruguaiana que é descrito, e considerado, um local que pertence ao circuito inferior da economia urbana, mas que está em constante mudança, sempre se adaptando às realidades sociais – políticas e econômicas de onde está inserido.

### **3.2 – Outros caminhos da mercadoria do Camelódromo**

A partir do ano de 2016 (dois mil e dezesseis), as rotas mais intensas se modificaram e passaram a ser feitas através da compra de mercadorias em cidades estadunidenses, principalmente na cidade de São Francisco, no estado da Califórnia.

A principal justificativa para o intenso uso dessa rota, é que com a grande popularidade dos produtos da marca Apple, aumentou também a demanda pelos mesmos. Contudo, durante esses anos, os ditos produtos apresentaram valores elevados na comercialização em lojas de telefonia ou próprias da marca, e assim, a procura aumentou consideravelmente entre os lojistas / comerciantes do Mercado Popular da Uruguaiana. Ou seja, essa rota é usada exclusivamente para a compra de mercadorias da marca Apple.

É notório que os preços das passagens entre o Brasil (Rio de Janeiro e São Paulo) e os Estados Unidos (Califórnia) são elevados, e com a cotação do dólar em constante variação, esse comércio parece, no primeiro momento, não ser muito lucrativo. Porém, são utilizadas diversas táticas para o barateamento e consequente aumento da

---

<sup>13</sup> Baseando-se no relato transcrito acima, foi realizado um contato e uma conversa informal com o ex-proprietário de loja, E\*. Contudo, o mesmo pediu para que a conversa fosse transcrita, pois a conversa continha informações sigilosas e que até hoje envolvem pessoas e empresas de diversos patamares.

lucratividade final do produto. Isso acontece inicialmente com o transporte das mercadorias, quando nem sempre se faz uso de laranjas para realizar as viagens. Acontece da seguinte forma: constantemente os lojistas enviam seus pedidos e pagamentos através de transferências digitais e até mesmo com o uso de moedas digitais, como o *Bitcoin*, para pessoas / funcionários que residem nos Estados Unidos e lá são responsáveis por comprar e realizar o redirecionamento dessas mercadorias através de transportadoras ou de pessoas que trabalham em empresas de aviação entre o Brasil e os Estados Unidos.

Em relação ao que foi descrito anteriormente, não significa que não ocorre o “uso de laranjas” nessa rota. Há sim viagens que são realizadas utilizando essa mão de obra, e em que ocorre também a aquisição de passagens através de programas de milhas e de benefícios provenientes do uso de cartões de crédito.

Devido à pandemia que assolou o mundo entre os anos de 2020 e meados do ano de 2021, com o fechamento das fronteiras, a diminuição drástica de voos internacionais e aumento da fiscalização imigratória e sanitária, o uso dessa rota apresentou expressiva queda, sendo substituída pela rota “Brasil x Paraguai”. Contudo, entre os anos de 2022 e 2023, essa rota anglo-americana voltou a ser utilizada mais intensamente, sobretudo com o aumento da demanda por aparelhos provenientes da marca Apple, a abertura de fronteiras e as recentes e pequenas, mas expressivas, quedas na cotação do dólar.

A mercadoria comprada na cidade de São Francisco, na Califórnia, tem como justificativa principal para essa rota a qualidade dos produtos, já que o mercado estava / está mais exigente. Posteriormente a isso, outra justificativa pode ser alegada em relação à segurança, já que a outra rota discutida neste presente trabalho passou a ser julgada como extremamente insegura, visada e fiscalizada. Após a compra na Califórnia, a mercadoria era levada de avião até São Paulo, em voos com escalas estratégicas (Cidade do México – México ou Cidade do Panamá – Panamá) e com comissários de bordo selecionados e que estavam dentro da rede. Em São Paulo, a mercadoria era entregue para a transportadora e posteriormente levada ao camelódromo da Uruguaiana. Este último eixo é extremamente parecido com o último eixo da primeira rota apresentada.

A nível de comparação entre os preços do iPhone 15 (último modelo lançado) nos Estados Unidos e no Brasil.

