Crescimento econômico: um fetiche numérico

RONEY GUSMÃO DO CARMO*

Resumo

A retórica da vez tem sido os índices de crescimento econômico, tão orgulhosamente divulgados pelo marketing político nesse início de século no Brasil. Entretanto, a eloquência desse discurso mascara os efeitos mais perversos das "novas" formas de atuação capitalistas, calcadas num expansionismo concentrador e numa modernização altamente conservadora. Os números, bem como as remontagens dos espaços urbanos a serviço da perpetuação do capital, são carregados de fetichização e, num olhar aligeirado, deixam uma sensação de cosmopolitanismo esvaziado de sentido e destituído de humanização.

Palavras-chave: Crescimento econômico; representações comuns; fetichização; desigualdade.

Abstract

The rhetoric on this moment has been the rate of economic growth, so proudly publicized by political marketing in this century in Brazil. However, the eloquence of this discourse masks the more perverse effects of the "new" ways of capitalist expansionism moved by a concentrator and conservative modernization. The numbers, as well as the pumping of urban spaces in the service of the perpetuation of the capital, are loaded by a fetishization that inspires a cosmopolitanism sensation rendered meaningless and devoid of humanization.

Key words: Economic growing; ordinary representations; fetishism; inequality.

* **RONEY GUSMÃO DO CARMO** é mestrando em Memória: Linguagem e Sociedade pela mesma instituição. Atualmente leciona na rede estadual de educação para o ensino médio no Estado da Bahia e como professor de filosofia na Faculdade de Tecnologia e Ciência – FTC.

Introdução

A Revista Veja, editada em 01 de Setembro de 2010, publicou reportagem especial intitulada "O Brasil em dez vocações" com ênfase ao seguinte slogan: "Cidade média – aonde o futuro já chegou". A matéria de Júlia Medeiros abordava as cidades de porte mediano no Brasil que mais têm apresentado índices satisfatórios de crescimento econômico, tornando-se, então, promissoras para investimentos externos. Em listagem enfatizada na matéria, a cidade de Vitória da Conquista se situa em sétima posição em crescimento anual do PIB, o que totaliza 8,6% ao ano. Intitulando essa lista, que destaca Vitória da Conquista em negrito, a matéria indica: "O Comércio é a principal fonte de renda de 25% das cidades médias brasileiras, que se tornaram polos regionais com grandes redes varejistas e atacadistas" (p.126). No início da reportagem é posta em ênfase uma fotografia atrativa da cidade com um empreendedor local bem sucedido que trás o seguinte relato: "Nossa cidade é ainda mais lucrativa porque as pessoas que vêm aqui em busca de médico e hospital também aproveitam para fazer compras" (p.126). Mário Sérgio Caracas, lojista de 34 anos, se refere à rotatividade de consumidores advindos dos pequenos municípios da circunvizinhança, que contribuem consideravelmente para rotatividade do comércio local.

A realidade expansionista do capital nesses potenciais polos de consumo não é um fato apenas da cidade que abordamos, mas é uma tendência global de alastramento das redes comerciais pelo rastreio predatório do consumo. Os números podem encantar numa primeira vista superficial, podem até servir de alavanca partidária, todavia a fetichização dos índices precisa ser superada para uma análise mais precisa. Quando se afirma que o crescimento econômico de Vitória da Conquista se tornou mais elevado que a média nacional[1], cujos valores já são significativos, a sensação ufanista de termos finalmente "chegado lá" é inevitável e ofusca muitos dos efeitos nefastos desses paradigmas de acumulação do capital.

Para destoar com a sensação confortável advinda da "pujança econômica" local, basta confrontar os dados anteriores com esses que oportunamente trazemos: Em matéria publicada pela Revista Exame em 02 de Setembro de 2013, foram elencadas as cidades brasileiras com melhores e piores indicadores de qualidade de vida. Segundo o conteúdo da reportagem redigida por Patrick Cruz (2013), Vitória da Conquista tem se situado em posições caóticas dentro de vários critérios. Entre as cem maiores cidades pesquisadas, Vitória da Conquista se destaca nas piores colocações dentro dos critérios investigados: Saúde (98º), Segurança (97º) e Educação (98º)**.** Por outro lado, essa precariedade tem sido omitida pelos índices de crescimento econômico da cidade, tão arduamente divulgados pela administração local. Os valores são absolutos e, por efeito, não retratam fidedignamente a realidade vivenciada pela totalidade da população. Por esse motivo, concordamos com DRUCK (2011, p. 40), quando afirma que "toda produção de estatísticas, de informações e dados, assim como o seu uso por

[1] Pesquisa realizada pelo IBOPE Inteligência, referente ao período de 2004 a 2010, com expectativas semelhantes para o ano de 2014. Dados disponíveis em http://www.ibope.com.br/pt-br/ibope/quemsomos/unidadesnegocio/paginas/ibope-inteligencia.aspx. Acesso: 22 de dezembro de 2013.

estudiosos, é fruto de escolhas. E essas escolhas revelam uma postura científica e ideológica que influencia decisivamente as modalidades qualitativas e quantitativas de pesquisas".

