

Mercados populares, fluxos de mercadorias e ilegalismos em Posadas/Argentina

Popular markets, flow of goods, and illegalisms in Posadas / Argentina

Mercados populares, flujo de bienes e ilegalismos en Posadas / Argentina

Eric Gustavo Cardin

<http://orcid.org/0000-0001-7813-5544>

eric_cardin@hotmail.com

Universidade Estadual do Oeste do Paraná, UNIOESTE, Toledo, PR

Resumo: O objetivo do artigo é analisar as relações entre as tentativas de controle da comercialização de mercadorias transportadas e negociadas por trabalhadores que atuam nos mercados populares do município argentino de Posadas/Argentina, explorando as lacunas existentes entre aquilo que é normatizado e aquilo que é executado pelos diferentes agentes envolvidos. Para tanto, foram realizadas observações no Mercado La Placita del Puente e no Mercado Modelo, além de entrevistas com administradores e trabalhadores. Os resultados obtidos demonstram a existência de tensões entre os *puesteros*, as *paseras* e os agentes administrativos, compostas por disputas na manutenção e no desenvolvimento de estratégias que possibilitem as práticas de trabalho necessárias e efetivadas, mas também uma flexibilização na aplicação das leis, que permite a visualização de um espaço onde diferentes agentes se articulam, expondo negociações e resistências.

Palavras-Chave: Fronteira, Paseras, Trabalhadores Populares, Globalização Popular.

Abstract: This paper aims to analyze the relations between attempts to control the commercialization of goods transported and traded by workers in the popular markets of Posadas, Argentina, exploring the gaps between what is standardized and what is carried out by the different agents involved. For this, observations were made in 'Mercado La Placita del Puente' and in 'Mercado Modelo', as well as interviews with managers and workers. The results demonstrate the existence of tensions among 'puesteros', 'paseras' and the administrative agents, composed of disputes in the maintenance and the development of strategies that enable the necessary and effective work practices, but also flexibility in the law application, which allows the visualization of a space where different agents articulate, exposing negotiations and resistances.

Keywords: Border, 'Paseras', Popular Workers, Popular Globalization.

Resumen: El objetivo de este artículo es analizar la relación entre los intentos de controlar la comercialización de las mercancías transportadas y comercializadas por los trabajadores en los mercados populares de Posadas/Argentina, explorando las brechas entre lo que está estandarizado y lo que es ejecutado por los diferentes

agentes involucrados. Para ello, se realizaron observaciones en el Mercado La Placita del Puente y el Mercado Modelo, así como entrevistas con gerentes y trabajadores. Los resultados demuestran la existencia de tensiones entre puesteros, paseras y los agentes administrativos, compuestos por disputas en el mantenimiento y el desarrollo de estrategias que permitan las prácticas laborales necesarias y efectivas, pero también una flexibilización en la aplicación de las leyes, que permita la visualización de un espacio donde se articulan diferentes agentes, exponiendo negociaciones y resistencias.

Palabras Clave: Frontera, Paseras, Trabajadores populares, Globalización Popular.

INTRODUÇÃO

Os mercados populares se apresentam como locais diferenciados em qualquer cidade que possua ao menos um, pois sintetizam um conjunto de aspectos que caracterizam a região onde estão inseridos. Como afirma Medina (2008, p. 192), caminhar em seus corredores nos oferece a “posibilidad de sentir el pulso de una sociedad, de acercarse a sus gentes y a sus productos”. Em grande medida, “los mercados son espacios comerciales de carácter universal. Son lugares donde se compra y se vende en pequeñas cantidades, principalmente alimentos, aunque no únicamente” (Medina, 2008, p. 184). No passado, os mercados populares possuíam uma maior originalidade ao refletir quase que exclusivamente as dinâmicas produtivas locais e o cotidiano dos munícipes, contudo, visualiza-se uma paulatina massificação das práticas e das mercadorias negociadas nas últimas décadas.