Tabela 4 - Comparação de preços do iPhone 15

Local	Preço do Iphone 15
Loja Apple em São Francisco	~ U\$ 1.099 (tx: 8,63%)
Loja Apple no Brasil	~ R\$ 9.300
Salas Comerciais - Uruguaiana	~ R\$ 7.500



Figura 23 - Mapa da primeira parte da rota de mercadorias entre Califórnia e São Paulo



**Figura 24** - Mapa da segunda parte da rota de mercadorias entre Califórnia e São Paulo

As cidades de Miami e Orlando, ambas localizadas no estado da Flórida, apareceram algumas vezes nas rotas ao longo da pesquisa. Porém, de forma secundária e com menor expressão quando comparada ainda à cidade californiana caracterizada anteriormente. Isso se justifica, segundo aos relatos, pela dificuldade de implementação

do esquema de transporte e segurança de mercadorias nas cidades, além do intenso controle imigratório e alfandegário que as rotas nas cidades da Flórida possuem.

De acordo com MACHADO (1998) as redes possibilitam a compreensão e caracterização das relações existentes entre território e ações que nele são desenvolvidas. Deve-se levar em conta que as redes possuem considerável diversidade – oriunda da multiplicação e hierarquização de redes especializadas -, onde a compreensão das mesmas é facilitada de acordo com suas respectivas classificações, como por exemplo, algumas redes no qual o Camelódromo possui algum tipo de relação, como redes infra estruturais (transporte e comunicação), redes transacionais (poder econômico-político) e redes informacionais (cognitivas).

É importante destacar o fato desta diversidade de redes também estar ligada à inovação tecnológica, que segundo MACHADO (1993), uma das principais inovações corresponde-se justamente ao fator de difusão das redes de circulação e comunicação, que origina o aumento / desenvolvimento do fluxo principalmente de informações, produtos e moedas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre os objetivos iniciais em abordar o presente tema, podemos dizer que se baseavam em relacionar o conceito de circuitos da economia urbana, o Mercado Popular da Uruguaiana e suas redes e rotas de mercadorias.

No decorrer da revisão bibliográfica e dos trabalhos de campos, foi possível perceber que o Mercado Popular da Uruguaiana está em constante processo de metamorfose. Pois possui uma grande expressiva volatilidade em se adaptar a diferentes contextos, acontecimentos, crises, mercados, demandas e principalmente a redes técnico-informacionais que atendam ao máximo o objetivo final de cada indivíduo inserido no universo particular do camelódromo, bem como do sistema capitalista, que é a obtenção de lucro.

Por mais que o mesmo possua grande circulação de moeda estrangeira e ações extrarregionais do circuito moderno, o Camelódromo é altamente dependente de atores secundários e provenientes do circuito inferior, como por exemplo, o sistema de propagandas, compras e a forma de comercialização da mercadoria. Sendo assim, por mais que possua características e ações definidas como do circuito superior da economia, o Camelódromo paradoxalmente possui em grande parte características do circuito inferior.

Este estudo visou compreender a lógica e estrutura social e econômica do Mercado Popular da Uruguaiana, mas sobretudo, as mudanças acerca do conceito de Circuitos da Economia Urbana de SANTOS (1979) que foi desenvolvido baseando-se na economia mundial da época em questão, mas que posteriormente, autoras como NUCCI (2010) e SILVEIRA (2015) elaboraram concretamente releituras acerca deste conceito, o trazendo e aplicando-o na contemporaneidade da economia mundial.

Pode-se afirmar que o presente trabalho exerce significativa importância na área da Geografia, sobretudo em Geografia Urbana e Econômica. Tal importância se justifica pelo fato da possibilidade que o objeto de estudo deste trabalho nos oferece, em caracterizar e compreender como ambos os circuitos ou características de ambos os circuitos podem ser encontrados em um mesmo estabelecimento. Assim, as releituras acerca do conceito norteador deste trabalho, sempre deverão continuar aplicando-se e adequando-se à economia contemporânea.

Essa pesquisa possibilitou a caracterização das redes que o camelódromo faz parte e alimenta constantemente, bem como a identificação das rotas de mercadorias utilizadas

pelo mesmo. Destaca-se assim, a importância da realização dos trabalhos de campo, o contato direto com o público consumidor, os lojistas, funcionários e os milhares de indivíduos inseridos no próprio camelódromo e nas rotas que o mesmo faz parte, ouvi-los foi primordial para a elaboração e desenvolvimento da pesquisa.