Desse modo, a divulgação do crescimento econômico conquistense contribui para fetichização das representações sociais de homens e mulheres, progressivamente cooptados à ideia de "estamos no caminho certo", desconsiderando as assimetrias desse crescimento e as ambiguidades por eles agudizadas. Para além da superficialidade expansionista do capitalismo flexível[2], a perversidade da concentração de renda deveria inspirar reflexões acerca da forma como tal paradigma desenvolvimentista se mostra desigual e excludente.

Em pesquisa[3] sobre o tema, partimos ao campo para entrevistar comerciantes e trabalhadores locais acerca do fenômeno econômico mencionado. O espaço que temos para redação deste texto não permite analisar minunciosamente os resultados obtidos nessa investigação, porém pretendemos debater de modo sucinto a forma como comerciantes locais visualizam o fenômeno expansionista do capital na cidade, bem como os efeitos desse processo para as relações sociais traçadas na cotidianidade desses indivíduos. Para tal, entre todos os sujeitos da pesquisa que desenvolvemos na tese, o presente texto se centra em alguns dos empregadores entrevistados, que acompanharam ativamente as mudanças no cenário econômico local nessas últimas décadas. Por hora, as discussões advindas dos trabalhadores não couberam no presente artigo, que se debruça sobre os efeitos da acumulação flexível para o arranjo econômico local e para as representações comuns dos comerciantes locais envoltos por esse fenômeno.

Dessa forma, o enfoque essencial dessa pesquisa foram as representações comuns dos entrevistados acerca do movimento econômico tão largamente divulgado, bem como a forma como esse fenômeno aportou a cotidianidade dos comerciantes locais, cujos discursos retratam os efeitos mais paradoxais do nexo capitalista.

As representações comuns

É no cerne da prática social mais cotidiana onde homens e mulheres compartilham valores, significados, representações. Os seus discursos externam suas visões de mundo, que, inevitavelmente, possuem um aporte lógico nas condições concretas de existência. Assim sendo, é a realidade material que contém a substância capaz de explicar claramente os valores compartidos socialmente que atingem a subjetividade dos sujeitos e, por fim, contribuem na orientação de suas ações.

O senso comum é, portanto, carregado de ideologias circundantes na sociedade, todas enlaçadas à materialidade da existência social, ou seja, o discurso mais ordinário dos sujeitos que possuem uma concretude, quando acoplado ao nexo social de existência cotidiana. Por meio dessa constatação, fica claro que a automaticidade de valores e ações não só compõem a prática social dos homens, como é condição para sua inserção e identidade com seu espaço concreto de sobrevivência. É, pois, nessa base

[2] Em oposição à rigidez verificada no início do século XX, a flexibilidade representa a resposta do sistema para um período marcado pela instabilidade econômica nítida a partir dos anos 1970, mas que vem marcar fortemente o Brasil a partir dos anos 1990 (CASTRO, 1995).

[3] Atualmente desenvolvemos tese de doutoramento, intitulada "Capitalismo flexível: entre o 'velho' e o 'novo', entre o 'local' e o 'global'".

concreta que constroem-se os indivíduos, permeáveis de valores, representações, objetivações, fato que permite deduzir que "o homem é antes de tudo aquilo que o seu mundo é" (KOSIK, 2010, p. 85).

A inevitabilidade da condição social do homem faz criar "representações das coisas e elaborar todo um sistema correlativo de noções que capta e fixa o aspecto fenomênico da realidade" (KOSIK, 2010, p. 14). Os sujeitos estão ancorados numa teia de relações sociais que, por sua vez, se acoplam dialeticamente a uma totalidade histórica e, no convívio social, os indivíduos introjetam significados advindos da obviedade do senso comum, que penetram a consciência, estabelecendo o que Kosik entende por "pseudoconcreticidade". Essa "pseudoconcreticidade" nada mais é do que os significados mais vulgares do senso comum, internalizados em indivíduos que, em posição ativa, absorvem, elaboram e, até, reproduzem nebulosas representações que lhe foram compartidas.