Heliana Vargas (2001) afirma que o desenvolvimento das relações comerciais exige o encontro de fluxos, de bens materiais, de mercadorias, de homens e mulheres em um determinado espaço físico, que recebe a denominação de ‘mercado’. Fugindo de uma definição exclusivamente economicista, onde o mercado é entendido como o local das relações de força entre oferta e demanda, partimos de uma perspectiva onde ele corresponde ao “centro natural da vida social” (Braudel, 1985, p. 18). Como demonstram Servilha e Doula (2009, p. 124), os mercados populares:

participam da vida comunitária de populações locais de forma mais complexa do que unicamente através das relações de produção, compra e venda neles encontradas. Compreende-se, nesta ótica, que sua função social e comunitária vai além de suas funções econômicas de escoamento da produção agrícola, artesanal e industrial, o que significa dizer que ali as transações econômicas estão correlacionadas a diversos outros fatores e arranjos socioculturais.

Embora cada mercado popular tenha sua própria história, a origem destes estabelecimentos tende a ser semelhante na maioria dos lugares e pode ser esquematizada basicamente em duas tipologias. Eles são derivados das melhorias na infraestrutura dos antigos centros de abastecimento e das feiras de produtores e artesãos existentes em muitas cidades, ou, por outro lado, são originados de políticas públicas que buscam concentrar os vendedores autônomos e ambulantes em um único local, facilitando a fiscalização e a

cobrança de impostos. Em ambos os casos, aquilo que é negociado possui estreito vínculo com suas respectivas regiões, como por exemplo, artesanato, alimentos típicos, mercadorias industrializadas e manufaturadas produzidas nas redondezas ou que possuem alta circulação nos lugares onde os mercados estão inseridos.

Independentemente de suas trajetórias ou do período de fundação, os mercados populares são repletos de vida, de sons, de aromas, de sotaques e de gostos. Os olhares atentos dos visitantes e dos consumidores se misturam com as falas e as estratégias de venda, que muitas vezes possuem fortes traços culturais. A maneira de conduzir a negociação é amarrada ao contexto econômico e político, com o tipo de mercadoria comercializada, com o *status* jurídico da transação, origens do comprador e do vendedor, da mercadoria, e inúmeras outras questões que fazem com que tais estabelecimentos guardem especificidades, mesmos em períodos de rápida globalização econômica e cultural. Entendendo que o lugar corresponde a uma construção de sentidos possibilitada pelas relações sociais (G.M. Vargas, 2018), torna-se importante analisar o lugar ocupado pelos mercados no cotidiano nas regiões onde se fazem presentes, assim como as estratégias utilizadas durante as negociações.

Esta pesquisa analisou o impacto da construção da Usina de Yacyretá na organização da classe trabalhadora que atua nos mercados populares de Posadas, capital da Província de Misiones, Argentina. Durante o seu desenvolvimento, foram estabelecidos diferentes recortes no intuito de viabilizar a pesquisa de campo e, neste processo, observamos que os investimentos realizados pela hidrelétrica promoveram constantes deslocamentos dos trabalhadores que atuavam nas ruas da cidade. Constatado o problema, iniciamos um processo de imersão nos mercados populares, momento em que outros elementos ganharam destaque, principalmente aqueles vinculados às relações de força estabelecidas no processo de regulamentação das práticas dos trabalhadores.

Realizamos uma pesquisa qualitativa de caráter indutivo, onde as análises realizadas e os conceitos utilizados surgiram a partir do trabalho empírico. Para o levantamento de dados, organizamos um arranjo metodológico composto por quatro estratégias desenvolvidas simultaneamente ao longo do ano de 2016: 1) obtenção de informações oficiais referentes aos processos de desterritorialização e reterritorialização dos trabalhadores¹; 2) realização de vinte entrevistas abertas com trabalhadores que atuam no mercado La Placita del Puente e no Mercado Modelo La Placita; 3) aplicação de duas entrevistas semiestruturadas com os agentes públicos responsáveis pela fiscalização nos mercados; 4) e, por fim, observação de campo, com o intuito de compreender as táticas utilizadas pelos trabalhadores no esforço de se adaptarem e, algumas vezes, resistirem às políticas de normatização executadas pela municipalidade.

