



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Compártilha Igual 4.0 Internacional.

## Angelo Serpa<sup>✉</sup>

Professor titular de Geografia Humana  
da Universidade Federal da Bahia

[angelo-serpa@hotmail.com](mailto:angelo-serpa@hotmail.com)

## Wellington Leite<sup>✉</sup>

Universidade Federal da Bahia

[wellingtonleite.well@gmail.com](mailto:wellingtonleite.well@gmail.com)

## Juliana Machado<sup>✉</sup>

Universidade Federal da Bahia

[juliana.machadogeo@outlook.com](mailto:juliana.machadogeo@outlook.com)

Artigo recebido em:

02/06/2023

Artigo aprovado em:

21/06/2023

Artigo publicado em:

10/07/2023

## Perfil e origem dos consumidores do comércio e dos serviços de rua em Salvador-BA: uma abordagem geográfica

*Profile and origins of consumers in street commerce and services in Salvador-Bahia (Brazil): a geographical approach*

*Perfil y origen de los consumidores de comercio y servicios informales (callejeros) en Salvador-Bahía (Brasil): un abordaje geográfico*

*Profil et origine des consommateurs de commerce et de services de rue à Salvador- Bahia : une approche géographique*

### RESUMO

Neste artigo apresentamos uma abordagem geográfica para a análise do perfil de consumidores do comércio e dos serviços de rua em Salvador-Bahia, aprofundando pesquisas e levantamentos de campo realizados em recortes espaciais por nós já analisados em anos anteriores na cidade (SERPA; LEITE; MACHADO, 2019, 2021). Trata-se também de apresentar metodologia de pesquisa utilizada em um período de isolamento social por conta da pandemia de COVID-19 e as estratégias utilizadas para dar conta dos levantamentos propostos. O perfil dos consumidores aponta para facetas importantes da interação entre o circuito superior e o circuito inferior da economia (SANTOS, 2004), além de demonstrar que essas atividades garantem a socialização e a apropriação da rua enquanto espaço coletivo e de sociabilidade pública, mesmo em tempos de isolamento social.

**PALAVRAS-CHAVE:** comércio de rua; serviços de rua; consumo; Salvador-Bahia.

### ABSTRACT

This article introduces a geographical approach to analyze the profile of consumers of commerce and street services in the city of Salvador, the capital of the state of Bahia. Building upon previous research and field surveys conducted in specific spatial sections of this city (SERPA; LEITE; MACHADO, 2019, 2021), this study delves deeper into understanding these dynamics. Moreover, this paper outlines the research methodology and strategies employed in conducting surveys during the period of social distancing caused by the COVID-19 pandemic. The findings regarding the profile of consumers reveal important aspects of the interplay between the upper and lower circuits of the economy (SANTOS, 2004). Furthermore, these activities not only foster social interaction but also underscore the street's significance as a communal space, essential for public sociability, even in times of social isolation.

**KEYWORDS:** street commerce; street services; consumerism; Salvador-Bahia.

## RESUMEN

El presente artículo presenta un abordaje geográfico para analizar el perfil de los consumidores de comercio y servicios informales, o callejeros, en la ciudad de Salvador, Estado de Bahía en Brasil. La investigación se realizó con base en trabajos de campo en áreas predefinidas y analizadas con anterioridad en la ciudad, por el mismo grupo de investigadores (SERPA; LEITE; MACHADO, 2019, 2021). Además, se presentan aquí, la metodología de investigación y las estrategias para la realización del trabajo de campo, utilizadas durante el periodo de aislamiento social derivado de la pandemia de Covid-19. El perfil encontrado de los consumidores revela facetas importantes de interacción entre los circuitos superior e inferior de la economía (SANTOS, 2004), además de demostrar que estas actividades garantizan la interacción y la apropiación de la calle como espacio colectivo y de sociabilidad pública, aún en tiempos de aislamiento social.

**PALABRAS-CLAVE:** comercio callejero; servicios callejeros; consumo; Salvador-Bahía.

## RÉSUMÉ

Dans cet article, nous présentons une approche géographique pour l'analyse du profil des consommateurs du commerce et des services de rue à Salvador-Bahia, en approfondissant les recherches et les enquêtes de terrain réalisées dans des découpages spatiaux déjà analysés par nous au cours des années précédentes dans la ville (SERPA ; LEITE ; MACHADO, 2019, 2021). Il s'agit également de présenter la méthodologie de recherche utilisée en période de confinement due à la pandémie de la Covid-19 et les stratégies utilisées pour réaliser les enquêtes proposées. Le profil des consommateurs met en évidence des facettes importantes de l'interaction entre le circuit supérieur et le circuit inférieur de l'économie (SANTOS, 2004), en plus de démontrer que ces activités garantissent la socialisation et l'appropriation de la rue comme espace collectif et de sociabilité publique, même en période de confinement

**MOTS-CLÉS :** commerce de rue ; services de rue ; consommation ; Salvador-Bahia.



Revista do Programa de  
Pós-Graduação em Geografia e  
do Departamento de Geografia  
da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709

## INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta os resultados alcançados com pesquisa iniciada em setembro de 2020 e encerrada em agosto de 2021. Com a impossibilidade de criar uma aproximação *in loco* com os consumidores dos recortes analisados em Salvador-Bahia, devido à pandemia de COVID-19, recorreremos às plataformas *on-line* e gratuitas para realizar os levantamentos.

Na primeira fase da pesquisa, desenvolvemos um formulário online e pensamos em estratégias para difundir esse instrumento em grupos de *WhatsApp*, *blogs* e *sites* dos bairros pesquisados, bem como também com familiares e conhecidos. Nessa primeira fase foram aplicados 129 formulários e realizadas 11 entrevistas. Em um segundo momento, utilizando as ferramentas já citadas – formulários e entrevistas virtuais –, analisamos o perfil e os hábitos de consumo no comércio e nos serviços de rua dos consumidores que continuaram trabalhando durante o período de isolamento social, decorrente da eclosão da pandemia de COVID-19, com foco no consumo nos bairros onde trabalhavam. Os formulários *on-line* aplicados no primeiro semestre dos levantamentos foram adaptados para esse novo grupo de consumidores. Foram respondidos 59 formulários e realizadas 4 entrevistas.

Tanto os formulários, quanto as entrevistas foram amostrados na primeira fase dos levantamentos de modo não probabilístico e por cotas, com uso de curva de

saturação de respostas<sup>1</sup>, levando-se em consideração seu local de moradia. Na segunda fase, a amostragem não probabilística e com utilização de curva de saturação de respostas foi também realizada por cotas, levando-se em conta o fato de os respondentes/entrevistados estarem trabalhando no período de isolamento social devido à pandemia.

Para os dois momentos dos levantamentos, as respostas aos formulários geraram gráficos e as entrevistas foram gravadas e transcritas. Os resultados alcançados foram analisados e serão apresentados nas próximas seções desse artigo.

A importância da pesquisa – realizada no bairro da Graça, no bairro do Rio Vermelho, nos bairros do entorno da Estação da Lapa e na orla de Piatã, em Salvador-Bahia (ver mapa da Figura 4.2) –, é justificada pelo consumo relacionado ao comércio e aos serviços de rua em áreas requalificadas da capital baiana, pesquisadas através de levantamentos de campo realizados em anos anteriores pelo Grupo Espaço Livre de Pesquisa-Ação, junto aos comerciantes e prestadores de serviços de rua nessas quatro localidades específicas (SERPA, 2018a; SERPA; LEITE; MACHADO, 2019, 2021).

Esses quatro recortes de pesquisa são significativos no contexto de operações de requalificação urbana na cidade de Salvador, um dos nossos critérios de escolha das áreas onde realizamos os levantamentos, podendo-se afirmar que a

1. A incidência de respostas similares/semelhantes no decorrer da aplicação dos questionários/da realização das entrevistas indica que se pode encerrar os levantamentos pela pouca variabilidade após o ponto de saturação.

presença significativa de comércio e serviços de rua do circuito inferior (SANTOS, 2004) concomitantemente à grande concentração de estabelecimentos comerciais e de serviços do circuito superior legitima a extrapolação dos resultados alcançados junto aos consumidores para a escala da cidade como um todo.

O trabalho de campo em Geografia, como já afirmamos em outras ocasiões (SERPA, 2006, p. 10), “deve se basear na totalidade do espaço, sem esquecer os arranjos específicos que tornam cada lugar, cidade, bairro ou região uma articulação particular de fatores físicos e humanos em um mundo fragmentado, porém (cada vez mais) articulado”.