> O mundo da pseudoconcreticidade é um claro-escuro de verdade e engano. O seu elemento próprio é o duplo sentido. O fenômeno indica a essência e, ao mesmo tempo, a esconde. A essência se manifesta no fenômeno, mas só de modo inadequado, parcial ou apenas sob certos ângulos e aspectos (KOSIK, 2010, p. 15).

A representação comum se manifesta, então, falseada, fetichizada, confinada à obviedade do cotidiano, incapacitada de exceder a concretude do senso comum e reduzida ao tátil e ao alcance dos olhos. Havendo reconhecido essa incapacidade das representações em transcender a aparência, cabe ao pesquisador ter a perspicácia de associa-la à totalidade, sem perder de vista a simplicidade-complexa (ou a "claridade-obscura") do senso comum. É por esse motivo que, na busca por compreender a totalidade quer cerca o pensamento fetichizado, se faz necessário destruir esquemas abstratos e a "aparente independência do mundo dos contatos imediatos de cada dia" (KOSIK, 2010, p. 20).

É também necessário salientar que a cotidianidade não se opõe, necessariamente, ao "mundo oficial", pelo contrário, estabelecem entre si uma relação de retroalimentação que se complementam. Nesse sentido, se pensarmos na história, esta se interpenetra à cotidianidade, podendo estabelecer uma relação de complementariedade e, não necessariamente, de oposição. Em suma, podemos encontrar na história explicações para fatos nebulosos da vida cotidiana, bem como podemos também encontrar na vida cotidiana signos que ratificam e corroboram para a amplidão da pesquisa histórica.

Ora, se, concordando com Marx (1996), somos homens, sobretudo, históricos, e se a materialidade que compõe nossa existência social é móvel em função de sua vinculação dialética com um todo dinâmico; logo, a concretude das relações sociais não é estática, como uma matéria inerte, mas é porção de uma totalidade orgânica, entreposta por relações sociais em sincronia com uma história em curso. Desta feita, nosso argumento segue em caminho inverso à percepção de que homens são frutos determinados pela matéria que neles se sedimentam, pois compreendemos que a concreticidade, onde se estabelecem as relações sociais, é parte imprescindível de sua compreensão, especialmente porque é esta concretude que viabiliza o trânsito de ideologias circundantes na sociedade.

De todo modo, as representações comuns são atingidas pelos valores ideologicamente legitimados na sociedade que, por vezes, adquirem um grande poder penetrante na subjetividade dos sujeitos, regimentando condutas e autenticando discursos (ALVES, 2011). Tal fato explica a razão pela qual o discurso da "pujança econômica" tem sido tão massificado esses últimos anos no Brasil, numa tentativa insistente de gerar a compreensão de que "finalmente chegamos lá" e de que qualquer sensação de não-usufruto é decorrente da incompetência individual.

Evidentemente, a ideologia implícita no crescimento econômico se materializa no espaço e se torna quase que uma constatação inquestionável para qualquer olhar mais superficial sobre a "sofisticação" impressa nos centros urbanos. A nitidez das transformações econômicas[4] refaz os cenários das cidades, impondo um gigantismo de grandes empreendimentos de capital estrangeiro, com logomarcas extravagantes, iluminação ofuscante e um marketing arrebatador.

O município de Vitória da Conquista (Bahia), hoje com 300 mil habitantes, foi atingido nesse início de século XXI por um acelerado processo expansionista do capital que fez aportar aqui diversas empresas estrangeiras, acirrando a concorrência do comércio local e reorganizando o espaço urbano da cidade. Quase em simultaneidade, redes franquiadas, como o Mac Donald's, Bob's, Riachuelo, C&A, Casas Bahia além de vastos shopping-centers aqui aportaram, tendo um poder avassalador de remodelar a silhueta da cidade, proporcionando um ar metropolitano e, inevitavelmente, afetando a subjetividade dos sujeitos que transitam cotidianamente nesse palco de mudanças.

Essa mudança de cenários, que penetrou as representações das pessoas, por vezes constrange e por vezes fascina, seja pelo poder impositivo e hostil do capitalismo transnacional, seja pelo seu poder de deslumbre através de uma falsa sensação de inserção social. Quando entrevistamos os trabalhadores do comércio local, notamos a sensação de prosperidade nas representações pautadas nos discursos dos sujeitos. É quase unanime a sensação de melhoras e o êxtase promovido pelo consumo, afinal, poder adquirir um *iphone* ou uma TV de 42 polegadas gera um conformismo que falseia o conceito de qualidade de vida, sintetizando-a à ideia de consumo desregrado.

