

Design de Base Popular: artefatos utilizados por vendedores ambulantes em São Luís (MA)

Yrisvanya Joana Birino Macedo;

Raimundo Lopes Diniz

Resumo:

O artigo busca mapear e categorizar os artefatos utilizados por vendedores ambulantes para comercializar produtos e serviços, denominado de Design de Base Popular (DBP). Para tal, foram realizados o levantamento e o mapeamento quanto a existência de artefatos relacionados ao DBP, por meio de pesquisa de campo na região central de São Luís - MA. Gerou-se o perfil dos vendedores ambulantes e seu entendimento quanto aos artefatos, por meio de entrevistas semiestruturadas e observação sistemática e, ainda, a categorização dos artefatos encontrados quanto à aplicabilidade e formas de uso. No geral, os vendedores são homens, de baixa escolaridade e renda, utilizando artefatos desenvolvidos por eles mesmos, usados para vender produtos de consumo imediato. Os artefatos são produzidos em materiais como madeiras (compensados, MDF), metais (ferro, alumínio), plásticos (poliestireno expandido, polietileno).

Palavras-chave:

Design; Vendedores Ambulantes; Artefatos; Design de Base Popular

1 Introdução

A atividade informal passou a fazer parte do cenário mundial a bastante tempo. O setor informal fornece uma renda de acordo com a produção, pois o indivíduo o exerce por sua própria conta (THEODORO, 2000). O trabalho informal recebe, a cada dia, mais importância devido ao crescimento do número de trabalhadores informais (MENEZES FILHO; MENDES; ALMEIDA, 2004).

O Brasil conta com 11,6 milhões de trabalhadores sem carteira assinada no setor privado, exceto empregados domésticos, expansão de 4% em relação a 2018 e o mais alto patamar da série histórica iniciada em 2012. O número de trabalhadores por conta própria atingiu o maior nível da série, subindo para 24,2 milhões. O número também representa um acréscimo de 3,9 milhões de pessoas desde 2012. No fechamento do último trimestre de 2019, a taxa de desocupação recuou para 11%, com uma redução de 883 mil pessoas - e somando um contingente de 11,6 milhões, frente ao trimestre de julho a setembro de 2019, quando a desocupação foi estimada em 12,5 milhões de pessoas, ou 11,8%.

A taxa média de desocupação caiu de 12,3% em 2018 para 11,9% em 2019, a segunda queda anual consecutiva, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), divulgada pelo IBGE (2020). Porém, na comparação com o menor ponto da série, quando atingiu 6,8 milhões em 2014, a população sem trabalho quase dobrou, crescendo 87,7% em cinco anos.

Um fator que ajudou a diminuir a taxa de desocupação no país foi o avanço do trabalho sem registro formal e o crescimento de trabalhadores por “conta própria”. O chamado “por conta própria” é uma categoria que inclui profissionais autônomos, como advogados e dentistas, mas também trabalhadores informais, como vendedores ambulantes. Tem-se, portanto, um número significativo de vendedores ambulantes, que de acordo com a PNAD existe mais 1,3 milhões de “ambulantes” no país.

O trabalho de vendedores ambulantes ganha espaço também como área de estudo, como se pode apreender de algumas pesquisas. Tais estudos relatam análises sobre relações sociais, condições de trabalho, bem-estar subjetivo, saúde, qualidade de vida e processos organizativos. Tem-se, como exemplos, a atividade informal na Indonésia, que relata sobre planejamento em relação a esses vendedores (YATMO, 2008); de como esta atividade pode agregar ao turismo em Hanoi – Vietnã (TRUONG, 2018); sobre a resiliência destes vendedores ambulante nas ruas da China (LIN, 2018); assim como outras pesquisas relacionadas (CHEN, 2002; SIBHAT, 2014; BHOWMIK, 2005; BROMLEY, 2000). Tem-se também, pesquisas relacionadas às condições de saúde dos vendedores ambulantes, no tocante a atividade de venda. Como, sobre a quantidade de horas trabalhadas e o como isso afeta a saúde e bem-estar dos trabalhadores (DAVY et al, 2018). De acordo com Naido et al (2009), a presença de lesões físicas ou disfunções musculoesqueléticas, pela exposição a substâncias químicas que os vendedores ambulantes comercializam. Assim como, de acordo com Lund et al (2016), que relata o acesso limitado a comodidades básicas e às condições insalubres da atividade de venda.

Apesar disso, o trabalho informal acaba se tornando viável a partir da construção de artefatos, como uma forma de contornar as situações ou regras que os limitem ou os impeçam de trabalhar. Essa “construção” pode ainda ser considerada como “gambiarra” ou o popular “jeitinho brasileiro” (BOUFLEUR, 2006). Construções que envolve um certo tipo de planejamento, configuração, intenção e propósito, como objetivo de atender a uma necessidade imediata, seja de um indivíduo ou comunidade (VALESE, 2007). Estes vendedores ambulantes, buscam assim, uma fonte renda, muitas das vezes, pensando em formas diversificada de garantir seu sustento, através da criatividade, “projetam”, “pensam”, “fabricam” seus próprios artefatos. Isto pode ser comprovado, através de estudos já realizados sobre este tema (MITULLAH, 2003; SRISVASTAVA, 2015; YATMO, 2008; VALESE, 2007; IBARRA, 2014). Estudando essas formas de produção, segundo Ibarra (2014), pode-se adquirir um grande repertório de possibilidades no que diz respeito ao reuso de materiais e às transformações de objetos produzidos em série.