Mas como pensar em trabalho de campo sem um campo presencial?

Para resolver o problema em questão, recorreremos inicialmente ao aplicativo *Google Forms*, um serviço gratuito de criação e elaboração de formulários *on-line* que coleta e organiza informações em pequenas e grandes quantidades, possibilitando a edição de perguntas de múltipla escolha, questões abertas etc. O mais importante para a pesquisa foram os gráficos gerados automaticamente a cada resposta recebida pela própria plataforma e a tabulação de dados numa planilha no *Excel*; além disso, a possibilidade de compartilhar o formulário por meio de *e-mail* ou *links* encaminhados a grupos e pessoas específicas no *WhatsApp*, juntamente com um pequeno texto de esclarecimento sobre a pesquisa.

Além da ferramenta *Google Forms*, nós utilizamos a plataforma *Google Meet*, também gerenciada pelo *Google*, que permite chamadas de videoconferência para a realização de entrevistas. Ao final do formulário *on-line*, era solicitado do/a respondente seu *e-mail* ou número de celular, caso estivessem dispostos a nos conceder uma entrevista em um segundo momento. Para quem aceitava participar, enviávamos um *e-mail* ou mensagem de celular com o *link* do aplicativo *Google Meet* para realização das entrevistas, com o horário e a data já previamente acertados. Ao final de cada entrevista, pedimos para o/a entrevistado/a divulgar o formulário para vizinhos e conhecidos, principalmente no bairro onde morava.

Todas as entrevistas foram transcritas e sistematizadas no processador de texto *Word*. Tanto os formulários, como os roteiros de entrevistas foram distintos para cada etapa da pesquisa. As entrevistas ocorreram em paralelo à aplicação dos formulários e todas foram realizadas na plataforma *Google Meet*. As gravações das entrevistas ocorreram utilizando programas de gravação de áudio e vídeo com a autorização dos entrevistados.

Mesmo pesquisando remotamente, buscamos, apesar das limitações, identificar quem são as pessoas que consomem nos recortes analisados, o perfil dos consumidores, bem como os deslocamentos diários, os hábitos de consumo etc., a partir de seu cotidiano vivido. Dispúnhamos da vantagem de, em anos ante-



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709

riores e nesses mesmos recortes, havermos pesquisado, com levantamentos de campo presenciais, a presença de comércio e serviços de rua, suas formas de organização e os principais agentes envolvidos nessas atividades.

Um critério fundamental para a escolha do Rio Vermelho e da Graça foi a implementação de operações recentes de requalificação urbana. São, ambos, bairros residenciais, com moradores de renda média a alta, que apresentam uma significativa presença de comércio e serviços de rua, o Rio Vermelho se caracterizando também como uma centralidade boêmia e de lazer/turismo, com muitos bares, restaurantes e casas de *show*. A Graça, por sua vez, apresenta quantidade significativa de estabelecimentos comerciais e de serviços do circuito superior, incluindo supermercados, lavanderias e farmácias de grandes redes, *petshops*, laboratórios de imagem e análises clínicas, clínicas médicas e odontológicas, academias de ginástica, *pizzarias* e restaurantes, assim como um grande hospital (Hospital Português) (SERPA; LEITE; MACHADO, 2021).

Nos últimos anos, a estratégia de requalificação urbana atingiu, além de bairros residenciais e áreas centrais, como o entorno da Estação da Lapa – maior estação de transbordo da cidade e nó de articulação de significativo número de linhas de ônibus e o metrô de Salvador –, também algumas áreas turísticas da cidade, com ênfase na orla atlântica soteropolitana, como no trecho da praia de Piatã, locali-

zada ao norte da cidade e local de grande frequência por parte de baianos e turistas (SERPA; LEITE; MACHADO, 2019).

Nesse artigo não se buscou aprofundar o contexto geral do comércio e dos serviços de rua em Salvador tendo em vista os resultados alcançados em nossas pesquisas anteriores, já problematizados e discutidos em outras publicações citadas aqui como referências para aqueles interessados em conhecer melhor o estado da arte sobre pesquisas com essa temática. Nessas outras publicações buscou-se problematizar reflexões teóricas e empíricas de autores que embasaram nossas próprias reflexões (como BOURDIEU, 2007; SENNETT, 2006, 2007; SANTOS, 1992, 2004; MAIA, 2013; POCHMANN, 2012; DIAS, 2002; SOUZA, 2012; SILVEIRA, 2016). O estado da arte sobre a temática indica uma bibliografia escassa quando se trata de compreender o comércio e os serviços de rua como componentes fundamentais do circuito inferior da economia, para além de uma visão de “comércio ambulante” e “comércio informal”, a nosso ver um equívoco, já que quem está na rua com esse tipo de atividade, em geral, tem ponto fixo e paga quase sempre alguma taxa ou imposto às instâncias municipais.

Salvador, uma metrópole periférica de influência regional no contexto brasileiro, teve, no primeiro trimestre de 2023, uma taxa de desemprego de 16,7%, enquanto na Região Metropolitana esse percentual atingiu a marca de 16,9%. Segundo o

IBGE, a taxa de desocupação em Salvador foi a maior entre todas as capitais brasileiras pelo quarto trimestre consecutivo desde 2022. No estado da Bahia, a taxa foi de 14,4% no mesmo período, acima da média nacional, de 8,8%. Ainda nesse período, o estado registrou 3,16 milhões de trabalhadores sem carteira assinada, o que acentua a importância das atividades do comércio e dos serviços de rua na capital baiana, conforme analisamos nesse artigo e em outras de nossas publicações<sup>2</sup>.

Esse é, portanto, o artigo mais recente que publicamos, resultante de uma pesquisa de quatro anos, encerrada em fevereiro de 2022. Achamos pertinente contextualizar brevemente os estudos de caso remetendo o/a leitor/a a outras referências de nossa autoria porque supomos que o interesse maior do presente artigo é justamente o de discutir em termos metodológicos os levantamentos de campo realizados em período de isolamento social devido à pandemia de COVID-19, com foco nos consumidores, enfatizando-

-se seu perfil e seus depoimentos recolhidos nas entrevistas *on-line*.

## OS CONSUMIDORES DO COMÉRCIO E DOS SERVIÇOS DE RUA EM SALVADOR: uma análise a partir de quatro recortes espaciais

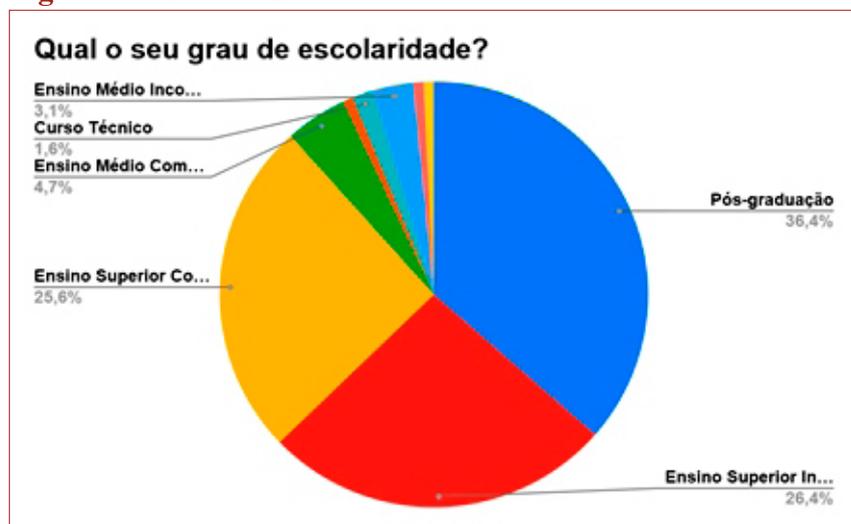
### O PRIMEIRO MOMENTO DOS LEVANTAMENTOS

Nos formulários aplicados *on-line*, as questões iniciais diziam respeito à faixa etária, ao gênero e ao grau de escolaridade do consumidor (Figura 1). A grande diversidade de respostas quanto à faixa etária tornou inviável a produção de um gráfico específico para representá-la com alguma legibilidade, mas observamos que, com exceção dos menores de dezoito anos, a aplicação do formulário abarcou a diversidade das faixas etárias no universo de respondentes.