O objetivo do texto é apresentar as disputas existentes durante as tentativas de controle da comercialização de mercadorias transportadas e negociadas por trabalhadores,

1 Nesta pesquisa são empregadas as categorias de territorialização, desterritorialização e reterritorialização desenvolvidas por Haesbaert (2011), onde a desterritorialização pode ser entendida como o movimento de abandono de um território ou de desocupação, enquanto reterritorialização consiste no processo de construção espacial e simbólica de outro território. Nas palavras do autor, "en el primer movimiento, los agenciamientos se desterritorializan y en el segundo se reterritorializan como nuevos agenciamientos maquímicos de cuerpos y colectivos de enunciación" (Haesbaert, 2011, p. 106).

explorando as lacunas existentes entre aquilo que é normatizado e aquilo que é executado pelos diferentes agentes envolvidos. Os resultados obtidos demonstram a existência de tensões entre *puesteros*², *paseras*³ e agentes administrativos, compostas por disputas na manutenção e no desenvolvimento de táticas que possibilitem as práticas de trabalho necessárias e efetivadas, mas também uma flexibilização na aplicação das leis, permitindo a visualização de um espaço onde diferentes agentes se articulam entre negociações e resistências.

OS MERCADOS POPULARES EM POSADAS.

A origem do Mercado Modelo La Placita e do Mercado La Placita del Puente é semelhante. Em ambos os casos se constata que a finalidade da construção e da fundação dos estabelecimentos foi abrigar comerciantes que foram sendo desterritorializados durante o desenvolvimento do município de Posadas ao longo de todo século XX e começo do século XXI (Fig. 1). No entanto, há algumas diferenças entre os processos de constituição dos dois mercados populares, derivadas da temporalidade e da espacialidade de cada um deles, mas também do perfil dos primeiros vendedores reterritorializados no interior dos estabelecimentos. Enquanto o primeiro mercado teve sua origem relacionada ao re-manejamento de *puesteros* desalojados da Feria del Norte (demolida em 1962) e de alguns vendedores do Mercado Central (fechado em 1984), o Mercado La Placita del Puente, em grande medida, é derivado das remoções promovidas pelas obras do *Plan de Terminación de Yacyretá* (PTY).

Figura 1: Localização dos mercados populares de Posadas (AR).



Fonte: Open Street Map (2020), adapt. por C.C. Pereira, 2020.

- 2 Vendedores e vendedoras que possuem postos fixos de trabalho.
- 3 Ocupação tradicional, majoritariamente desempenhada por mulheres. No caso estudado, possuem a função de passar mercadorias pela fronteira com o Paraguai para revende-las na Argentina.

Como observa Schiavoni (1993), a história do Mercado Modelo La Placita é estreitamente vinculada as tentativas de controle das práticas das *paseras*, ou seja, das “mujeres paraguayas que traen a vender variadísimos productos, desde alimentos de sus propias explotaciones hasta artículos de contrabando de envergadura” (Schiavoni, 1993, p. 13). Durante o Século XIX, estas trabalhadoras ocupavam a região do porto, nas cercanias do Rio Paraná, mas, em um determinado momento elas foram reterritorializadas na Feria del Norte, ainda sem possuir um espaço pré-determinado. Com a demolição desta feira, os *puesteros* foram deslocados para o Mercado Modelo e as *paseras* ocuparam as imediações do estabelecimento.

No intuito de organizar e disciplinar as atividades desenvolvidas por estas trabalhadoras, a municipalidade as concentrou em uma praça localizada em frente ao mercado, porém não garantiu uma infraestrutura adequada. Somente em 1968, as *paseras* foram levadas para o interior da estrutura existente, mais especificamente para o espaço que ficava entre os blocos do edifício, que, na época, ainda não possuía cobertura. Segundo Schiavoni (1993, p. 31), elas “permanecen allí hasta que se resolvió construir mesas de cemento a los costados de los pasillos, que se transformaron luego en puestos al armarse el tinglado, en 1974”. Pouco depois, elas foram novamente desterritorializadas e reterritorializadas em um beco externo ao mercado, ainda em sua cercania.