2 Crescimento do Comércio Informal

Existiu uma mudança de cenário da economia brasileira que começou especialmente na década de 1990, e passou por mudanças significativas. Essas mudanças resultaram em uma diminuição em vagas de emprego e em tipos de contratos de trabalho, o que gerou uma expansão no setor informal na economia. Esse processo de reestruturação econômica foi resultado da pressão gerada pela abertura econômica do país e pelas privatizações, que afetaram não apenas o nível de emprego, mas também a

qualidade, resultando em relações e regimes mais flexíveis (COSTA, 2010).

No Brasil o crescimento destes trabalhadores por “conta própria”, bem como o número significativo de trabalhadores informais ganha a cada dia mais importância, já que é parte que compõe a economia. O trabalho informal pode ser visto também como “subemprego, desemprego disfarçado, estratégia de sobrevivência” de acordo com Singer (2000). Termos comumente associado à parcela de trabalhadores excedente do mercado de trabalho formal.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), divulgada pelo IBGE (2020), a taxa média de desocupação em 2019 teve queda em 16 estados do país, acompanhando a média nacional, que caiu de 12,3% em 2018 para 11,9% em 2019. A pesquisa revelou um contingente de 12,6 milhões de pessoas desocupadas, em 2019, 1,7% a menos do que em 2018.

Porém, apesar da queda no desemprego, a taxa de informalidade – soma dos trabalhadores sem carteira, trabalhadores domésticos sem carteira, empregador sem CNPJ, conta própria sem CNPJ e trabalhador familiar auxiliar – atingiu seu maior nível desde 2016 no Brasil (41,1%). No Maranhão a taxa de informalidade nos últimos quatro anos vem se mantendo acima da média nacional (Quadro 01).

Taxa de informalidade da população ocupada (%)				
Localidade	2016	2017	2018	2019
Brasil	39,0	40,2	40,8	41,1
Maranhão	64,4	62,1	59,9	60,5

Quadro 01: Taxa de informalidade da população ocupada (%).

Fonte: Adaptado do IBGE (2020).

Como pode-se observar, houve um aumento significativo no número de trabalhadores informais no Brasil, assim como o percentual do trabalho informal no ano de 2019 no Maranhão. Em São Luís – MA este aumento não foi diferente. É comum a presença de vários vendedores ambulantes na cidade diariamente. Segundo a Associação dos Vendedores Ambulantes e Similares de São Luís, o número de vendedores ambulantes e comerciantes informais, ultrapassa os cinco mil, sendo que mais da metade se concentra no Centro da cidade.

A atuação do comércio informal e venda ambulante é disciplinada pelo Código de Postura de São Luís, Lei 1.790, de 12 de maio de 1968. A lei prevê multa e penalidades fiscais para o exercício deste comércio em local não determinado pelo órgão municipal. Para trabalharem, dependem de licença expedida pelo órgão municipal. Não estando licenciado é considerado exercício ilegal do comércio e estará sujeito a ter a mercadoria apreendida. Em seu artigo 174, a lei trata da aplicação de multa caso este vendedor estacione nas vias públicas e outros locais previamente determinados pela prefeitura; impeça ou dificulte o trânsito; e ocupe passeios com grandes volumes. A multa, segundo a legislação, vai de 20% a 100% do salário mínimo, mais penalidades fiscais.

O comércio informal é caracterizado por um grande número de atividades de produção e serviços em pequena escala, de propriedade individual ou familiar e que utilizam tecnologia simples e trabalhosa (SIBHAT, 2014). É uma atividade de pequena escala, que se caracteriza por trabalhadores autônomos e domésticos (OIT, 1972). Observa-se então, que o comércio informal é categorizado como base de emprego, em que as pessoas envolvidas e/ou empresa, realizam atividades do setor informal. Algumas características são: a ausência de proteção e reconhecimento oficiais; não cobertura por legislação de salário mínimo e sistema de previdência social; predominância do trabalho por conta própria; ausência de organização sindical; baixa renda e salários; pouca segurança; nenhum benefício adicional de fontes institucionais; mercados não regulamentados e competitivos; operação em pequena escala com propriedade individual ou familiar. Dentro do comércio informal encontra-se os trabalhadores por conta própria, que é uma categoria que inclui profissionais autônomos, mas também trabalhadores informais, como vendedores ambulantes, que vêm nesta atividade uma fonte de auto sustento.

3 Venda Ambulante e Artefatos Usados

O setor informal urbano na área pública das cidades é particularmente comercializado nas ruas, geralmente conhecido como venda ambulante. Essas atividades econômicas envolvem estrutura,

tecnologia e/ou meios de produção simples. (MITULLAH, 2003).

O termo “Vendedor Ambulante” adotado neste artigo, traça um conceito fundamentado em algumas pesquisas sobre vendedores ambulantes e/ou vendedores de rua, que de acordo com Bhowmik (2005), são vendedores sem estruturas permanentes. Cross (1998) afirma que a venda ambulante é uma troca de bens e serviços em que os vendedores operam sem licenças adequadas, e que não aderem a regulamentação do trabalho formal em relação a contratos com fornecedores e clientes. Existem também vendedores ambulantes que prestam serviços, enquanto outros vendem produtos (BROMLEY, 2000).

O local para a venda de itens ou prestação de serviço depende da estratégia empregada por cada vendedor. De acordo com Mitullah (2003), os vendedores ambulantes escolhem um local facilmente visível para pedestres e motoristas, e se posicionam em pontos estratégicos com tráfego humano intenso. Tais como: estradas principais, ruas, parques, calçadas, dentro de shopping centers e esquinas de ruas e estradas. Também os categoriza por artefatos, no qual descreve os comerciantes que usam estruturas diferentes.