Por outro lado, constatou-se, quanto ao gênero e à faixa etária, que a maioria das respondentes tinha ensino médio completo,

2. <https://g1.globo.com/bahia/noticia>. Acesso em 10/6/2023.

**Figura 01.** Grau de Escolaridade



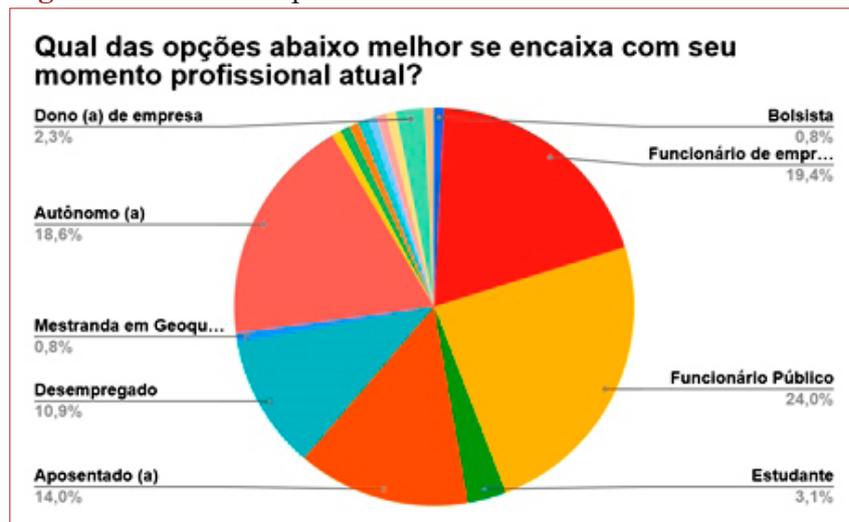
Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**GEOGRAFARES**

Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709

**Figura 02.** Momento profissional



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

indicando a possibilidade de o formulário ter circulado de modo mais expressivo entre pessoas do gênero feminino que cursam ou concluíram o ensino superior, o que não contemplaria a realidade ampla dos consumidores do comércio e serviços de rua na cidade.

Outra questão que pode ser destacada ao se analisar a Figura 1 diz respeito à classe social dos consumidores. Analisando essa figura e as Figuras 2 e 3, podemos afirmar que representam um público consumidor do comércio e dos serviços de rua com perfil de classe média, já que se observa uma alta escolaridade associada às rendas que ultrapassam cinco salários-mínimos advindas do exercício de profissões/ocupações ligadas ao serviço público.

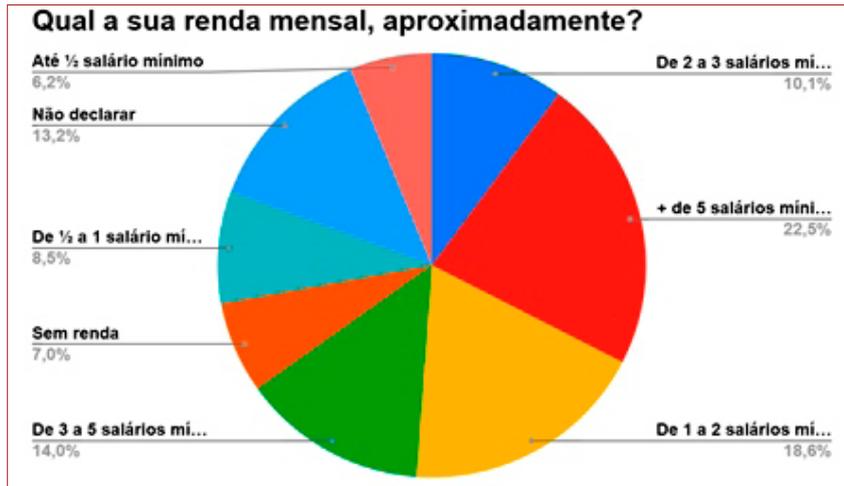
Buscou-se também traçar um paralelo entre o bairro onde os consumidores residiam (Figuras 4.1 e 4.2) e onde eles consumiam, porém, os consumidores nem sempre especificaram onde eles consumiam para além de seus bairros. Quando realizamos as entrevistas com os consumidores

das imediações da Orla do bairro de Piatã e do bairro do Rio Vermelho e retornamos a esse questionamento, percebemos que no Rio Vermelho os respondentes não costumam sair do bairro para consumir no comércio de rua, e, quando o fazem, consomem nos bairros vizinhos como o Nordeste de Amaralina, o Vale das Pedrinhas ou a Pituba, já no caso de Piatã, os respondentes afirmaram não consumir no bairro ou sequer frequentar a praia de Piatã.

Nas falas dos entrevistados do centro antigo – nas imediações da Lapa – e do bairro da Graça percebe-se que, além de seu próprio bairro, os consumidores compram também em bairros do entorno, bairros que já conhecem pelo comércio e pelos serviços de rua ou por fazerem parte de seus trajetos diários.

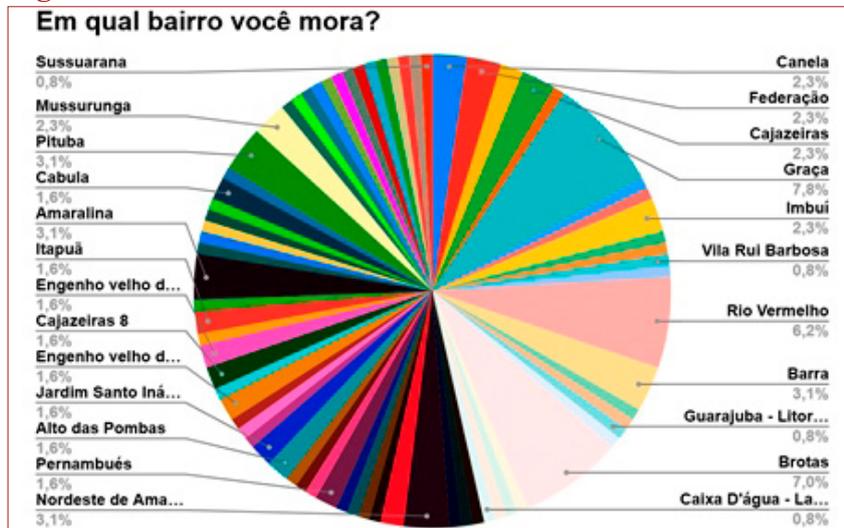
Geralmente tem muito a ver, no meu caso, com o fato de você fazer uso de alguma forma ou frequentar de alguma forma lugares específicos, então tem muito a ver com as áreas onde eu estudei e as áreas onde eu trabalho... (M. S., entrevista realizada em 26 de janeiro de 2021, morador do bairro Dois de Julho).

**Figura 03.** Renda média mensal



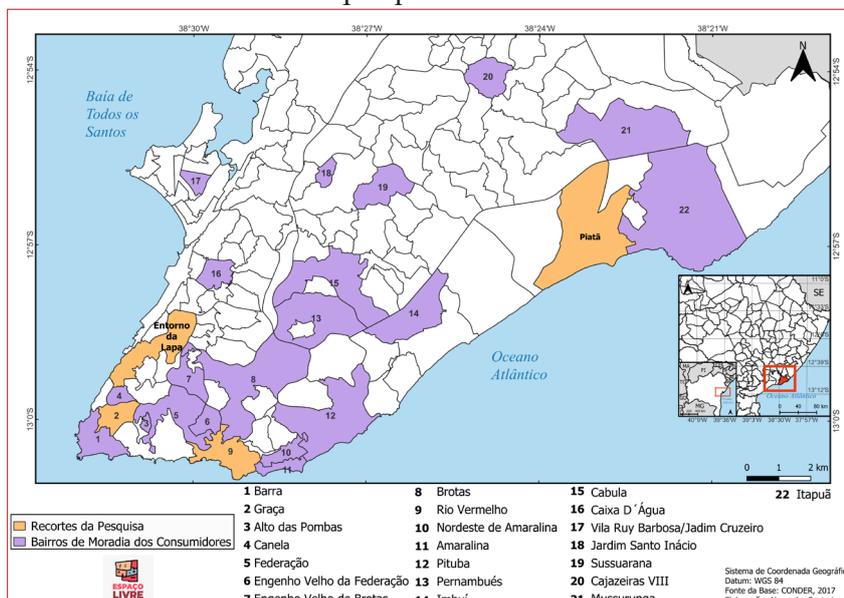
Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 4.1.** Onde reside



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 4.2.** Mapa de localização dos bairros de residência dos consumidores/recortes da pesquisa



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

Normalmente, por onde eu circulo cotidianamente, eu trabalho no Barbalho, então pega todo esse centro antigo de Salvador, quase todo, eu também circulo muito pelo Centro por outros motivos e por motivos de comércio também... e lazer, fora isso, um pouco da orla até o Rio Vermelho, esse eixo também Barra e Rio Vermelho... Outros recortes da cidade só muito esporadicamente, é muito difícil até de lembrar (B. T., entrevista realizada em 30 de dezembro de 2020, morador do bairro da Graça).