A construção do Mercado Modelo foi projetada dentro de uma concepção modernista, contendo dois blocos separados por um vão, que logo recebeu uma cobertura metálica (Fig. 2). Internamente, os comerciantes eram separados de acordo com os produtos que negociavam e havia uma entrada para garantir a circulação dos consumidores e outra para os abastecedores. A laje de concreto armado e o edifício como um todo era sustentado por tubos de cobre, que garantiam a proteção em relação as variações climáticas e fornecia um designer próprio ao mercado. Embora as reformas posteriores tenham modificado esta estrutura, os traços do desenho original ainda podem ser observados. Em meio a isso, a contradição entre o oferecimento de uma estrutura ‘moderna’ com a permanência das práticas tradicionais e desregulamentadas das *paseras* é significativa.

Figura 2: Mercado Modelo La Placita, Posadas (AR)



Neste sentido, o fato de o Mercado Modelo La Placita ter sido tombado como patrimônio cultural durante a década de 1990⁴, não exclui os conflitos existentes entre as trabalhadoras paraguaias e as classes dominantes *posadeñas*. Supostamente, o tombamento não seria resultado do desenho arquitetônico do prédio, mas devido à importância histórica e social que ele possui na organização e no reconhecimento do comércio que era realizado pelas *villenas*. Contudo, partindo das observações realizadas por Schiavoni (1993), entendemos que este ‘reconhecimento’ corresponde a uma tentativa de simular uma harmonia entre as diferentes práticas existentes no comércio da cidade, pois desconsidera que, em alguns momentos, a manutenção do Mercado Modelo foi vinculada a sua capacidade de concentrar as *paseras* em único lugar, evitando que as trabalhadoras ficassem dispersas nas demais ruas da cidade.

Atualmente, o Mercado Modelo possui 255 boxes onde são negociados diferentes tipos de mercadorias, oriundas de outras regiões da Argentina e do Paraguai, trazidas, na maioria dos casos, pelos próprios vendedores. Estes utilizam do espaço por meio de um contrato de comodato de três anos, que pode ser renovado seguidamente. Além disso, conforme foi destacado pelo administrador do mercado, os vendedores ou os *puesteros* pagam exclusivamente os impostos municipais, mas há estudos para iniciar a cobrança de aluguéis referente a utilização dos boxes, visando garantir a manutenção das instalações.

A concentração de vendedores e de mercadorias no mercado, o som alto usado para chamar a atenção de consumidores (fato que é motivo de reclamações de *puesteros* que não compartilham da prática) e o espaço estreito para a circulação entre os boxes alimenta a percepção de que o espaço é muito maior do que aquele imaginado (Fig. 3). De fato, o ambiente do mercado se transforma em um grande balcão de negócios durante o seu cotidiano, onde a antiga divisão dos vendedores por perfil de mercadoria negociada não é observada de imediato e o predomínio de produtos industrializados e manufaturados oriundos do comércio paraguaio ganha destaque.

Figura 3: Corredor interno do Mercado Modelo La Placita, Posadas (AR).



4 Registro del patrimonio cultural de la ciudad de Posadas - Ordenanza N° 46/97

Embora a histórica relação entre as *paseras* e o mercado seja secular e, que devido a isto, o Mercado Modelo seja patrimônio municipal, é ilusório imaginar que a configuração destas relações não tenha sofrido modificações ao longo dos anos. Como nos lembra Medina (2013, p. 187), necessitamos

evitar caer en la trampa de creer que, por mucho que su estructura se haya mantenido socialmente a lo largo del tiempo y hasta nuestros días, los mercados son algo estático, inmóvil. Los mercados, como cualquier construcción cultural humana, están en constante *movimiento*, se transforman a cada momento, respondiendo a nuevos planteamientos y demandas sociales.