De acordo com estes autores (BHOWMIK, 2005; BROMLEY, 2000; MITULLAH, 2003) os vendedores ambulantes utilizam estratégias distintas para apresentar os seus produtos/serviços a seus clientes. Enquanto alguns permanecem parados em um local com uma mesa ou simplesmente exibem suas mercadorias no chão, outros são móveis, e carregam os seus produtos em torno de suas cabeças em panelas ou tabuleiros, por exemplo.

De acordo com Srivastava (2015) os vendedores ambulantes indianos apresentam notáveis habilidades empresariais. O autor afirma que a negociação de mercadorias não é uma tarefa fácil, com constantes flutuações do mercado. Além disso, eles atuam como intermediários assumindo uma voz importante nos mercados atacadistas. Observa ainda que a maior concentração de fornecedores está na faixa etária de 16 a 35 anos. Indica que a venda envolve um enorme trabalho físico, no qual o vendedor ambulante pode passar o dia todo nesta atividade de venda. O autor nos traz ainda uma definição sobre os tipos de vendedores ambulantes, tanto em questão de serem móveis quanto fixos. No que diz respeito aos fixos, são aqueles que se fixam em um determinado lugar e aguardam seus clientes; e móveis aqueles que se deslocam em busca destes clientes (Fig. 01).

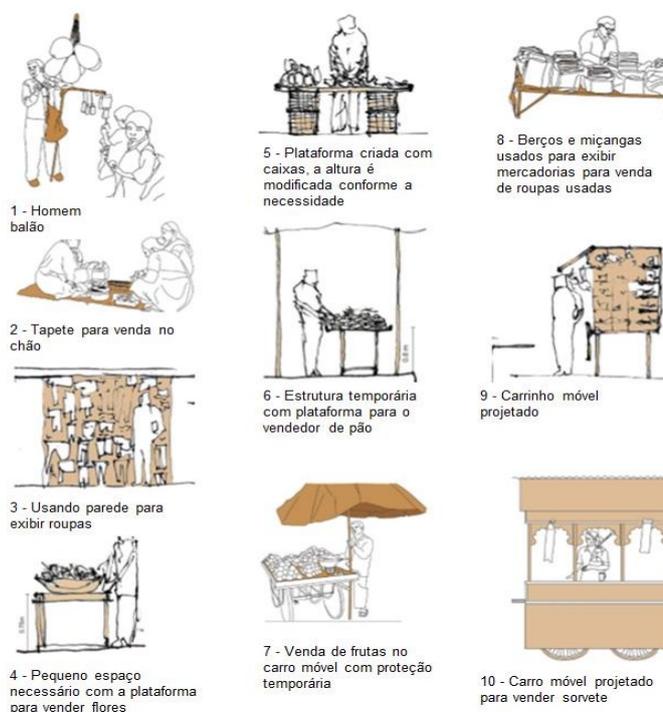


Figura 01: Tipos de vendedores na Índia.
Fonte: Adaptada a partir de Srivastava (2015).

Yatmo (2008) afirma que uma das características proeminentes dos vendedores ambulantes é sua mobilidade e flexibilidade em suas operações diárias. Existem vários tipos de vendedores

ambulantes nas cidades indonésias. Alguns são fixos e operam em determinados locais, com estruturas permanentes, como um quiosque, ou estruturas não permanentes que são facilmente montadas e desmontadas, como um tapete e uma tenda ou barraca (Fig. 02).

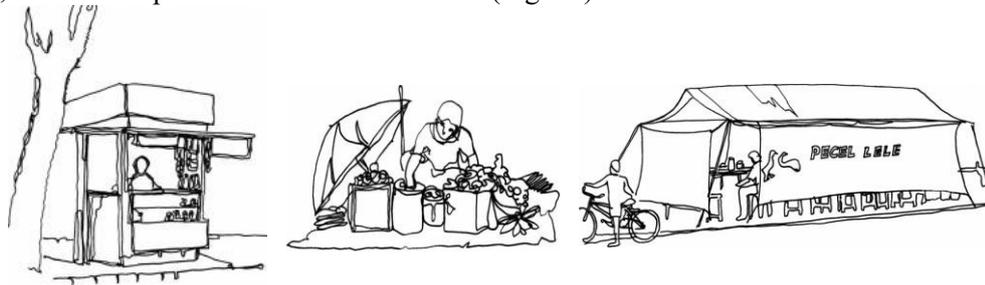


Figure 02: Fixos - Quiosque, Tapete e Tenda ou Barraca.

Fonte: YATMO (2008, pág 399).

Ainda de acordo com Yatmo (2008), alguns vendedores ambulantes, movem-se continuamente de um lugar para outro para vender seus produtos ou oferecer seus serviços. Os tipos mais comuns de fornecedores ambulatórios na Indonésia são aqueles com um “carrinho de mão”, embora outras ferramentas também possam ser usadas, como um pikulan (palavra de origem indiana, não possui uma tradução específica) e como cesta (Fig. 03).

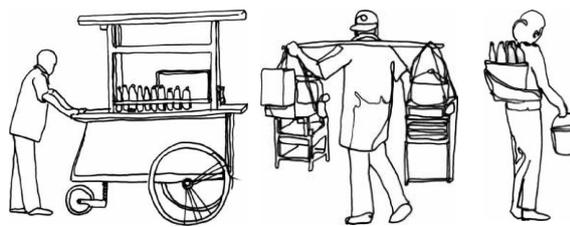


Figure 03: Móveis - Carrinho de mão, Pikulan e Cesta.