Sim! Como eu residi muitos anos no bairro de Paripe e minha família continua vivendo lá, então muitas coisas eu opto por comprar em Paripe... E lá o comércio de rua é bem diferente. No sentido de que as pessoas ocupam mesmo as ruas, tem muitas lojas. Há uma diversificação no comércio (G. T., entrevista realizada em 5 de janeiro de 2021, moradora do bairro da Graça).

Antes de adentrarmos nas diversas maneiras através das quais os consumidores acessam o comércio de rua e suas motivações para o consumo, precisávamos saber o que eles pensavam acerca desse tipo de comércio/serviços. Isso nos pareceu essencial para compreendermos o tipo de consumidor que estávamos entrevistando e por quais caminhos a entrevista seguiria. As respostas foram relativamente homogêneas no sentido de todos os consumidores entrevistados afirmarem que o comércio e os serviços de rua são essenciais para a sobrevivência dos trabalhadores envolvidos nessas atividades e para a manutenção da economia de modo geral, como ressaltou a entrevistada N. N.:

Em relação às pessoas que estão na luta, no comércio de rua, os ambulantes, é todo mundo tentando tirar o sustento... a gente já tem um forte problema de desemprego na cidade, e o aumento de

comércio de rua é um reflexo disso, do trabalho precarizado, de como a classe trabalhadora sofre com os efeitos disso, de como a economia se movimenta (N. N., entrevista realizada em 17 de fevereiro de 2021, moradora do bairro de Piatã).

Os consumidores entrevistados também foram questionados acerca dos seus trajetos diários e se durante esses trajetos percebiam a existência do comércio e dos serviços de rua. Buscava-se entender como esses consumidores acessam os produtos e serviços disponibilizados pelos comerciantes/prestadores de serviços e se era um consumo planejado ou esporádico. Nas respostas, percebemos que os consumidores se apropriam dessas mercadorias/desses serviços de modo geral quando estão a pé, seja em feiras ou simplesmente caminhando na calçada, e que o uso de veículos nos deslocamentos muitas vezes inviabiliza a percepção que os respondentes têm sobre esse comércio/esses serviços.

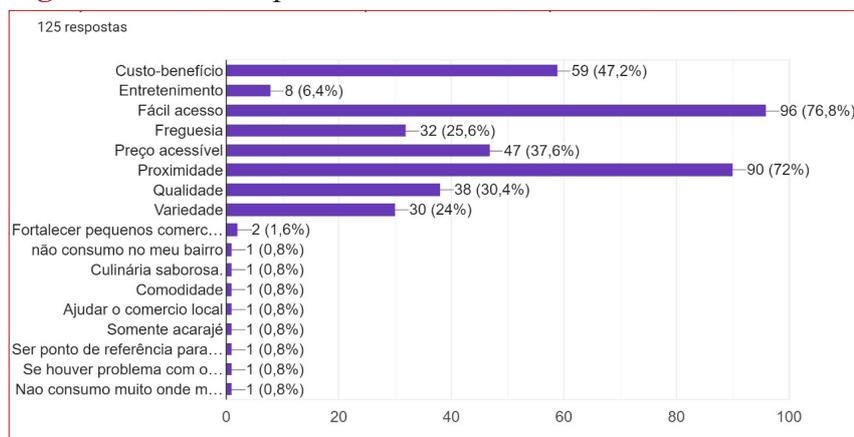
Eu acho que um carro não deixa a gente ver as coisas... eu acho que o carro interfere na percepção, e eu só ando de carro porque não tem jeito, porque eu gosto de ir a pé. Eu desço do carro, estaciono em algum lugar e ando pelo Rio Vermelho... às vezes compro umas coisas no Nordeste que é aqui perto, então esse modo de se deslocar interfere na minha percepção (F. T., entrevista realizada em 23 de janeiro de 2021, moradora do bairro do Rio Vermelho).

Entre os que utilizavam o comércio de rua dos seus bairros, o fácil acesso, a relação custo-benefício e a proximidade demonstraram ser as razões principais pelas quais os respondentes consomem nos seus bairros (Figura 5), comportamento esse

que aparenta ser anterior à pandemia, como relatado por alguns dos entrevistados. Destaque-se, em relação aos nossos recortes de pesquisa, o papel de centralidade do bairro do Rio Vermelho na cidade, com uma presença significativa de comércio e serviços necessários para os moradores e visitantes. Quando se trata

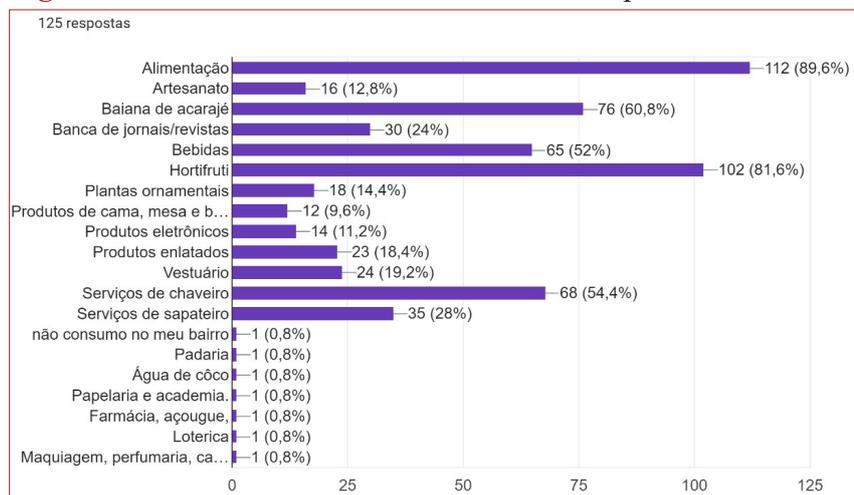
de consumir em outros bairros também se prioriza o preço acessível e a variedade, mas os respondentes também destacam a relação custo-benefício. Tanto no formulário quanto nas entrevistas produtos e serviços ligados à alimentação (Figura 6) são os mais citados pelos respondentes/entrevistados.

**Figura 05.** Motivos para consumir no comércio de rua



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 06.** Produtos consumidos no bairro em que reside



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

As falas de alguns entrevistados confirmam os dados apresentados nas figuras anteriores:

De comer, fruta e verdura que é mais aqui... banana, maçã, laranja, carne pouca porque eu não como carne, mas o pessoal da casa come, tem um açougue aqui perto. E quando eu não acho fruta e ver-

dura aqui aí sim a gente desce na Joana Angélica, ali embaixo tem outras barracas também, ali perto do Relógio de São Pedro, ali perto da Carlos Gomes. Fora isso de vez em nunca compro uma roupa, mas é lá na Avenida Sete também (W. S., entrevista realizada em 26 de fevereiro de 2021, moradora do bairro Dois de Julho).



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
 Julho-Dezembro, 2023  
 ISSN: 2175-3709

Na maioria das vezes, hortifrutí, temperos... geralmente são produtos relacionados ao gênero alimentício (M. S. entrevista realizada em 26 de janeiro de 2021, morador do bairro Dois de Julho).

A proximidade e o acesso fácil, como já mencionado, aparecem com destaque nos depoimentos dos entrevistados como motivos da escolha para comprar no comércio e nos serviços de rua do circuito inferior em detrimento dos estabelecimentos comerciais e de serviços do circuito superior (SANTOS, 2004):

A proximidade. A facilidade de acesso. Se eu preciso do ovo, vai passar todos os dias aqui na porta, então é mais rápido do que ir ao mercado. Esses ovos podem estar de melhor qualidade do que no mercado. Que fica lá vários dias, pode ser. Então esse é o principal motivo. Às vezes, não me desloco muito para ir até Paripe fazer as compras, que normalmente também é mais barato que na Graça, mesmo no mercado, um bairro popular é mais barato (G. T., entrevista realizada em 5 de janeiro de 2021, moradora do bairro da Graça).