Assim, torna-se salutar as observações realizadas por Schiavoni (1993) sobre as transformações nas práticas das *paseras* e nas mercadorias negociadas no Mercado Modelo La Placita. Primeiramente, é importante destacar que as práticas destas trabalhadoras são anteriores a existência dos mercados. Desde o final do século XIX, as *paseras* exerciam o importante papel de trazer e revender em Posadas alimentos produzidos no Paraguai, atendendo principalmente a população com menor poder aquisitivo. As formas de atuação e de organização destas mulheres fugiam do controle estatal e não eram assimiladas ou assumidas pela elite local como típicas de uma região de fronteira, mesmo possuindo importância central no cotidiano local. No caso, é a situação de estar em uma região de fronteira que atribui sentido a existência de ocupações como as desempenhadas pelas *paseras*, pois é através de suas práticas que se fortalecem as relações de interdependência entre os municípios ao garantir a circulação de certas mercadorias, que se modificam historicamente.

Se no passado as *paseras* transportavam e negociavam alimentos e roupas na região do porto e, posteriormente, nas proximidades do Mercado Modelo, com o surgimento e fortalecimento dos supermercados, com as mudanças no mercado paraguaio, no perfil das mercadorias negociadas e do próprio consumidor, o tipo de produto transportado pelas trabalhadoras também se transforma. A ocupação e suas estratégias são articuladas com o seu tempo e com aquilo que é possível dentro de cada contexto. Deste modo, observar e pensar as estratégias desenvolvidas por estas trabalhadoras exige colocar as práticas em seu mundo, que é marcado por rápidas transformações derivadas da relação entre a zona de tributação especial paraguaia e as mudanças urbanas e de infraestrutura nas cidades de Posadas (AR) e Encarnación (PA).

Pintaudi (2006, p. 96), ao sistematizar o desenvolvimento dos mercados populares, chama atenção para as mutações necessárias nestes estabelecimentos para garantir sua funcionalidade nos diferentes momentos históricos. Segundo a autora, a partir do século XIX, é possível visualizar o surgimento de estruturas físicas permanentes devido à novas tecnologias utilizadas nas construções, ao fortalecimento da cadeia entre comerciantes, produtores e consumidores e também a uma nova concepção de espaço urbano originada do fortalecimento econômico e político da burguesia. Durante o século XX, com o aparecimento de novas formas de comercialização (supermercados e *shoppings*, por exemplo), os mercados populares foram perdendo importância como entrepostos comerciais. Neste

contexto, a possibilidade de manter sua própria existência encontra-se vinculada com a sua capacidade de se reinventar, exercendo funções mais articuladas com o contexto em que está inserido.

O Mercado La Placita del Puente tem sua origem mais diretamente vinculada ao período de reorganização das vias públicas de Posadas, tema discutido de forma mais ampla por Brites (2015). Conversando⁵ com alguns vendedores/ proprietários/ distribuidores que trabalham no mercado constata-se a existência de trajetórias espaciais marcadas por várias desterritorializações, diretamente relacionadas ao avanço das obras do *Plan de Terminación de Yacyretá* (PTY). Benitez, por exemplo, comenta que trabalhou mais de 20 anos como *mesitero*⁶ e que ao longo deste período precisou mudar quatro vezes até se instalar no mercado. A mesma situação foi descrita por Cantero, que afirmou ter mudado cinco vezes, sempre acompanhando o processo de construção da *costanera*.

O PTY foi elaborado pela Entidade Binacional Yacyretá (EBY) com o objetivo de elevar o nível da água do Complexo Hidrelétrico Yacyretá para maximizar o reservatório e atingir sua cota máxima, garantindo a produção da energia elétrica prevista no projeto. Para tanto, o plano exigiu liberar áreas que seriam inundadas e o desenvolvimento de políticas de mitigação dos efeitos nas pessoas e no meio ambiente, exigindo obras de infraestrutura e a recomposição urbana das cidades afetadas. Em grande medida, as *paseras* e os *mesiteros* concentravam suas atividades nas cercanias do rio e foram atingidas(os) diretamente durante a construção da estrutura de *defesa costera*. Assim, conforme as obras foram sendo desenvolvidas, os trabalhadores se deslocavam em busca de outras regiões para a manutenção de suas práticas, migrando durante todo o período de execução do PTY até que foram alojados definitivamente no Mercado La Placita del Puente (Fig. 4).