Fonte: YATMO (2008, pág 390).

Já Valesse (2007) descreve que os artefatos produzidos por populares, têm sua maioria inserida em comunidades carentes. Que trazem consigo valores simbólicos individuais e coletivos advindos de determinados territórios geográficos e sociais. Os artefatos fixos mais comuns as bancas de expositores feitas com sarrafos de madeira e pés articulados por parafusos e quanto a artefatos móveis “são confeccionados para uso em movimento, com o objetivo de oferecer serviços ou produtos aos clientes/consumidores” (VALESE, 2007, p.30).



Figura 04: Exemplos de “Design Popular” fixos (01) e móveis (02).

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Valesse (2007).

Esta descrição de artefatos fixos e móveis, mostra a ligação entre as pesquisas (SRISVASTAVA, 2015; YATMO, 2008 e VALESE, 2007) e nos mostra também a criatividade existente nos artefatos gerados pelos vendedores ambulantes para auxiliar na obtenção de fonte de renda.

Assim, usa-se no artigo o termo Design de Base Popular (DBP) para referir-se aos artefatos gerados por estes vendedores. O DBP busca o atendimento às necessidades imediatas de uma única pessoa ou de um grupo de pessoas (comunidade). Normalmente, é produzido por trabalhadores informais, por meio do seu conhecimento empírico, para, de alguma forma, suprir suas necessidades sócio econômicas. Estes artefatos surgem paralelos à atividade do design como se conhece hoje, resolvendo problemas cotidianos em contextos urbanos contemporâneos e afirmando a diversidade e a riqueza do repertório material das ruas.

Para Ibarra (2014), o estudo destes artefatos contribui para a determinação da cultura material e imaterial de um lugar, e estes são confeccionados por vendedores ambulantes, moradores de rua, ou por qualquer outro indivíduo de forma espontânea e conforme suas necessidades. Para Valese (2007), os artefatos criados pela cultura popular urbana surgem a partir das complexas articulações do entorno das grandes metrópoles e suas exigências para a sobrevivência humana. Tais exigências são assimiladas pelas classes populares, as quais buscam reciclar e/ou reusar o que está ao seu alcance na tentativa de encontrar alternativas para sua sobrevivência física, social e cultural. Esses processos de DBP se contextualizam as práticas espontâneas de autoprodução e consumo de bens materiais, caracterizadas pela criatividade, inovação e adaptação ao uso dos recursos disponíveis.

4 Métodos e Técnicas

O presente artigo caracteriza-se como qualitativo, já que conforme Sampieri (2006) este enfoque qualitativo, dá profundidade aos dados, a dispersão, a riqueza interpretativa, a contextualização do ambiente, os detalhes e as experiências únicas. Quanto aos objetivos e nível de conhecimento produzido, classifica-se como descritiva que, segundo Lakatos e Marconi (1991), aborda quatro aspectos: investigação, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente. Portanto, a pesquisa explorou a existência, a ocorrência e o contexto dos artefatos relacionados ao processo de Design de Base Popular e o trabalho dos vendedores ambulantes. Quanto aos procedimentos técnicos é classificada como pesquisa de campo, já que, tem a finalidade de observar fatos e fenômenos no local, no caso da pesquisa, na área de comercialização. E, do tipo Estudo de Caso, que de acordo com Yin (2005, p. 32), o estudo de caso é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade. Já que a pesquisa foi realizada no contexto do trabalho informal, a saber dos vendedores ambulantes, buscando sua categorização.

Inicialmente, realizou-se um levantamento que conduziu a um mapeamento dos locais (ruas, avenidas, praças, feiras etc.) em São Luís (MA) quanto a presença de vendedores ambulantes e, conseqüentemente, artefatos que pudessem servir de apoio à comercialização (venda) de produtos e/ou serviços. O levantamento foi realizado por meio de observação sistemática e registro fotográfico e em caderneta de campo.

Após este levantamento, foi realizada a entrevista semiestruturada, juntamente com a observação sistemática, tendo em vista os vendedores que se dispuseram a participar da pesquisa. A entrevista apresentou as seguintes divisões: Dados pessoais: nome, idade, sexo, escolaridade, renda e composição familiar; Dados do trabalho: local de trabalho, carga horária, se existe deslocamento, rotina de trabalho; o que acha quanto da comercialização e a relação pessoas/clientes. Foram realizadas um total 29 entrevistas, abrangendo a maior quantidade possível de tipos de artefatos encontrados. Destaca-se que as entrevistas foram registradas em caderneta de campo e, simultaneamente, gravadas em áudio. A tabulação dos dados envolveu a transcrição das respostas da entrevista para uma planilha em Excel, agrupados por ordem e frequência de resposta, em percentagens.

Para uma melhor compreensão, descrição e caracterização dos artefatos encontrados, considerando a aplicabilidade, formas de uso e a relação do próprio artefato com os produtos/serviços comercializados (vendidos) pelos Vendedores ambulantes e, ainda, a verificação de similaridades entre eles. Os artefatos encontrados foram tipificados de acordo com Valese (2007), em duas categorias: artefatos fixos ou artefatos móveis.

Para a classificação dos artefatos encontrados usou-se Löbach (2001), o qual considera as relações entre usuário e produto, da seguinte forma:

- Produtos de consumo: os que deixam de existir após o uso;
- Produtos de uso 1: para uso individual;
- Produtos de uso 2: para uso de determinados grupos;
- Produtos de uso 3: para uso indireto.