Mesmo alegando a proximidade como motivo para consumir no comércio e nos serviços de rua no bairro de residência, a mesma entrevistada, que mora em um prédio de apartamentos, relata uma relação vertical – na visão dela uma desvantagem, em contraste com a relação horizontal que se estabelece com os comerciantes e aqueles que moram em casas –, como podemos perceber no extrato de entrevista apresentado a seguir:

Aqui são apartamentos, então (se) eu preciso pedir ovo eu peço para o porteiro e ele me avisa que o carro do ovo está chegando. Ai eu desço e compro o ovo. O que eu mais consumo: ovos e água, é muito

vertical a relação... Diferente do comércio de bairro em Paripe, que é um pouco mais horizontal. Estamos mais perto, as casas são mais baixas... então você tem acesso direto ao comerciante, chega na sua porta, bate palma, chama e você acessa o produto, se você tem interesse...

Aqui acaba sendo um pouco rápida demais essa relação. Aqui ele vai vender para outras pessoas, continuar andando com o carro ou com o balde, como eu te falei tem um rapaz que vende camarão no balde, para chamar nos outros prédios. Eles usam muito a entonação da voz, eles falam bem alto... outros são com carrinho de som. Mas o rapaz do camarão vem gritando “camarão” e lá no início da rua já se está ouvindo ele falar (G. T., entrevista realizada em 5 de janeiro de 2021, moradora do bairro da Graça).

Anunciar o seu produto em alto e bom som, uma estratégia dos comerciantes de rua, ou desenvolver uma dinâmica com o porteiro do prédio são, portanto, elementos de uma relação “vertical” que é criada entre os moradores de apartamentos e os comerciantes de rua. Além disso, percebemos a relação de confiança e proximidade que se estabelece entre consumidores e comerciantes – algo que atrai os consumidores e diferencia a dinâmica do comércio e dos serviços de rua em relação aos estabelecimentos comerciais do circuito superior:

O atendimento é mais rápido, você já está ali cara a cara com quem está te oferecendo o serviço, você não vai passar por um caixa ou uma seção e outros funcionários... Você já sabe da qualidade do produto, você já sabe da qualidade do serviço, então é algo mais informal o tratamento. E, sobretudo, o tratamento porque você tem a confiança de deixar o material e voltar para pegar depois, passou para resolver algo no banco e pegar na volta então é uma questão mais de intimidade, no tratamento, que você vai conquistando que vira

uma fidelidade, de cliente com comerciante... muitas vezes, eu chego num comércio deste e esqueci minha carteira, então eu posso comprar e pagar depois, então existem essas facilidades de tratamento que torna o ato de consumir nestes lugares mais confortável, menos impessoal. Torna ainda maior o convívio no bairro, torna você mais pertencido àquele bairro (N. C., entrevista realizada em 7 de janeiro de 2021, morador do bairro da Graça).

Quando questionamos o turno e os dias da semana escolhidos para consumir no comércio e nos serviços de rua da cidade, percebemos que, nas respostas, os entrevistados demonstraram preferência pelo turno da manhã e pelos dias da semana para circular nas ruas:

Eu prefiro o turno diurno. E, de maneira geral, no turno diurno eu não sinto medo, nem na Graça, nem em Paripe. Em Paripe, por conta do movimento, a gente sabe da fama que tem e das questões de violência que impactam os bairros da periferia de Salvador, isso é inegável, mas, ao mesmo tempo, quando eu me locomovo em Paripe, se eu estiver andando lá, não sinto esse medo. Mas, não me locomovo à noite. Nos dois bairros. Claro, que sabemos que aqui na Graça a segurança é maior (G. T., entrevista realizada em 5 de janeiro de 2021, moradora do bairro da Graça).

A fala da entrevistada reflete uma percepção de segurança/insegurança dos moradores alcançados por nossa pesquisa, indicando como o horário e o turno são determinantes e influenciam nos deslocamentos na cidade e, conseqüentemente, no consumo junto aos comerciantes e prestadores de serviço de rua como podemos perceber no depoimento a seguir:

Com certeza, porque aqui no Centro nos dias de semana, de umas

7h até umas 17h, tem um movimento 'arretado', passou de 17h é deserto, breu, abandono total. Você encontra coisas no comércio de rua até 17h, 16h e pouco, depois você não encontra mais não, porque fica deserto. Em dia de sábado também, dia de domingo não venha no Centro se você não conhece, porque fica deserto, não abre nada, nem farmácia abre... Não tem policiamento, então dá medo, a gente geralmente faz tudo que tem que fazer de segunda a sábado, porque domingo não dá pra fazer nada, nem comprar água, comprar pão. É como se domingo fosse aquele dia que você não pode sair de casa. Geralmente você sai só de carro, se tiver carro você sai, senão você tem que sair só em grupo, porque realmente é desertíssimo aqui, pra atravessar, pra ir pra Lapa é bem ruim mesmo (W. S., entrevista realizada em 26 de fevereiro de 2021, moradora do bairro Dois de Julho).

Essas respostas reaparecem nas entrevistas com alguns consumidores do bairro do Rio Vermelho, onde essa preocupação está ligada diretamente com a sensação de insegurança observada entre os moradores e visitantes do bairro. Nas entrevistas os consumidores foram questionados sobre sua percepção em relação à segurança de seu bairro de residência e se essa percepção mudava de acordo com o turno:

Eu acho que a noite fica mais perigosa em qualquer lugar, e eu vou pegar como referência a minha rua, que fica entre a Vila Matos e o Rio Vermelho... Às vezes eu ando, mas eu fico ligada. Eu não vou à noite para a Vila Matos comprar nem fazer nada... Nem vou muito para o Rio Vermelho, quando eu vou, vou com mais cuidado e é de manhã ou de tarde. Sendo manhã ou tarde eu não sei se faz diferença, eu nunca vi nada, na verdade eu nunca vi nenhuma violência, eu tenho relatos de amigos que já sofreram. Então eu não sei se o turno interfere, fora a noite que já é perigoso por si só (F. T., entrevista realizada em 23 de janeiro de 2021, moradora do bairro do Rio Vermelho).



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709

A violência está espalhada por todos os bairros, a diferença é que na periferia a forma com que a polícia se relaciona com os moradores, porque aí é uma violência que vem de fora para dentro. A gente assiste no jornal todas as semanas a violência policial espalhada pelo país, sobretudo sobre a população negra. Então a população negra nas periferias, sobretudo nas periferias de Salvador, sofre muito... A polícia está presente no bairro do Rio Vermelho, mas aí é uma polícia que está lá para proteger a elite do Rio Vermelho, entende? Mas os assaltos acontecem, de carro e de celular. Na semana passada fui informada que estavam assaltando o pessoal que faz entregas, roubando o celular dos trabalhadores. Ou seja, o cara que já estava em uma situação ruim está assaltando outro que também está em uma situação ruim! (N. D., entrevista realizada em 6 de janeiro de 2021, moradora do bairro do Rio Vermelho).

Os moradores do bairro do Rio Vermelho escolhem consumir pela manhã porque acreditam que em outros turnos a insegurança causada pela queda de movimento de pessoas seja maior, porém, na contramão desse fato, existe no bairro um movimento muito intenso no turno da noite, com grande fluxo de transeuntes e comerciantes de rua (sobretudo de bebidas), como foi abordado em pesquisas anteriores do Grupo Espaço Livre de Pesquisa-Ação, ressaltando-se nesse contexto o caráter boêmio e de centralidade de lazer do bairro do Rio Vermelho.