Nas palavras dos entrevistados, tem ocorrido um nítido crescimento com usufruto de todos, cuja disponibilidade de trabalho tem saltado aos olhos e legitimado a ideologia neoliberal da "empregabilidade", apoiado na lógica da culpa individual pelo fracasso (ANTUNES, 2001). As "novas" estratégias de perpetuação do capital, movidas por uma transnacionalização predatória dos investimentos, penetram o mais íntimo da subjetividade das pessoas, impondo a ideia de que o cosmopolitismo impresso no espaço urbano contemporâneo implica numa "evolução" de valores e, por conseguinte, numa melhoria igualitária para todos.

Como debatido por Kosik (2010), essas representações são fetichizadas e muito raramente transcendem a aparência "mítica" da transnacionalização do capital. A ostentação visível na lâmina

[4] Concordamos com Harvey (1993), que entende a acumulação flexível como uma etapa atual de perpetuação do capitalismo, mediante os desafios historicamente postos e as demandas globais que impõe remodelagens para subsistência do sistema.

superficial do "capitalismo flexível transnacional" muito eficazmente camufla os efeitos mais perniciosos da exclusão, além de ocultar o aviltamento do trabalho que garante o alargamento dos mega-empreendimentos transnacionais. Essa problemática não se evidencia no interior fascinante e climatizado de um shopping-center, não é inspira os valores apregoados pelo marketing global e, muito menos, é posto como pauta de reflexão da ética individualizante de um capitalismo predatório, calcado num consumo extremado (CHESNAIS, 1996). Nessa era de valores fugidios e de vínculos descartáveis (seja nas relações sociais, de trabalho ou de consumo), homens e mulheres são convidados a uma conformidade doentia com os caminhos da economia global que ostentam um crescimento macrocéfalo e omitem o substrato mais nefasto da forma como o capital se apropria dos sujeitos, subjugando-os por um engajamento moral e intelectual (CASTEL, 1998).

O crescimento na ótica do senso comum

A atuação metamórfica do sistema capitalista no transcurso do século XX aportou no arranjo econômico do município de Vitória da Conquista. Como sabido, as novas estratégias e caminhos orientados pelo sistema são motivados pela iminente necessidade de reprodução do capital mediante os desafios historicamente postos que, nesse sentido, imprimem no espaço e nas relações sociais os efeitos de políticas e táticas a serviço da prioritária subsistência do capitalismo.

Recorremos ao marco teórico anteriormente discorrido para respaldar essa constatação, mas aqui nos ocuparemos a extrair do discurso dos sujeitos a forma como a dinâmica capitalista impactou o campo empírico tratado. Para construção desse percurso metodológico, os sujeitos entrevistados – trabalhadores que atuaram em vários ramos comerciais – foram questionados sobre diversos temas capazes de tocar as mudanças verificadas no comércio local nos últimos anos, e, de modo muito espontâneo, os entrevistados expuseram suas opiniões e impressões sobre tal movimento, demonstrando também diferentes pontos de vistas sobre a atual configuração econômica e social do município.

Os discursos extraídos nas entrevistas feitas a proprietários de lojas que mantiveram trabalhando durante a segunda metade do século XX se complementam, confirmam mutuamente e não apresentam discordâncias entre si. Embora, homens e mulheres entrevistados contenham enfoques diferenciados, ao se reportarem ao recorte temporal que propomos, há confirmação de que as transformações ocorreram num mesmo sentido.

Os entrevistados demonstraram certo saudosismo ao descreverem o que foi denominado "tempos áureos do comércio de Conquista". Segundo Novais (ex lojista da cidade), 1977 a 1983 correspondeu a este período, época em que o comércio local era abastecido basicamente por empreendimentos de capital interno, em cuja rotatividade de mercadorias era definida pelos comerciantes que aqui residiam. Embora existissem problemas como a inflação e a instabilidade econômica, o entrevistado afirmou que essa época é marcada pela adimplência e pela centralização do comércio por investidores locais. Essa opinião também foi compartilhada por Miranda (atua no ramo de confecções desde meados dos anos 1970) e que chamou atenção ao fato de o comércio popular (situado no centro popular da cidade) ser

muito mais movimentado no início dos anos 1980, período marcado, inclusive, pela venda no atacado pelos lojistas. Novais salientou que hoje os representantes comerciais de grandes empreendimentos atacadistas passaram a buscar diretamente os micronegócios das pequenas cidades, fato que reduziu drasticamente a migração de consumidores para o centro popular de Vitória da Conquista. Para que se tenha uma ideia, o entrevistado observou que a venda no atacado já foi atividade tão relevante que o estoque se extinguia com velocidade incrível, fato que gerava maior contratação de mão-de-obra. No início dos anos 1980 sua loja contava com 28 funcionários, ao passo que no ano de 1994 (período em que decretou falência), existiam em sua loja apenas 4 funcionários.