Nazier e Ramadan (2015) que afirmaram que nem todos os trabalhadores informais são pobres, e muitas vezes é uma opção de fonte de renda.

Os vendedores ambulantes assumiram ser os principais responsáveis pela principal renda na residência. E que 86,2% assumem a fonte de renda integral da casa. A maioria dos vendedores ambulantes reside com uma a três pessoas (56,3%); 31,3% com quatro a seis pessoas e 12,5% acima de sete pessoas. Observa-se que, com a venda ambulante, eles conseguem fonte de renda para o seu sustento e de seus familiares. Tal dado, confirma que existe uma alta taxa de pessoas que tem como única fonte de renda o trabalho informal (IBGE, 2020).

Quanto a jornada de trabalho dos vendedores ambulantes a carga horária de trabalho tem uma média de 6,98 horas por dia, sendo que a carga horária mínima encontrada foi de 3 horas e a máxima foi de 12 horas diárias. Pode-se, então, constatar que 58,6% dos trabalhadores passam de 7 a 9 horas diárias na atividade de venda; 27,6% de 10 a 12 horas e 13,8% de 3 a 6 horas. O que corrobora com as pesquisas de Lin (2018) e Davy et al (2018), que falam sobre as muitas horas de trabalho e como isso pode ser tornar prejudicial à saúde dos trabalhadores. Assim como Iida e Buarque (2016) afirmam sobre as longas jornadas de trabalho podem ocasionar lesões musculoesqueléticas, além de fadiga e estresse.

Em relação ao que os vendedores acham a respeito da maneira de como comercializam os seus produtos, por meio do entorno comercial e do artefato de DPB. Quando perguntados o que achavam que as pessoas veem o trabalho de venda e o artefato usados para comercialização de produtos/serviços. Obteve-se respostas variadas, as quais abrangeram 5 principais. Nota-se na figura 13 que: 31% gostam mais não muito; isso relacionado a forma de trabalho, por não conseguirem outra fonte de renda “formal”; 20,7% acham criativo, sabem que é uma forma de obter renda; 17,2% tinham vergonha de vender nas ruas, porém depois se acostumaram; 13,8% acham que as pessoas entendem que é uma forma de renda, também pelo motivo de escassez no trabalho formal; e 17,2% não respondeu. Observa-se que a criatividade na forma de gerar renda, está presente em algumas pesquisas, que revelaram que os produtos de base popular se contextualizam as práticas espontâneas de autoprodução, caracterizadas pela criatividade, inovação e adaptação ao uso dos recursos disponíveis (VALESE, 2007; IBARRA, 2014; CARDOSO, 2005).

Sobre a forma e aquisição do artefato, observou-se 62,1%, maior parte dos vendedores produziu (criou e elaborou) o artefato; 31% comprou (solicitou - terceirizou - a produção); e 6,9% ganhou (doação). Tal dado, confirma que os vendedores buscam elaborar a sua estrutura de comercialização por conta própria (IBGE, 2019; CARDOSO, 2005; VALESE, 2007). Observando ainda, que estes artefatos são gerados com materiais de baixo custo, como madeiras (compensados, MDF), metais (ferro, alumínio), plásticos (poliestireno expandido, polietileno). Estes geralmente reutilizados de outros objetos, fazendo adaptações de forma e uso, criando assim novos objetos utilizados para auxiliar na venda de produtos ou serviços.

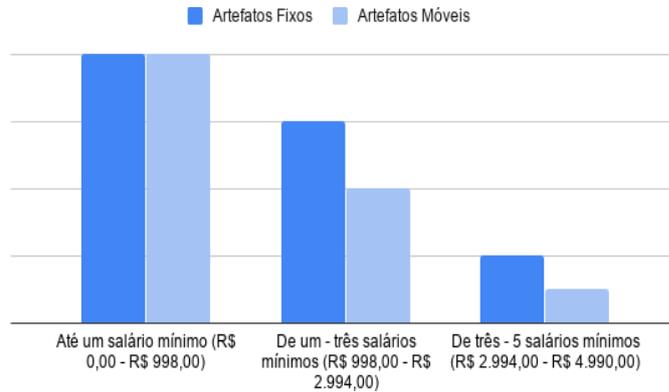
5.2 Categorização dos Artefatos de DBP quanto à Aplicabilidade e Formas de Uso

Os artefatos encontrados foram tipificados de acordo com Valse (2007), em duas categorias: artefatos fixos ou artefatos móveis.

Foi possível constatar através das entrevistas que 55,2 % dos artefatos de DBP são fixos e 44,8% são móveis, num total de 29 casos (100%). Isso pode ser causado pelo local de maior fluxo de pessoas ser o principal local de escolha destes vendedores para realizar tal atividade. Contudo pode ser observado que a percentagem é praticamente metade, o que pode ser justificado pelo fato dos vendedores buscarem mais formas de subsistência, a mobilidade de ir atrás dos clientes, pensando que podem aumentar a renda.

Porém, sobre a renda, traçou-se um paralelo em relação aos artefatos fixos e móveis e sua renda. Observa-se que a renda é um pouco maior na venda fixa (Figura 06).

Figura 06: Artefatos x Renda.
Fonte: Elaborado pelos autores.



Artefatos fixos: podem possuir um mínimo de sistema de deslocamento (contendo por exemplo, em alguns casos, rodízios), embora não seja a sua principal característica, ou seja, a função principal não requer movimentação constante do artefato para a comercialização de produtos e\ou serviços. Apresentando estruturas compostas por materiais que possuem peso reduzido (como madeira, compensado, polímero etc), de fácil montagem, desmontagem e transporte (Figura 07).