Um de nossos entrevistados, consumidor do comércio de rua e ele próprio dono de estabelecimento comercial no bairro, afirma que o Rio Vermelho hoje é muito mais seguro do que costumava ser em passado recente; ele garantiu que o trabalho dos

moradores do bairro em conjunto com a polícia tem sido eficaz no combate à criminalidade:

Então, a percepção que eu tenho é que hoje temos uma interlocução muito boa com o comando da Polícia Militar, temos acesso à delegacia e essa interlocução nos ajuda com o que pode ocorrer. [...] Tínhamos há alguns anos atrás alguns problemas com pequenos furtos, principalmente aqui onde eu moro, na Rua do Meio, então começamos a ter reuniões e também com as pessoas denunciando aquilo e nós que somos parte do conselho de segurança tivemos resultados fantásticos. Então, hoje, nós estamos há mais de um ano aqui na Rua do Meio, que era uma região que tínhamos alguns problemas, sem uma ocorrência e, no Rio Vermelho como um todo, acontece pontualmente como todos os locais, mas aquela frequência que nós tínhamos acabou, mas quando aparece na TV e é o Rio Vermelho, aí as pessoas pensam que aqui está um caos, mas não é verdade. Houve uma melhoria nas questões de segurança, temos mais policiais... passando constantemente, temos viaturas que param nos comércios, conversam com os comerciantes, deixam seus cartões lá para ligarem pra central, então é muito eficiente o trabalho de segurança no Rio Vermelho, quem disser o contrário está mal informado (J.H., entrevista realizada em 6 de março de 2021, morador do bairro do Rio Vermelho).

## O SEGUNDO MOMENTO DOS LEVANTAMENTOS DE CAMPO

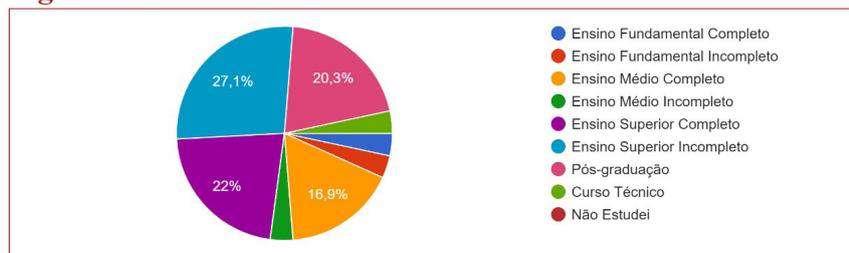
Para o segundo momento de nossos levantamentos, mudamos nossa estratégia de aplicação dos formulários e passamos a abordar os consumidores que trabalharam presencialmente durante o período de isolamento social. Selecionamos essas pessoas a partir de suas ocupações/profissões: só puderam responder o formulário aqueles cuja ocupação se

encontrava na lista dos chamados “serviços essenciais”, tais como: profissionais de saúde, manutenção, limpeza, segurança etc.

Observou-se que as respostas ao segundo formulário pouco diferiram daquelas ao formulário anterior quanto ao perfil dos consumidores em geral. Em relação à faixa etária, apesar de uma maior concentração entre os consumidores entre vinte e dois (22) e trinta e seis (36) anos, há uma distribuição relativamente equilibrada dos respondentes para as demais idades. Esses números

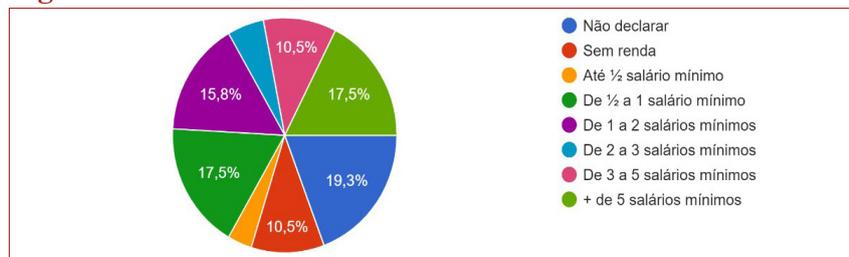
são semelhantes aos observados no primeiro momento dos levantamentos, assim como os dados de gênero, já que as mulheres predominaram entre aqueles que responderam o formulário. Porém, no que tange à escolaridade, percebemos que houve uma presença maior de pessoas com nível médio, representando cerca de dezessete por cento (17%) do universo de respondentes, diferente da primeira etapa da pesquisa, quando aqueles com nível médio eram menos presentes.

**Figura 07.** Grau de escolaridade dos consumidores



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 08.** Renda média mensal



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

Uma maior presença de respondentes com nível médio pode estar relacionada à amostragem por cotas para aplicação do formulário, já que alguns dos principais serviços essenciais correspondem a cargos e ocupações com menos exigências quanto à escolaridade (Figura 7). Em relação à renda média dos consumidores, apesar dos não declarantes terem sido a

maioria, houve um aumento de respondentes que recebem de meio a um salário-mínimo, comparativamente aqueles da primeira fase da pesquisa (Figura 8).

A maioria dos consumidores que trabalhou durante a pandemia consumiu no comércio e nos serviços de rua dos bairros onde residem. Com relação aos bairros onde os consumidores



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
 Julho-Dezembro, 2023  
 ISSN: 2175-3709

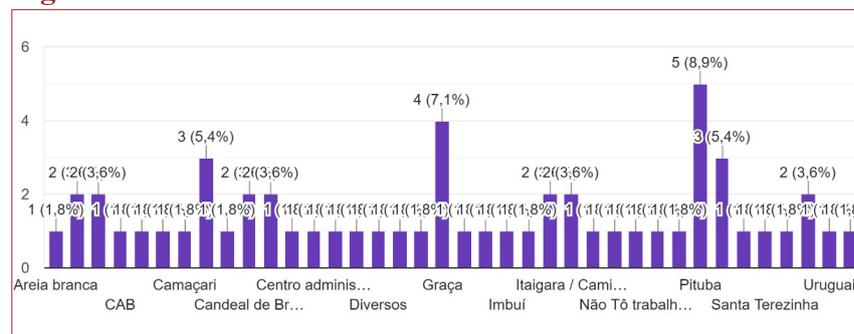
trabalham (Figura 9), percebemos que os recortes analisados em nossas pesquisas pouco aparecem nas respostas do formulário, já que na segunda fase dos levantamentos os respondentes foram selecionados a partir de sua ocupação (Figura 10) e do fato de trabalharem presencialmente durante a pandemia. Não há, por exemplo, hospitais no entorno da Lapa ou na orla de Piatã, sendo então impossível a presença de profissionais de saúde que atuam nesses locais.

O consumo dos respondentes no bairro onde trabalham (Figura 11) está majoritariamente ligado à alimentação, algo que também foi observado na primeira etapa da pesquisa em relação aos bairros

de residência dos respondentes no início dos levantamentos. O consumo de hortifruti e de bebidas também tem destaque nas respostas, assim como a utilização de serviços de chaveiro, o que também não difere das respostas obtidas no primeiro semestre da pesquisa.

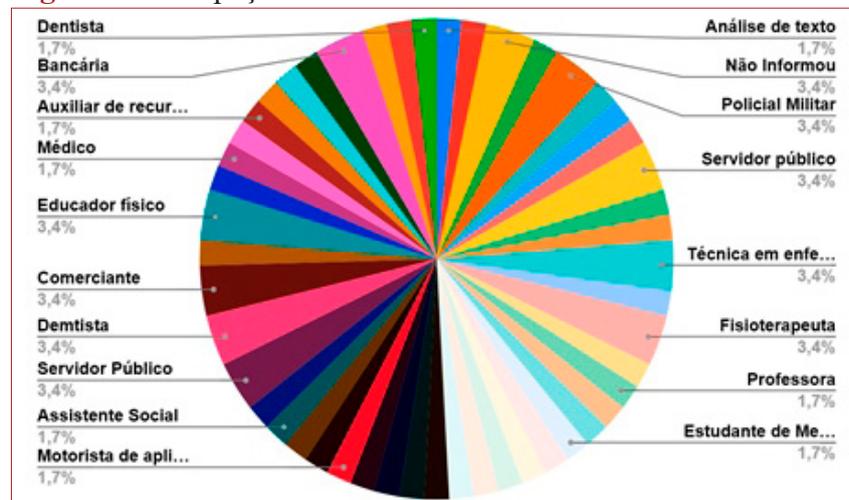
Já os horários utilizados para consumir no comércio e nos serviços de rua nos bairros onde trabalham apresentam certa irregularidade (Figura 12), o que é explicado pelas jornadas de trabalho e momentos de folga distintos entre os respondentes, devido à grande variedade de ocupações dos consumidores alcançados por nossas pesquisas.