Os vendedores que contribuíram, conversando sobre o tema, são unânimes em afirmar que estes deslocamentos afetaram diretamente as vendas, pois não havia tempo suficiente para garantir a formação de uma nova clientela. No entanto, após alguns anos na nova instalação, os negócios gradativamente estavam melhorando. Todos destacaram que a mudança para o mercado foi benéfica, pois garantiu maior segurança e higiene, além de proteção em relação ao clima, já que deixaram de ficar expostos ao sol e a chuva. Embora estes vendedores reterritorializados pela municipalidade no interior do mercado sejam considerados proprietários de seus respectivos boxes, contratualmente eles estariam proibidos de vender ou alugar seus espaços.

5 A pesquisa de campo realizada foi marcada por duas estratégias para obtenção de informação, estratégias similares as desenvolvidas ao longo dos estudos realizados sobre redes informais que desenvolvem práticas irregulares (Cardin, 2015). Em um primeiro momento, dentro de uma concepção etnográfica, as relações com os diferentes sujeitos pesquisados necessita ser experienciada e observada, ou seja, buscamos desenvolver uma observação participante no campo. Uma consequência desta primeira estratégia é a condução das 'entrevistas' de maneira coloquial, buscando o estabelecimento de uma relação de poder mais horizontal na condução do diálogo. Por isso, preferimos pensar o momento de entrevista como um momento de conversa. Como destacamos em outro momento (Cardin, 2009), a entrevista, por ser um ritual formal, envolve uma relação de poder vertical e dedutiva, onde o 'entrevistado' é enquadrado em caixas. A conversa se apresenta de modo distinto, pois não conversamos com quem não deseja conversar. Conversar parte de um pressuposto dialético democrático, onde pesquisador e pesquisado possuem algo a dizer.

6 *Mesiteros* correspondem aos camelôs paraguaios, sendo que o termo faz referência as *mesitas*, pequenas mesas utilizadas pelos vendedores das vias públicas para expor as mercadorias (Rabossi, 2004).

Figura 4: Mercado Placita del Puente, Posadas (AR).



Contudo, negociar o box não é algo raro de ocorrer. Nas conversas realizadas neste mercado, os interlocutores afirmaram que conheciam casos de pessoas que alugavam ou vendiam informalmente seus espaços, mas que isso não se aplicaria a situação deles. Entrevistando⁷ um funcionário da administração do Mercado La Placita del Puente, que propositalmente omitimos o nome, este informou que tal prática é comum e que a municipalidade estava buscando formas de controlá-la. Esta situação apresenta silêncios repletos de conteúdos e falas repletas de múltiplos sentidos, algo que, como veremos adiante, se torna comum ao analisarmos a relação dos vendedores com os dispositivos de fiscalização e controle.

OS TRABALHADORES E AS ESTRATÉGIAS DE VENDA

As mercadorias negociadas em ambos os mercados caminham para uma homogeneização. No primeiro caso observa-se que a construção do Mercado Modelo tinha como uma de suas finalidades normatizar e disciplinar as práticas das antigas *paseras*, que eram responsáveis pela venda de alimentos produzidos no Paraguai. Contudo, com o passar dos anos os vendedores com maior capital foram se assentando no interior do mercado, revendendo produtos de maior valor agregado e excluindo as antigas trabalhadoras e os seus produtos típicos para regiões marginais ao estabelecimento. Com isso, paulatinamente, a imagem que se obtêm de uma visita aos boxes do Mercado Modelo é de um conjunto de recintos que negociam diferentes produtos têxteis, mesclado com um contingente cada vez maior de vitrines e balcões que expõem eletroeletrônicos.