Figura 07: Exemplos de artefatos de DBP Fixo.
Fonte: Elaborado pelos autores.

Artefatos móveis: possuem sistema característico de deslocamento, para grandes deambulações, durante o processo de comercialização de produtos e\ou serviços. A maioria dos artefatos móveis se dispõe em formato de “carrinhos adaptados” (Figura 08), muitas das vezes são formados por partes de estruturas já existente, porém a maioria dos relatos, destacou-se que os vendedores criam/produzem de acordo com a necessidade de venda.



Figura 08: Exemplo de artefatos de DBP Móvel.
Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com a classificação de Löbach (2001), os produtos de consumo, que deixam de existir após o uso, foram os que apresentaram a maior percentagem (66,7%). Este número refere-se ao consumo de alimentos, como pode-se também associar a classificação do INPI, que aponta esta inclinação para o ramo alimentício. Nota-se que a classificação produtos de uso 2: produtos para determinados grupo, não foi constatada, caracterizando que os vendedores ambulantes não realizam comercialização de produtos que são utilizados em grupo.

A esta categoria pertence os produtos que serão utilizados por um pequeno grupo de pessoas que se conhecem umas às outras. Que a propriedade se amplia a várias pessoas - por exemplo os membros de uma família ou sócios de uma agremiação esportiva. Estes produtos, como refrigeradores, mobiliário, fogão ou televisor têm seu uso à disposição de várias pessoas.

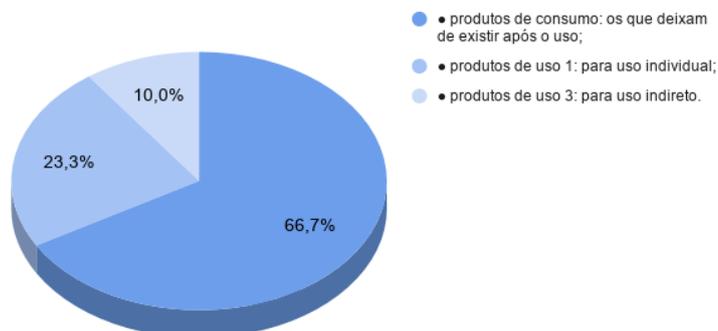


Figura 09: Classificação de acordo com Löbach (2001).
Fonte: Elaborado pelos autores.

Por último a classificação do INPI (2018) está subdividida em Produtos, das Classes entre 1 a 34 e Serviços, das classes 35 a 45.

No geral, as classes que classificaram os produtos/serviços comercializados pelos vendedores ambulantes, por meio dos artefatos, foram as seguintes (Figura 10):

- Classe 43, está relacionado à parte serviços, correspondente à venda de Água de Coco, Pastel, Suco, Salgados, Bolos, Laranja, Milho, Cuscuz Baiano, Bombons, Castanhas e similares, Cachorro quente, Guaraná da Amazônia, “Cremosinho” e Mingau de Milho;
- Classe 34, está relacionada a parte de produtos, correspondente à venda de Cigarro;
- Classe 32, está relacionada a parte de produtos, correspondente à venda de Água Mineral, Refrigerante e Cerveja;
- Classe 29, está relacionada a parte de produtos, correspondente à venda de Frutas Variadas em Natura.

- Classe 14, está relacionada a parte de produtos, correspondente à venda de Relógios;
- Classe 12, está relacionada a parte de produtos, correspondente à venda de Pente e acessórios;
- Classe 09, está relacionada a parte de produtos, correspondente à venda de Óculos.

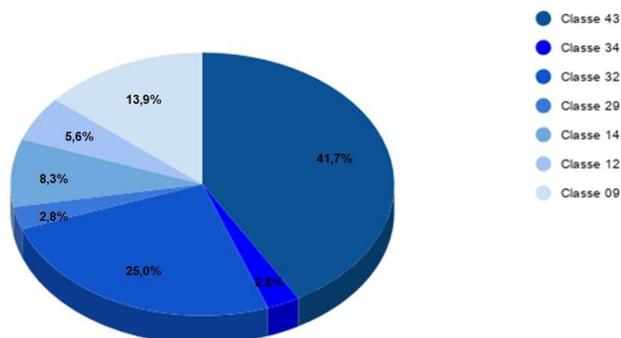


Figura 10: Classificação de acordo com o INPI (2018).
Fonte: Elaborado pelos autores.

Observa-se, portanto, de acordo com a figura 10, que a classe 43 foi a mais encontrada entre os produtos comercializados (41,7%) relativos a produtos de consumo imediato (alimentícios) e as menos encontradas foram as classes 34 e 29, ambas com 2,8%. É importante frisar que tecnicamente, a comercialização de produtos de consumo requer uma preocupação elevada quanto aos produtos de consumo imediato (como alimentos). A Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), é responsável por criar normas e regulamentos sobre a saúde, no cuidado sanitário com produtos de consumo, o objetivo principal é assegurar a qualidade dos serviços de alimentos, dividindo critérios e estágios para análise. Como critérios de armazenamento/acondicionamento e temperatura de conservação de alimentos (ANVISA, 2018).

Tal preocupação não foi observada como um elemento presente nos artefatos, como podemos observar na figura 11. O acondicionamento, assim como a manutenção da temperatura é um item que foge ao controle. Os artefatos, por serem muitas vezes produzidos de forma improvisada, manter a temperatura dos alimentos seguem o mesmo “padrão”. Para mantê-los “refrigerados”, realizam o acabamento externo da caixa de isopor (poliestireno expandido) com fita adesiva, e, para mantê-los “aquecidos” optam pelo acabamento interno com papel alumínio e/ou os alimentos são acondicionados sem essa preocupação.