Situação semelhante é descrita por Santino (ex-lojista que atuou entre as décadas de 1960 e 1990), que mencionou a década de 1980 como período mais favorável à sobrevivência da micro-empresa, ao passo que os anos 1990 (apesar da estabilização da economia pós-plano real) são vistos como período de redução drástica no lucro em função da concorrência acirrada no cenário local. Embora as condições de estabilização monetária demonstrassem superficialmente melhores condições de lucratividade e consumo, essa época foi marcada pelo expansionismo do capital e consequente desaquecimento dos lucros em micro-empresas. Embora o discurso neoliberal insista em conceber a década de 1990 como princípio de a uma nova era de crescimento econômico brasileiro, tal ideologia mascara os impactos trágicos de um sistema capitalista transnacional para o arranjo econômico local, episódio que serviu para ampliar o abismo de desigualdade hoje marcante no contexto brasileiro.

Informações semelhantes são corroboradas por outros empresários. Amorim, que ainda atua como lojista, salientou que o comércio do município em meados do século XX era composto exclusivamente por lojistas da cidade e por um mercado consumidor muito menos exigente e pouco equalizado às tendências impostas pela cultura de massa global. Nesse sentido, o comerciante apontou que muitos lojistas tratavam seus fregueses de modo personalizado, porém "sem muita questão de vender", pois, ciente da baixa concorrência e da pouca diversidade de mercadorias, a clientela se tornava cativa e sujeita às condições postas pela loja. Tal fato muito se distingue da realidade atual, já que a concorrência, bem como a grande diversidade de mercadorias, tornou o mercado consumidor fugaz, volátil e muito mais exigente no atendimento e na qualidade requerida do produto. O senhor Moura (lojista desde os anos 1960 no ramo de tecidos) mencionou que os produtos não ficavam tão à mostra, eram estocados no interior da loja e apresentados aos fregueses à medida que estes solicitavam, fato que deixava subentendido que as pessoas iam ao comércio com um foco preciso de consumo, não fazendo necessário despertar outras necessidades de compra. Moura acrescenta também que os clientes não exigiam tamanha diversidade de mercadorias como no tempo atual, pois, em grande parte, se satisfaziam com os produtos sugeridos pelos lojistas; ao passo que hoje o deslumbre exercido pela mercadoria, movido pela transnacionalização do perfil de consumo, tem imposto novas estratégias de gestão e aperfeiçoamento dos funcionários.

Complementando essa ideia, Silveira, ex-lojista e um dos fundadores da Câmara de Dirigentes Lojistas, salientou que até metade do século XX o

comércio de roupas era feito a partir da compra de tecidos e confecção por costureiros locais, justo porque a moda externa não interferia muito fortemente nos hábitos de vestir das pessoas que, naquele período, se adornavam segundo próprios gostos pessoais e não coagidos pela indústria cultural. Nesse sentido, o senhor Silveira acrescentou que os hábitos de consumo estavam mais de acordo com as necessidades e hábitos locais, fato que começou a mudar lentamente com o ingresso de tecnologias – mais perceptível a partir da década de 1980 – impulsionando os lojistas a buscarem tendências de consumo fora do Estado de modo a atender novas demandas do mercado local.

De forma semelhante, campanhas publicitárias locais tinham um poder de aguçar o consumismo. Sobre tal fato, Silveira lembrou que o Clube de Dirigentes Lojistas – CDL (inaugurado em Vitória da Conquista no ano de 1963) passou a realizar campanhas publicitárias temáticas em períodos de celebrações, como dia dos pais, natal, páscoa, festas juninas e outros eventos, objetivando contagiar as pessoas ao consumo sazonal. É somente na década de 1960 que esses eventos passaram a repercutir significativamente e atrair consumidores ao centro comercial, despertando novas necessidades e fetiches. O entrevistado entende que esse fato foi decisivo para dinamizar a circulação de mercadorias no final do século XX, porém ressalva que é nos anos 1990, quando surge a TV local, que o marketing adentrou mais eficazmente nos lares conquistenses, agora com novas e sofisticadas estratégias de fomento ao consumo. Como se tem percebido, a trajetória da economia local no curso do século XX apontava para um processo de abertura contínua à dinâmica global, favorecendo paulatinamente o ingresso do capital externo.

No que tange ao mercado consumidor, todos os entrevistados chamam atenção para as mudanças significativas no curso desse final de século. Todos os entrevistados observaram também que a inadimplência era muito menor, fato que gerava maior confiança no cliente e permitia vender por nota promissória ou por anotações informais no caderno de contas. “A inadimplência ainda constrangia”, observou Amorim, que chamou atenção ao fato de que as pessoas se conheciam mutuamente e zelavam pela reputação pessoal para poderem circular dignamente no pequeno centro comercial existente em meados do século XX.