Imagem semelhante também é captada ao caminharmos nos corredores do Mercado La Placita del Puente, onde o predomínio de roupas, mantas, brinquedos, máquinas fotográficas digitais e acessórios de computador é evidente. Curiosamente, as narrativas

⁷ Diferentemente dos vendedores, por serem servidores públicos e responderem pelos estabelecimentos, os dois administradores dos mercados estudados foram entrevistados por meio da aplicação de um questionário semiestruturado.

recolhidas neste mercado apontam que os vendedores atualmente estabelecidos no mercado trabalhavam com uma maior diversidade de produtos antes de se fixarem. Neste sentido, foi comum o relato de que no passado negociavam alimentos, verduras, bebidas e, em menor quantidade, mercadorias industrializadas, mas que agora estas tinham maior espaço em seus negócios. Para os trabalhadores a justificativa para a inversão é simples e está concentrada na capacidade de retorno financeiro de cada produto.

Além dos custos fixos de manutenção dos boxes, trabalhar em qualquer um dos mercados exige o pagamento de tributos, o que inevitavelmente incidirá na receita final. Deste modo, o equilíbrio entre a entrada e a saída de dinheiro requer a venda de produtos que possam garantir uma boa relação de custo/benefício, enfim, produtos que ao serem revendidos possibilitem uma margem maior de lucro. Neste contexto, a venda de alimentos ou de artigos típicos se torna menos compensatória, pois é preciso vender uma quantidade muito grande para se obter o mesmo retorno obtido com a negociação de poucos manufaturados importados. A consequência deste cálculo é a padronização dos itens negociados e a exclusão dos vendedores que não possuem capital para investir em mercadorias de maior valor agregado.

No entanto, indo além, encontra-se a necessidade de se adequar as relações comerciais contemporâneas. Como destaca Pintaudi (2006, p.93), “o mercado é um lugar de troca, de circulação e a facilidade de acesso viário para o abastecimento, que mantém sua função viva, implica uma estratégia espacial. Quando esta tática deixa de funcionar, torna-se impossível manter a função no lugar”. Diante disso, a autora destaca que “os mercados que deixam de ser funcionais desaparecem da paisagem. Estamos diante do consumo do espaço” (Pintaudi, 2006, p. 98).

Existem estratégias utilizadas pelos vendedores que possibilitam a manutenção e a lucratividade dos boxes mesmo sem os recursos necessários para um investimento inicial em um estoque que exija uma maior soma de capital. A primeira estratégia é a busca de um melhor fornecedor, ou seja, alguém que garanta um bom produto com preço acessível, entendendo este bom produto como aquele portador de uma marca popular, “famosa”. A segunda estratégia é eliminar o custo do distribuidor e diminuir as despesas com transporte, o que envolve ir pessoalmente buscar a mercadoria que será negociada, seja no Paraguai, no Brasil ou em próprio território argentino. A terceira estratégia é negociar com o cliente, trabalhando com a margem de lucro e desenvolvendo “vendas casadas”. A quarta estratégia envolve o estabelecimento de acordos informais entre os vendedores para evitar o “roubo” do cliente e possibilitar a complementação de estoque em casos de urgência. Por fim, a quinta estratégia é não expor toda a mercadoria que pode ser negociada.

Algumas destas estratégias podem ser comuns a qualquer outra empresa que trabalha com venda no varejo, pois se resumem na busca de fornecedores e de formas de abastecimento que diminuam o custo final do produto. Em alguns casos, este processo consolida uma figura tripartite e indissociável, onde o proprietário ou o inquilino do box também é o vendedor e o responsável pela reposição das mercadorias. Nesta situação, observa-se que a terceirização de qualquer uma das etapas do circuito das mercadorias pode representar uma diminuição das vendas, pois exigiria que o valor pago ao terceiro

fosse inserido diretamente no valor final do produto, aumentando o preço que chegaria ao consumidor/cliente.