**Figura 09.** Bairro onde trabalham



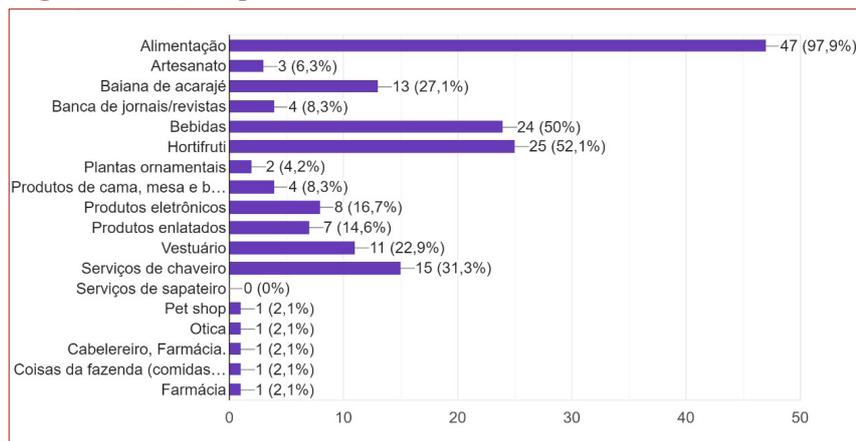
Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 10.** Ocupação dos consumidores



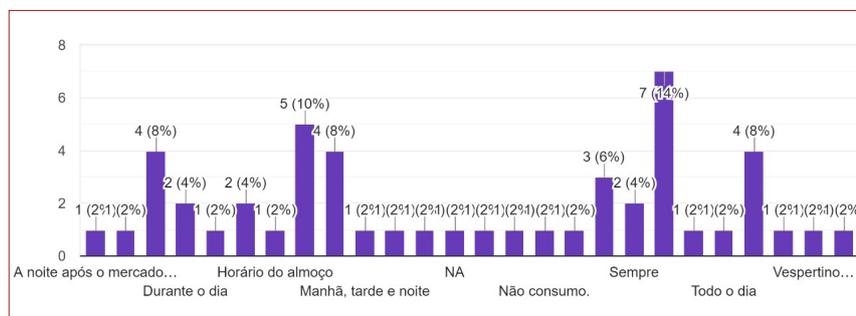
Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 11.** Quais produtos consome no bairro onde trabalha



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

**Figura 12.** Momento do dia/turno que consome no comércio de rua do bairro onde trabalha



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

Questionamos também acerca do meio de transporte utilizado para se deslocar até o trabalho e observamos que o carro particular é o meio mais utilizado entre os consumidores (Figura 13), o que não difere dos resultados alcançados no primeiro semestre. O ônibus também aparece com certo destaque entre os consumidores que trabalharam presencialmente durante a pandemia, levando, inclusive, ao consumo junto aos ambulantes que circulam dentro dele, assim como no comércio e nos serviços de rua das paradas e estações.

Falando sobre segurança, questionamos se o local de trabalho dos entrevistados oferecia algum risco e se o turno influenciava na sensação de insegurança. As respostas, como já esperado,

foram todas indicativas das péssimas condições de segurança no entorno do local onde trabalham, incluindo as dos entrevistados cuja profissão está ligada a essa questão. Para exemplificar, temos a fala de S. T., que expressa bem a sensação de medo que as pessoas sentem ao estarem no local que acessa ao voltar do trabalho para sua residência:

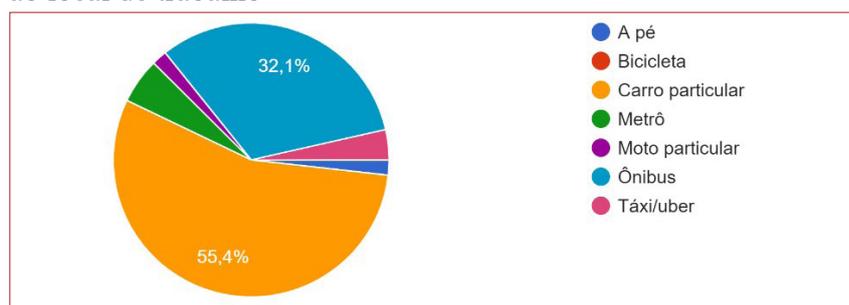
O ponto de ônibus é bem próximo só que não oferece segurança e é muito contraditório porque, apesar de ter um batalhão da Polícia Militar a uns 300 metros, essa sensação de segurança para muitos moradores é imperceptível, as pessoas precisam ficar recuadas para embarcar ou sair rapidamente, ao longo da rodovia, tem muito matagal e aí muita coisa pode acontecer principalmente para mulheres. Fico imaginando à noite (S. T., entrevista realizada em 30 de junho de 2021, trabalhador no bairro de Águas Claras).



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
 Julho-Dezembro, 2023  
 ISSN: 2175-3709

**Figura 13.** O principal meio de transporte utilizado para se deslocar ao local de trabalho



Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria.

## PROBLEMATIZANDO OS RESULTADOS

O primeiro semestre de pesquisa apontou para um fenômeno já constatado por Santos (2004), e que surge nas entrevistas com os consumidores com bastante clareza: existe uma classe média que consome nos dois circuitos e faz a ligação entre eles<sup>3</sup>. Isso ficou muito claro quando percebemos, em algumas falas, que o consumo no comércio de rua muitas vezes se restringe à alimentação e ao vestuário, mesmo diante da grande diversidade de produtos e serviços que são oferecidos nas ruas de Salvador, como constatado em pesquisas anteriores do Grupo Espaço Livre de Pesquisa-Ação. Isso também é perceptível nas entrevistas porque os consumidores não fazem, muitas vezes, distinção entre os estabelecimentos comerciais e de serviços localizados na rua, ou seja, que não estão no interior dos *shoppings*, e os comerciantes e prestadores de serviços que estão de fato “na rua” em estruturas como quiosques ou barracas ou mesmo sobre lonas ou usando veículos, tabuleiros etc. para comercializar seus produtos e serviços (e que são de fato nosso objeto de pesquisa). A confusão

feita pelos consumidores, que ora os tratam como modelos de negócios iguais, ora como diferentes, evidencia a relação concomitante dessa classe média com ambos os circuitos.

É evidente também, nas falas dos consumidores entrevistados, que quanto maior a presença de estabelecimentos comerciais e de serviços do circuito superior, mais comércio e serviços de rua do circuito inferior vão se instalar em suas imediações. Há, inclusive, em determinados contextos e situações, uma relação conflituosa entre essas duas formas de comércio e serviços. Nesse contexto, o conflito funciona de maneira indireta, porque os donos de estabelecimentos comerciais e de serviços de rua do circuito superior acionam a Secretaria Municipal de Ordem Pública, a SEMOP, para que os fiscais removam os comerciantes e prestadores de serviços de rua dos seus respectivos pontos.

Essa forma de confronto apareceu pela primeira vez quando realizamos pesquisas no entorno da Estação da Lapa, onde os comerciantes e prestadores de

3. Isso mostra “que não há dualismo entre os dois circuitos da economia urbana, mas uma relação dialética de conflito e cooperação” (XAVIER; CASTILLO, 2011, p. 7). Os dois circuitos resultam “das mesmas modernizações que a cada momento recompõem a totalidade da formação socioespacial e se comunicam segundo situações complexas em que coexistem diferentes sistemas de produção, distribuição, consumo e emprego” (XAVIER; CASTILLO, 2011, p. 7).

serviços de rua afirmavam que outros comerciantes, donos de estabelecimentos comerciais, realizavam denúncias à fiscalização. Outra questão semelhante a pesquisas anteriores é a existência de um grupo de donos de estabelecimentos no Rio Vermelho, que, segundo o entrevistado J. H., é um grupo do qual também fazem parte gestores do poder público municipal e estadual. A questão aqui é que mais uma vez estamos vendo uma categoria (donos de estabelecimentos comerciais e de serviços do circuito superior) recorrendo à União para conseguir manter seus negócios, mesmo que, nesse caso, isso não envolva nenhum tipo de resistência à truculência do Estado, à qual estão sujeitos os comerciantes e prestadores de serviços de rua do circuito inferior.

Durante o segundo semestre da pesquisa, observamos que as respostas dos formulários e das entrevistas dialogavam com o período anterior à pandemia do coronavírus. Percebemos que a alimentação é o principal item buscado pelos consumidores quando acessam o comércio de rua. Isso, como dito anteriormente, se expressa em diversos momentos da nossa pesquisa, porém o diferencial aqui está na presença pouco expressiva de outros itens como, por exemplo, vestuário (item que durante a pandemia pôde ser consumido por entrega em domicílio). É surpreendente que o consumo de alimentos no comércio de rua se manteve elevado, pois, com os hábitos de higiene sendo apontados como uma das causas da

disseminação do vírus, era de se esperar que as pessoas consumissem menos na rua. Sobre isso, os entrevistados esclarecem que o que ocorreu foi uma mudança no comércio de rua, com os comerciantes tentando oferecer algum tipo de segurança para que os consumidores pudessem consumir sem receio.