A nova dinâmica comercial, após década de 1990, transformou profundamente essa realidade por remodelar as relações entre lojistas e consumidores, fato descrito por todos entrevistados. Alguns entendem que o crescimento natural do comércio foi responsável pela impessoalidade nas relações com a clientela, outros responsabilizam a entrada do capital externo, com novos modelos de gestão, que reorganizaram a economia local. Novais, por exemplo, informou que poderia vender a prazo para o consumidor em três prestações, contudo, os grandes empreendimentos na área de confecções, que adentraram o cenário conquistense durante a década de 1990, tiveram um poder de fracionar o pagamento em até dez parcelas, condições insuportáveis para o pequeno empreendedor que não conseguiu acompanhar essas facilitações ao consumo. Além disso, as grandes lojas chegaram com um cartão de crédito próprio, fato que terceirizava a administração do crédito e facilitava por demais a venda no crediário,

simplificando a venda a intensificando a circulação de mercadorias.

Para realizar acréscimo oportuno ao que tratamos, o "Jornal Diário do Sudoeste" (29 de setembro de 1998) trazia a seguinte matéria: "CDL e Banco do Brasil querem facilitar acesso a cartão de crédito". O jornal apresenta seguinte fragmento: "Esse aspecto deve ser definido hoje, durante uma reunião com o gerente regional do Visa que estará em Conquista para tratar do assunto. 'Espero que os lojistas compreendam a importância dessa parceria, porque os cartões de crédito têm sido amplamente utilizados nos países de Primeiro Mundo', salienta, acrescentando que estimulando a expansão do 'dinheiro de plástico', os comerciantes poderão fazer promoções específicas para as vendas via cartão, favorecendo lojistas e consumidores".

Embora a proposta tivesse intensão inicial de abarcar a totalidade dos comerciantes locais, na prática somente os mega-empreendimentos tiveram possibilidades reais de abraçar a ideia, amplificando as possibilidades de venda e marginalizando mais ainda os micronegociantes que, a essa altura, já começavam a notar os efeitos nocivos de uma nova etapa do comércio local: a da expansão concentradora. É pertinente observar que o ingresso do crediário pelo cartão de crédito acabou ocorrendo numa velocidade fora do controle do CDL, pois as grandes franquias que aportaram na cidade já trouxeram seus sistemas de crédito, trazendo para o cenário local uma tendência mundial de venda por cartão. Além disso, para ilustrar o componente ideológico desse modelo expansionista do capitalismo na virada de séculos, a matéria do jornal salienta os efeitos facilitadores do "dinheiro de plástico", mas pouco menciona os juros elevados embutidos nessa "facilidade", bem como não observa os elevados custos operacionais desse sistema para os pequenos negociantes. Nesse sentido, o sistema de crédito fácil e amplo redundou no maior fluxo de compras, mas também resultou em desiguais condições de sobrevivência na arena de disputa pelo consumidor num contexto de capitalismo flexível.

Concordando com essa ideia, Miranda considerou que o atual deslumbre do consumidor pelo consumo, fomentado pelos veículos de comunicação e pelos agentes facilitadores de venda (crediário fácil e rápido), promoveram um descontrole orçamentário que tem gerado um aumento exponencial da inadimplência. Graças a esse suposto crescimento do poder aquisitivo e aumento desenfreado no consumo irracional, tem ocorrido, segundo ela, uma perda de confiança no consumidor, fato que levou os lojistas a um trato mais distante, longe de qualquer favorecimento amistoso nas condições de venda. Oportunamente ao momento histórico a que nos reportamos, a venda por cartão de crédito se tornou a melhor alternativa, pois, em caso de inadimplência, o consumidor é acionado judicialmente pela operadora de crédito, isentando o lojista dessa problemática.

Outro ponto tratado foram as desiguais formas de concorrência travadas nesse contexto de expansão capitalista. Remetendo a essa situação, dois dos comerciantes entrevistados coincidiram quando mencionaram a empresa Duloren. Segundo os entrevistados, essa marca de roupas íntimas contém peças de melhor qualidade e são muito buscadas pelos consumidores, contudo, a partir da década de 1990, o representante comercial dessa marca passou a estipular o preço atacadista em função do volume de mercadorias adquiridas pelas lojas. Com essa estratégia desigual, grandes

comerciantes poderiam repassar para o consumidor um valor muito mais reduzido, gerando uma progressiva centralização comercial a partir dos anos 1990. Segundo Miranda, esperava-se que o intenso consumo no atacado, vivenciado na década de 1980, ressurgiria com a estabilização econômica do governo FHC, todavia, segundo os entrevistados, os anos 1990 são marcados por um declínio exponencial das vendas no varejo local, que cada vez mais aniquilado pela concorrência.