Figura 11: Acondicionamento de Alimentos.
Fonte: Próprios autores.

O cuidado na preparação e no armazenamento/acondicionamento dos alimentos de rua, é uma preocupação inerente e necessita ser explanada. Pesquisas como Sousa (2015) e Mallon (2004), buscaram investigar e verificar o nível de conhecimento e as atitudes dos vendedores ambulantes em relação à segurança alimentar e às práticas de higiene. Eles se depararam com deficiências nas

condições de higiene, infra-estrutura, equipamentos e utensílios, manipuladores e produção do alimento. Podendo constituir risco à saúde do consumidor, devido à facilidade de contaminação e falta de higiene, pela falta de armazenamento e condicionamento adequado nos artefatos. O que foi constatado na pesquisa de Franco (2010), sobre as condições higiênico-sanitárias do comércio ambulante relativo a alimentos.

6 Considerações

Observou-se que a informalidade está inserida dentro de um contexto global, e que existem vários autores em diversas áreas que se interessam e estudam este tema, que é de grande relevância para a economia mundial (YATMO, 2008; TRUONG, 2018; CHEN, 2002; SIBHAT, 2014; BHOWMIK, 2005, BROMLEY, 2000). As pesquisas sobre taxas de desocupação e sobre informalidade, vem confirmar este crescente interesse sobre o assunto.

Desta forma, o estudo situou-se dentro do contexto do trabalho informal, devido ao crescimento relativo deste setor em comparação com as taxas de desocupação do Brasil (IBGE, 2019). Com o mapeamento, foi evidenciado que em vários pontos da região metropolitana de São Luís (MA) existem artefatos de DBP, ou seja, pessoas que trabalham com a venda informal, e que utilizam alguma forma de artefato que servem de suporte à comercialização de produtos. Comprovou-se também, que há maior concentração de vendedores ambulantes, na região central da cidade, inferindo-se a isso o fato de um número elevado de circulação de pessoas nesta região. E por esse contexto, o escopo da pesquisa se deu neste local.

Observou-se que, os vendedores ambulantes trabalham na atividade de comercialização (venda), muita vezes, por não conseguirem emprego no setor formal. Também, que alguns destes trabalham a bastante tempo nessa atividade. Que a maior parcela é do sexo masculino. A maior parte possui o ensino médio completo, e que muitos têm nível reduzido de escolaridade, atribuindo-se a isto, também, o fato de não conseguirem vínculo empregatício. Mesmo assim, a comercialização informal de produtos pode ser percebida como uma fonte de renda, muitas das vezes, a principal em suas residências, servindo de sustento à toda a família.

As categorizações mostraram que o número de artefatos fixos e móveis encontrados em campo são bem próximos, e que estes vendem os mais variados produtos, desde produtos de uso imediato, a exemplo de alimentos, quanto utensílios pessoais. Demonstrou-se porém, que existe maior concentração na comercialização de produtos/serviços de consumo imediato, ou seja, alimentícios.

Percebe-se, também, que os artefatos são gerados com materiais reutilizados, ou de fácil acesso, como metais encontrados em lojas que revendem sucatas, ou madeira reaproveitada de algum outro objeto. Que esses artefatos são ao máximo utilizadas, e que quando alguma peça quebra, essa é soldada, ou a peça é adaptada, como uma forma de “gambiarra” como cita a pesquisa de Bouffleur (2006). O uso e funções dos artefatos variam também de acordo com cada artefato.

No entanto, pode-se comprovar, que por se tratar de uma atividade informal, os trabalhadores se preocupam em ter um artefato para auxiliar na renda. Todavia, pode-se também observar que não existe uma preocupação quanto a forma de armazenamento, no que tange os produtos de consumo imediato. As condições de armazenamentos destes são realizadas de forma improvisada, necessitando assim, de adaptações que melhorem o acondicionamento e preservação desses itens, assim como a manutenção de higiene destes.

Foi possível observar também que a prioridade destes trabalhadores é na obtenção de renda, e isso faz com que estes realizem longas jornadas de trabalho, manuseando produtos e artefatos com pesos excessivos, sem a priori preocupação com sua própria saúde. Muitas vezes, utilizando artefatos com mecanismos/operações, que ao invés de auxiliarem a melhor execução da atividade, causam desconforto/dor durante a realização da mesma.

Assim, observa-se a necessidade de sugestões gerais de melhoria, no que diz respeito à atividade de venda e a função prática dos DBP. Como recomendações relativas à atividade de comercialização, como pausas durante a carga horária de trabalho ou mesmo criação de estruturas políticas que auxiliem os vendedores ambulantes. Entendendo que essas sugestões, possam melhorar de forma significativa a interação usuário-artefato e, ao mesmo tempo, gerar melhores condições de trabalho e, conseqüentemente, bem-estar e saúde aos vendedores ambulantes e, ainda, maior produtividade e auto sustento.

Popular Base Design: artifacts used by street vendors in São Luís (MA)

Abstract:

This study presents a survey and categorization about artifacts used by street vendors to sell products and services in São Luis city, denominated 'Popular Base Design (DBP)'. Interviews and field observations were used to identify and prioritize the DBP and street vendors' perception about the artifacts used. Also, The artifacts were categorized by applicability (main function) and ways of use. In general, results presented that all vendors are male, having low levels of studies and remuneration. Usually, artifacts are produced in wood (plywood, MDF), metals (iron, aluminum) and polymer materials (expanded polystyrene, polyethylene).