Evidencia-se aqui, a importância que a cidade de São Paulo expressa nas rotas e dentro de toda pesquisa em si. Por mais que a mesma não seja classificada como a cidade protagonista das redes, a mesma expressa sua centralidade e importância na funcionalidade socioeconômica de um país, já que se trata de uma das maiores metrópoles globais, mesmo que possa vir a desempenhar um papel de “antagonista” quando relacionada ao Mercado Popular da Uruguaiana.

Pode-se afirmar que o Mercado Popular da Uruguaiana é de fato um mercado característico do circuito inferior da economia urbana, pois de forma geral, sua logística, estrutura e funcionalidade apresenta majoritariamente características definidas como desse setor. Contudo, paralelamente a isso, como abordado anteriormente, o camelódromo possui características expressivas que são definidas como do circuito superior da economia, e isso se dá ao fato da capacidade de mudança, adaptação e desenvolvimento de relações que este mercado é capaz de fazer.

As mudanças que acontecem no Mercado Popular da Uruguaiana, são constantes, pois sempre estão inseridas na “roldana” do sistema capitalista, e essa engrenagem que o capital alimenta, se modifica constantemente. Por isso, esse mercado que existe há mais de vinte anos, possibilita observações e estudos constantes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Maurício Almeida. (2006 [1987]): **Evolução Urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Iplanrio /Jorge. Zahar Editor.

BAGNASCO, Arnaldo. **A economia informal**. In: Ensaio FEE; v.18, n.2. Porto Alegre, p. 13-31, 1997.

BARBOSA, Alexandre de F. **De “Setor” para “Economia Informal”: Aventuras e Desventuras de um Conceito**. São Paulo: USP, 2009. Mimeografado.

BENKO, Georges: **Economia, Espaço e Globalização na aurora do século XXI**. Tradução de Antônio de Pádua Danesi. São Paulo, Editora Hucitec, 1996.

BRENNER, N. **Reestruturação, Reescalonamento e a Questão Urbana**. GEOUSP Espaço e Tempo (Online), [S. l.], v. 17, n. 1, p. 198-220, 2013

CARLOS, Ana. F. A: **Espaço – tempo na metrópole**. São Paulo, Editora Contexto, 2001, pp.14.

CASTRO, I.E. **O Problema da Escala**. In (orgs) CASTRO, I.E.; GOMES, P.C.C.; CORRÊA, R.L.. Geografia: Conceitos e Temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2ª Ed, 2000, p.117 – 140.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Interações espaciais**. In: CASTRO, I. E; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Org.). Explorações geográficas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

CUNHA, Luiz Alexandre Gonçalves. **Por um projeto socioespacial de Desenvolvimento**. Revista de História Regional, Ponta Grossa, v. 3, n. 2, p. 91-114, inverno, 1998.

DORFMAN, Adriana. **A Cultura Do Contrabando E A Fronteira Como Um Lugar De Memória**. Estudios Historicos – CDHRP- mayo 2009 - Nº 1 – ISSN: 1688 – 5317. Disponível em: <http://www.retis.igeo.ufrj.br/wp-content/uploads/2009-cultura-do-contrabando-AD.pdf>, 2009.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo, Ed. Loyola, 1992

LEGISLAÇÃO, Portal da. **Portaria nº 125 de 21/03/2014 / MIN - Ministério da Integração Nacional (D.O.U. 26/03/2014)**. Disponível em: < <https://www.diariodasleis.com.br/legislacao/federal/226680-conceito-de-cidades-gumeas-nacionais-os-criturios-adotados-para-essa-definiuuo-estabelece-o-conceito-de>

ciudades-gumeas-nacionais-os-criturios-adotados-para-essa-definiuuo-e-li.html> Acesso em: 25/07/2023.

MACHADO, Lia. **Tráfico de drogas ilícitas e território: o caso do Brasil.** Barcelona, Editora Colectivo Maloka (La economía de las drogas ilícitas. Escenários de conflictos y Derechos Humanos), 2009.

\_\_\_\_\_. **Sistemas, Fronteiras, e Território.** Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.retis.igeo.ufrj.br/wp-content/uploads/2002-Sistemas-fronteiras-e-territorio-LOM.pdf>

\_\_\_\_\_. **Sociedade Urbana, Inovação Tecnológica e a Nova Geopolítica.** R. Brasil. Geogr. Rio de Janeiro, 55 (1/4): 5- 13, jan./dez. 1993.