De um modo geral, o que se observou é que os lojistas e ex-lojistas entrevistados não demonstravam grande otimismo com a lucratividade do comércio para os investidores locais. Eis a razão do saudosismo com os anos 1970 e 1980, período em que a concorrência não demonstrava grande ameaça, época também caracterizada pelo ingresso de uma clientela residente em distritos e cidades circunvizinhas sedenta por consumir num comércio hoje concebido como popular e de menor importância. Amorim chegou a mencionar uma redução em 80% nos lucros em decorrência da chegada de empreendimentos externos e com a ampliação do comércio franquiado à rede atacadista no interior do Estado.

Por essas razões, as transformações na realidade comercial da cidade nessa virada de séculos não são vistas com bons olhos pelos lojistas entrevistados. Há uma sensação de constrangimento promovido pelos amplos prédios preenchidos pelas lojas de capital externo, fato que marginaliza o comércio local, colocando-o numa posição secundária, incapaz de atrair grandes contingentes de consumidores. Ainda que essas transformações hoje forcem os lojistas a se equalizarem às tendências internacionais, que tem afetado todos os ramos da economia, existe uma subvalorização das pequenas lojas, frequentemente vistas como obsoletas e impossibilitadas de acompanharem a sensação metropolitana adquirida no atual contexto de fusões coorporativas e expansão de mega-estabelecimentos comerciais.

Questionamos a todos os entrevistados: “Você me aconselharia iniciar uma atividade comercial hoje?” e a resposta foi categórica para a maioria: “Não”. O pessimismo com o comércio conquistense hoje se dá pela elevada carga tributária, pela grave especulação imobiliária que aumentou por demais o preço do aluguel (pago facilmente por grandes lojas de capital externo) e, principalmente, devido à concorrência com mega-empreendimentos, que tem arrebatado multidões de consumidores através de um meticuloso trabalho de marketing e das imbatíveis condições de venda. Concluem, então, que abrir um novo empreendimento nessas condições se tornou muito arriscado e, por demais, frustrante.

Mais uma vez precisamos salientar que esse pessimismo descrito, bem como as razões para tal, se conecta perfeitamente à dinâmica capitalista vigorante no período ao qual nos referimos. Ora, um governo neoliberal, cimentado por uma carga tributária sufocante para o micro-empresário, favorece o ingresso do capital externo e, consequentemente, corrobora com a concentração de renda que, por resultado, torna as condições de sobrevivência absolutamente desiguais, com o crescimento macrocéfalo de uma economia cada vez mais polarizada e regida pelo gigantismo de poucos. De modo semelhante, a especulação imobiliária apenas contribui para esse processo de exclusão da micro-empresa, pois a lógica é simples e cruel: se há grandes corporações que pagam caro por

instalações amplas no comércio, como resultado, todos os demais devem seguir a tendência de supervalorização imobiliária. A dúbia realidade de expansão e exclusão é, portanto, a máxima do capitalismo nesse início de século XXI.

Nesse cenário de profundas mudanças, a década de 1990 sinalizou para um recrudescimento cada vez maior da desigualdade, com uma exclusão violenta dos investimentos locais e favorecimento extremo dos grandes empreendedores, tudo isso maquiado por uma sensação de prosperidade advinda de um expansionismo concentrador do capital.

À guisa da conclusão

É possível observar que a dinâmica capitalista insinuada pelo atual contexto impactou intimamente o cenário econômico do *lócus* que propomos investigar, redundando num processo acelerado de remodelagens sociais, econômicas e políticas nítidas tanto na configuração espacial urbana, como também nas relações traçadas no cotidiano dos sujeitos.

Embora o discurso embutido na base política do capitalismo flexível aponte para uma maior democratização do consumo e consequente melhoria da qualidade de vida geral, na prática esse *slogan* tem omitido os efeitos mais perniciosos dos novos paradigmas de acumulação. A permissividade dos governos tem gerado um processo desenfreado de expansão das transnacionais, obrigando micro-empreendimentos a recuarem em seus espaços de atuação, cuja identidade parece estar sendo diluída por uma transnacionalização massificada. O posicionamento saudosista dos comerciantes entrevistados demonstra essa sensação de não mais reconhecimento daquele comércio de outrora, cuja dinâmica parecia tão previsível e amigável. Hoje, para aqueles que insistem no comércio, o cenário se demonstra hostil, dilacerado por um estrangeirismo cosmopolita, porém violento em seu poder de persuasão e exclusão.