É interessante que para nenhum dos entrevistados há alguma hesitação em consumir esses alimentos, apesar de haver alguma preocupação em relação à maneira que o alimento está sendo preservado. Ainda em relação ao consumo de alimentos, observamos, a partir de algumas falas, que existe um hábito de compartilhar alimentos entre os colegas em seus locais de trabalho. A justificativa para tal é justamente por reconhecer que os colegas também são consumidores do comércio de rua, logo não haveria estranhamento em relação ao tipo de alimento e nem às suas condições de conservação.

As mudanças entre os comerciantes de rua aparentam ir além do trato com os produtos, mas dizem também respeito à estrutura de modo geral. Os entrevistados afirmam que o comércio passou a vender itens de higiene com mais frequência, além do perfil dos comerciantes que começa, aos poucos, a mudar:

Por exemplo, os meninos que entram nos ônibus agora usam uma luva, tem meninos também que levam álcool, que fazem a limpeza, percebi também que tem muitas mulheres vendendo (B. X., entrevista realizada em 9 de junho de 2021, trabalhadora no bairro de Nazaré).



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709

Mudaram porque, por exemplo, entraram as máscaras e antes não se vendia máscaras. Alguns deles ficam com álcool gel na mão e oferecem, então eu percebo esse cuidado de alguns e é algo diferente que não existia antes da pandemia (B. D., entrevista realizada em 26 de junho de 2021, trabalhadora no bairro do Itaiçara).

O transporte público também aparece nas entrevistas, porém ele surge como um facilitador do acesso ao comerciante ambulante, ou seja, diferente daqueles comerciantes de rua com ponto fixo; os ambulantes estão em constante movimento pela cidade, seja caminhando pelas ruas e praias ou dentro dos transportes coletivos. Há aqui um fenômeno muito distinto em relação aos limites de acesso a espaços que esses comerciantes possuem, pois observamos que eles podem acessar os terminais de ônibus, mas são impedidos de acessar as estações e plataformas do metrô – que está interligado diretamente com os ônibus. Não está claro se isso ocorre por conta de um processo de organização das estações, por motivos de segurança dos passageiros, ou por alguma burocracia da empresa que administra o metrô.

Esse tipo de comércio aparenta ter experimentado uma retração assim como o comércio de rua com ponto fixo, mas ainda se manteve expressivo nas ruas, como relata a entrevistada B. D.:

Às vezes até me irritava um pouco no percurso porque eram mais de dez ambulantes no transporte a ponto de “embolarem”. Às vezes ficavam dois, três dentro do ônibus e quando chegava no ponto não tinha condições de outros subirem, e hoje em dia diminuiu bastante, mas, ainda sim, tem. Essa foi uma das coisas que percebi (B.

D., entrevista realizada em 26 de junho de 2021, trabalhadora no bairro do Itaiçara).

Essa retração na presença de comerciantes e prestadores de serviços de rua foi, entre todas as mudanças, a mais notada entre os consumidores. Ao não serem classificados como serviços essenciais, os comerciantes de rua se viram obrigados a fechar seu comércio e entrar em isolamento social junto ao restante da população, tendo como renda um auxílio emergencial do município de duzentos e setenta reais. Esse valor fez parte do programa da prefeitura intitulado de “Salvador por Todos”, que buscou custear o auxílio emergencial para trabalhadores ditos “informais”. Com o aumento dos preços e o poder de compra se reduzindo a cada dia, percebe-se que, para muitos comerciantes, ficar em casa recebendo o auxílio emergencial deixou de ser, com o tempo, uma opção. Essa pressão fez com que alguns comerciantes decidissem se arriscar à exposição do vírus e voltassem aos seus pontos de trabalho.

Nesse sentido, é possível pensar na invisibilidade dos comerciantes de rua?

Observamos que, para os consumidores, o comércio de rua é uma necessidade, é a alternativa que eles encontram para conseguir produtos e serviços com um preço que podem pagar, é, em outras palavras, uma das muitas formas de manifestação concreta do circuito inferior da economia (SANTOS, 2004).

A pesquisa revelou que o comércio e os serviços de rua são

essenciais para a manutenção da economia urbana, pois esse tipo de atividade se constitui como uma faceta particular de interação/conexão do circuito superior com o inferior, que ajuda a compreender a dinâmica e o funcionamento da economia popular em uma metrópole regional brasileira (SERPA, 2018b, p. 453). Analisando os depoimentos dos consumidores entrevistados, esse tipo de negócio garante também os encontros, a socialização e a apropriação da rua enquanto espaço coletivo e de sociabilidade pública, mesmo em tempos de isolamento social.

Por fim, como já mencionado, observa-se a existência de alguma confusão quando se fala de “comércio e serviços de rua” entre os entrevistados, que não distinguem as lojas e estabelecimentos localizados fora dos *shoppings* e aqueles negócios alcançados por nossas

pesquisas, com estruturas flexíveis como barracas, quiosques ou até mesmo tabuleiros, mesas, carrinhos e lonas no chão. Esse tipo de confusão ocorreu durante toda a pesquisa e em trabalhos anteriores, assim como a compreensão de que todo comércio de rua é informal.

Existe, a nosso ver, uma marginalização de cunho ideológico sobre esse tipo de comércio e serviços, reforçada pela crença de que o informal é também ilegal, assim como pela maneira com que o poder público reprime e criminaliza esses comerciantes e prestadores de serviços. Cabe então compreender o comércio e os serviços de rua como partes integrantes do circuito inferior da economia, que dão acesso a produtos e serviços aos mais pobres assim como aos segmentos médios de renda, como demonstram os resultados de nossas pesquisas. ●



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709

## REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. *A Distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

DIAS, C. *Carnaval de Salvador: mercantilização e produção de espaços de segregação, exclusão e conflito*. 2002. 165 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

MAIA, A. C. N. *Circuitos e redes do comércio de rua em Salvador, Bahia: uma análise geográfica*. 2013. 131 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

POCHMANN, M. *Nova classe média: o trabalho na base da pirâmide social brasileira*. São Paulo: Boitempo, 2012.

SANTOS, M. *O Espaço Dividido*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

SANTOS, M. *O Espaço do Cidadão*. 2. ed. São Paulo: NOBEL, 1992.

SENNETT, R. *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. 12. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SENNETT, R. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SERPA, A. O trabalho de campo em geografia: uma abordagem teórico-metodológica. *Boletim Paulista de Geografia*, v. 84, p. 7-24, 2006.

SERPA, A. Comércio de rua e requalificação de espaços públicos em Salvador-BA: uma agenda de pesquisa. *Revista Geografares*, v. 26, p. 53-68, 2018a.

SERPA, A. Contribuições teóricas para a pesquisa urbana: Milton Santos e a teoria dos dois circuitos da economia. In: SERPA, A.; CARLOS, A. F. A. (org.). *Geografia urbana: desafios teóricos contemporâneos*. Salvador: EDUFBA, 2018b. p. 449-458.

SERPA, A.; LEITE, W.; MACHADO, J. Na praia e no centro: comércio e serviços de rua frente a operações de requalificação urbana em Salvador-Bahia. *Caderno de Geografia*, v. 29, p. 978-996, 2019.

SERPA, A.; LEITE, W.; MACHADO, J. Comércio e serviços de rua como manifestações do circuito inferior da economia em dois bairros de Salvador, Bahia. *Caderno de Geografia*, v. 31, p. 120-141, 2021.

SILVEIRA, M. L. (Ed.). *Circuitos de la economía urbana: ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo*. Buenos Aires: Editorial Café de las Ciudades, 2016.

SOUZA, J. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* 2. ed. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2012.

XAVIER, M.; CASTILLO, R. A reprodução do atacado distribuidor como um elo entre os dois circuitos da economia urbana no Brasil. *GEOUSP: Espaço e Tempo*, São Paulo, n. 29, p. 3-17, 2011.



Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES

Volume 3, n. 36  
Julho-Dezembro, 2023  
ISSN: 2175-3709