MARINA, Regitz Montenegro. **A teoria dos circuitos da economia urbana de Milton Santos: de seu surgimento à sua atualização.** Revista Geográfica Venezolana, Mérida, Venezuela, v. 53, n. 1, p. 147-164, jan./jun. 2012.

MATTOS, Adriana (2006). **Rico quer carro novo, e pobre, celular e televisão.** Jornal Folha de S. Paulo, 31/05/2006. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi3105200630.htm>> Acesso em 15.02.2022.

MUNICÍPIOS, Confederação Nacional. **Portaria define as cidades gêmeas no país; classificação é importante para políticas federais.** Disponível em <<https://www.cnm.org.br/comunicacao/noticias/portaria-define-as-cidades-gemeas-no-pais-classificacao-e-importante-para-politicas-federais>> Acesso em 25.07.2023

NUCCI, Josefina I. Di. **División Territorial del Trabajo y Circuitos de la Economía Urbana: Bebidas Gaseosas y Aguas Saborizadas en Buenos Aires, Mar del Palta y Tandil.** Buenos Aires (AR), Tesis de Doctorado em Geografia, 2010.

PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

OLIVEIRA, Edilson. L. de. **Divisão do Trabalho e circuitos da Economia Urbana em Londrina – PR.** São Paulo. 2009.

Oliveira, Francisco de. **Crítica à razão dualista/O ornitorrinco.** São Paulo, Boitempo, 2003

RIBEIRO, Leticia P. **As Cidades Gêmeas de Foz do Iguaçu e Ciudad Del Este: Interações Espaciais na Fronteira Brasil – Paraguai.** Rio de Janeiro: UFRJ / IGEO / PPGG. Programa de Pós-Graduação em Geografia. 2001.

SILVEIRA, M. L. **Modernização contemporânea e nova constituição dos circuitos da economia urbana.** Geosp – Espaço e Tempo (Online), v. 19, n. 2, p. 246-262, ago. 2015. ISSN 2179-0892.

SANTOS, Milton. **O Espaço Dividido**. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2004 (2ª edição).

\_\_\_\_\_. **Da Totalidade ao Lugar**. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

\_\_\_\_\_. **Economia Espacial**. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2007 (2ª edição, 1ª reimpressão).

SPOSITO, Eliseu S.: **Redes e Cidades**. São Paulo, Editora UNESP, 1ª ed, 2008.

\_\_\_\_\_. **A teoria dos dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos: seu esquecimento ou sua superação?** Caderno Prudentino de Geografia. Presidente Prudente, n. 21, p. 43-51, 1999.

\_\_\_\_\_. **A teoria dos dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos: seu esquecimento ou sua superação?** Caderno Prudentino de Geografia. Presidente Prudente, n. 21, p. 43-51, 1999.

## ANEXOS

### FOTOS DO CAMELÓDROMO DA URUGUAIANA E SEU ENTORNO E DA RUA 25 DE MARÇO.



Placa de divulgação dos serviços de uma das lojas do Camelódromo

Fonte: O autor



Fachada da Quadra A – Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Fachada da Quadra B – Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Fachada da Quadra C – Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Banner de divulgação do aplicativo do Camelódromo. Quadra B – Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Boxes na Quadra D – Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Mercado Popular da Uruguaiana, Rio de Janeiro, RJ

Fonte: O autor



Rua 25 de Março, São Paulo – SP.

Fonte: O autor



Esquina entre a Rua 25 de Março e Rua Comendador Afonso Kherlakian - São Paulo – SP.

Fonte: O autor.

## APÊNDICE

### APÊNDICE – 1

#### ROTEIRO ENTREVISTAS TRABALHO DE CAMPO

##### PÚBLICO CONSUMIDOR:

- 1) Nome: \_\_\_\_\_
- 2) Naturalidade: \_\_\_\_\_
- 3) Local onde reside: \_\_\_\_\_
- 4) Escolaridade: \_\_\_\_\_
- 5) Local onde trabalha: \_\_\_\_\_
- 6) Quais dias mais frequenta o Camelódromo: \_\_\_\_\_
- 7) Pontos de Atração no Camelódromo: \_\_\_\_\_
- 8) Pontos de Repulsão no Camelódromo: \_\_\_\_\_
- 9) Informações extras: \_\_\_\_\_