A realidade antagônica de expansão e exclusão, crescimento e degradação, sofisticação e abandono, parecem coexistir num cenário onde o “novo” e o “velho”, o arrojado e o defasado se hostilizam na tentativa de prevalência num contexto de disputa acirrada. A acumulação flexível agudizou a contradição local, impondo uma “permissividade” econômica – base do Estado neoliberal – capaz de favorecer os grandes conglomerados transnacionais, cujo crescimento se dá pela polarização do consumo e bancarrota dos micro-empreendimentos, hoje higienizados do novo cenário econômico urbano.

Os comerciantes locais, em grande parte, ainda insistem no negócio que possuem, mas demonstram-se constrangidos por um pessimismo paralisante. Estão cientes de que o novo cenário econômico requer investimentos amplos na fachada do estabelecimento, no marketing da empresa, na redução da margem de lucros para dar conta da concorrência; porém são impelidos pela prudência decorrente de suas limitações econômicas. As taxas de juros embutidas nos empréstimos, além da elevação exorbitante do aluguel, as incertezas com um mercado consumidor cada vez mais fugidio, impedem que os comerciantes almejem ter muito além do que hoje possuem.

A incerteza, imposta pela acumulação flexível, ilustrada pela volatilidade do capital e pelas oscilações constantes do sistema econômico, parece ter chegado a

Vitória da Conquista dentro do pacote de mudanças impostas pela transnacionalização da economia. Viver numa cidade de porte mediano, inserida nesse cenário de transformações econômicas dessa conversão de séculos, implica em visualizar uma aparente prosperidade, materializada pelo metropolitanismo esvaziado de sentido, mas capaz de omitir uma perversa exclusão consentida pelos governos na contemporaneidade.

Por essa razão, os anos 1970 e 1980 são apontados, em outros termos, como épocas cujos sonhos ainda subsistiam, cujas possibilidades ainda eram cogitadas. Quando economistas definem a década de 1980 como "década perdida", cabe ponderar que este slogan possui posicionamentos ideológicos que falseiam a totalidade implícita na dinâmica capitalista: "Perdida para quem?". Os índices de crescimento econômico hoje divulgados devem ser, a rigor, relativizados, pois precisam considerar o caráter concentrador dos novos paradigmas de sobrevivência do capital.

Por meio dessa análise, foi possível detectar que as representações concretas dos entrevistados se equalizam às condições materiais de existência que, por efeito, se remodelaram no transcurso do tempo. Falar sobre ter um "negócio próprio" hoje é falar num tom de descrédito, ao passo que, remeter para os "tempos áureos do comércio conquistense", implica numa nostalgia muito atrelada às possibilidades de ascensões significativas do que, até então, não necessitava da nomenclatura "local".

Referências

ALVES, G. **Trabalho e subjetividade: o espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório**. São Paulo: Boitempo, 2011.

ANTUNES, R. **O sistema do metabolismo social do capital e seu sistema de mediações**. In: ____ (org.). Os sentidos do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2001.

AZEVEDO, D. CDL e Banco do Brasil querem facilitar o acesso ao cartão de crédito. **Diário do Sudoeste**. Vitória da Conquista, p. 5, 29 de setembro de 1998.

CASTEL, R. **As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário**. Trad. Iraci Poleti. Petrópolis: Vozes, 1998.

CASTRO, N. A. **Modernização e trabalho no complexo automotivo brasileiro: reestruturação industrial ou japanização de ocasião?** In: _____ (org.). A máquina e o equilibrista: inovações na indústria automobilística brasileira. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. Trad. Silvana Finzi Foá. São Paulo: Xamã, 1996.

CRUZ, P. A dura realidade das nossas cidades. Revista Exame: Editora Abril, 02 de setembro de 2013. Disponível em: http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1048/noticias/a-dura-realidade-das-nossas-cidades?page=1 . Acesso em: 24 de setembro de 2013.

DRUCK, G. **Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios?** Caderno CRH, Salvador, v. 24, n. 01, 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v24nspe1/a04v24nspe1.pdf Acesso em: 27 de setembro de 2013.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Loyola, 1993.

KOSIK, K. **Dialética do concreto**. 2. ed. Trad. Célia Neves e Alderico Toríbio. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

MARX, K. **O Capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MEDEIROS, J. **O Brasil em 10 vocações: cidades médias – aonde o futuro já chegou**. Revista Veja: Editora Abril, 01 de Setembro de 2010.

Recebido em 2014-10-08
Publicado em 2014-04-13