Key words:

Project; Street Vendors; Artifacts; Popular Base Design

Referências bibliográficas

AMOAHA-MENSAH, Aborampah. Street Vending and Competitive Advantage: Towards Building a Theoretical Framework. **Qualitative Report**, v. 21, n. 10, 2016.

ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Orientações sobre normas de alimentos. 2018. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br>>

BHOWMIK, Sharit K. Street vendors in Asia: A review. **Economic and political weekly**, p. 2256-2264, 2005.

BOUFLEUR, Rodrigo Naumann. **A Questão Da Gambiarra: Formas Alternativas de Desenvolver Artefatos e Suas Relações Com o Design de Produtos**. 2006. Dissertação, Programa de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

BROMLEY, Ray. Street vending and public policy: a global review. **International Journal of Sociology and Social Policy**, 2000.CARDOSO, 2005).

CHEN, Martha Alter et al. **Supporting workers in the informal economy: A policy framework**. Geneva: International Labour Office, 2002.COSTA, 2010).

CROSS, John. Street vendors, and postmodernity: conflict and compromise in the global economy. **International journal of sociology and social policy**, 2000.

DAVY, Jonathan et al. Analyses of Time Use in Informal Economy Workers Reveals Long Work Hours, Inadequate Rest and Time Poverty. In: **Congress of the International Ergonomics Association**. Springer, Cham, 2018. p. 415-424.

DEVICIENTI, Francesco et al. **Informality and poverty: Are these processes dynamically interrelated? Evidence from Argentina**. 2009.

FRANCO, Cícera Rosária; UENO, Mariko. Comércio ambulante de alimentos: condições higiênico-sanitárias nos pontos de venda em Taubaté-SP. **Journal of Health Sciences**, v. 12, n. 4, 2010.

IBARRA, Maria Cristina; RIBEIRO, A. C. O design e a valorização do vernacular ou de práticas realizadas por não-designers. In: **11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Blucher Design Proceedings**. 2014.

IIDA, Itiro; BUARQUE, L. I. A. **Ergonomia: projeto e produção**. Editora Blucher, 2016. INPI. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Classificação de produtos e serviços. Rio de Janeiro: Inpi - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2018. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/marcas/classificacao>>.

LIN, Shen. " We work like ants... we avoid being troublemakers": An exploratory inquiry on resilience of Chinese street vendors in the urban village. **International Journal of Sociology and Social Policy**, v. 38, n. 11-12, p. 1024-1040, 2018.

LÖBACH, B. Design Industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. 1ª edição. **São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda.**, 2001.

LUND, Francie; ALFERS, Laura; SANTANA, Vilma. Towards an inclusive occupational health and safety for informal workers. **New Solutions: A Journal of Environmental and Occupational Health Policy**, v. 26, n. 2, p. 190-207, 2016.

MALLON, Carolina; BORTOLOZO, Eliana Aparecida Fagundes Queiroz. Alimentos comercializados por ambulantes: uma questão de segurança alimentar. **Publicatio UEPG: Ciências Biológicas e da Saúde**, v. 10, n. 3, 2004.

MENEZES FILHO, Naércio Aquino; MENDES, Marcos; ALMEIDA, Eduardo Simões de. O diferencial de salários formal-informal no Brasil: segmentação ou viés de seleção?. **Revista brasileira de economia**, v. 58, n. 2, p. 235-248, 2004.

MITULLAH, Winnie V. Street vending in African cities: A synthesis of empirical finding from Kenya, Cote d'Ivoire, Ghana, Zimbabwe, Uganda and South Africa. 2003.

NAIDOO, R. J.; KESSY, F.; MLINGI, L. Respiratory health of stone crushers from the informal sector in Tanzania. **Occupational Health Southern Africa**, v. 15, n. 6, p. 6-13, 2009.

NAZIER, Hanan; RAMADAN, Racha. Informality and poverty: A causality dilemma with application to Egypt. **Advances in Management & Applied Economics**, v. 5, n. 4, p. 31- 60, 2015.

OIT. Organização Internacional do Trabalho. **Employment, income and inequality: a strategy for increasing productivity in Kenya**. Genebra, 1972.

SIBHAT, Ethiopia Etsubdink. **Cause and effect of informal sector: the case of street vendors in Addis Ababa, Ethiopia**. 2014. Dissertação de Mestrado.

SINGER, Paul Israel; DE SOUZA, André Ricardo (Ed.). **A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. Editora Contexto, 2000.

SOUZA, Giovanna Carbonera de et al. Comida de rua: avaliação das condições higiênico- sanitárias de manipuladores de alimentos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 20, p. 2329-2338, 2015.

SRIVASTAVA, Pranjal. Vendor's Problem: Problem Faced by Vegetable/Fruit Mobile Vendors. Summer Innovation School. **Designing Innovative Technologies**, 2015.

THEODORO, Mário. As bases da política de apoio ao setor informal no Brasil. 2000. TRUONG, V. Dao. Tourism, poverty alleviation, and the informal economy: the street vendors of Hanoi, Vietnam. **Tourism Recreation Research**, v. 43, n. 1, p. 52-67, 2018.

VALESE, Adriana. **Design vernacular urbano: a produção de artefatos populares em São Paulo como estratégia de comunicação e inserção social. 2007. 107f.** 2007. Tese de Doutorado. Dissertação (Programa de Pós-- graduação em Design e semiótica), São Paulo, Brasil.

YATMO, Yandi Andri. Street vendors as 'out of place urban elements. **Journal of Urban Design**, v. 13, n. 3, p. 387-402, 2008.