Em linhas gerais, os comerciantes tentam “*segurar o cliente*” abaixando os preços dos produtos e, conseqüentemente, diminuindo a lucratividade. Muitas vezes o dinheiro que é “*perdido*” nestes descontos é recompensado pela venda conjunta de uma outra mercadoria que possuiria uma margem de lucro maior. Assim, as coisas ficariam supostamente “*iguais*” quando o vendedor ganharia de um lado e o consumidor de outro. Este esforço em não “*perder o cliente*” envolve dois outros aspectos. O primeiro deles é a existência de uma espécie de ‘moral’ que impede que um vendedor “*atravesse*” a venda do outro. Em outras palavras, um vendedor não oferece seu serviço, enquanto o consumidor estiver sendo atendido e negociando com um outro comerciante. O segundo aspecto é a existência de uma “*ajuda*” entre os vendedores por meio da troca de mercadorias e até mesmo por “*empréstimos*” quando algum produto que está sendo negociado encontra-se momentaneamente em falta. Aspectos similares foram observados por Rabossi (2004) no momento em que estudou a atuação dos trabalhadores informais que atuam nas ruas de Ciudad del Este, no Paraguai.

Rabossi (2004) destaca que, embora a venda ambulante tenha sido perseguida e regulamentada ao longo do desenvolvimento de Ciudad del Este, as práticas dos vendedores dificilmente são enquadradas dentro daquilo que é definido nas posturas municipais, pois os trabalhadores cotidianamente desenvolvem estratégias e relações de socialidade próprias, onde a solidariedade com os companheiros que também estão atuando nas ruas se destaca, como, por exemplo, nos critérios para definir os preços das mercadorias e no respeito a negociação que está sendo realizada pelo outro.

A quinta e última estratégia destaca-se dentre as demais por envolver formas de venda, busca por uma maior lucratividade do ponto de trabalho e, ao mesmo tempo, uma forma de resistência em relação aos dispositivos estatais de fiscalização. Em ambos os mercados estudados, os produtos comercializados precisam ter “*procedência*”, ou seja, necessitam ter o devido documento que comprove a origem legal do produto, como, por exemplo, uma nota fiscal. No entanto, muito daquilo que é vendido em Encarnación, no Paraguai entra em Posadas para ser revendido em território argentino sem o pagamento dos impostos de importação. Desta forma, estas mercadorias, legalmente, não poderiam ser expostas e negociadas nos mercados populares.

No entanto, a pesquisa de campo demonstra que não é exatamente isso que ocorre. Inúmeros produtos importados são disponibilizados, normalmente mercadorias de menor valor econômico, mas uma outra quantidade, que não se encontra exposta, pode ser obtida. Depois de caminhar e pesquisar nos dois mercados, simulei o interesse em adquirir um modelo de câmera digital que não tinha visualizado em nenhum dos boxes. Solicitando o produto a diferentes vendedores, constatei a existência de algumas práticas para solucionar a situação que criei: primeiramente os vendedores verificam nos outros boxes se nenhum outro comerciante possui o produto solicitado; segundo, verificam no estoque externo ao mercado a existência do produto; e, por fim, se disponibilizam a buscar a mercadoria no Paraguai.

Esta “experiência” sintetiza alguns pontos: 1º) a existência de elementos objetivos para a escolha de quais mercadorias podem ser expostas, como, por exemplo, a falta de capital inicial para a aquisição do produto ou o risco de ter o mesmo apreendido; 2º) a falta do produto não significa que este esteja indisponível, mas que, devido ao valor necessário para ele ser disponibilizado em pronta entrega ou devido a insegurança em expor um produto não regularizado no mercado, ele não se encontra em exibição; 3º) embora estejamos falando de mercado e supostamente da existência de uma concorrência que esta condição pressupõe, as situações vivenciadas possibilitam afirmar que a forma em que as relações comerciais são estabelecidas no mercado fortalecem redes sociais que possibilitam a manutenção das práticas executadas.

A resposta fornecida por um vendedor sobre a ausência de uma mercadoria muitas vezes é seguida de um silêncio que aguarda o consumidor perguntar sobre outros meios de conseguir o produto. O silêncio sinaliza para a existência de caminhos, que podem ser abertos ou não. Aqui caberia uma discussão sobre as relações ‘face a face’ que, de alguma maneira, conduzem as relações que vão sendo construídas entre vendedores e consumidores. No entanto, agora nos cabe apenas falar que, embora tais relações aparentam estar cheias de sutilezas, tais práticas não são secretas e muito menos de desconhecimento público, já que os mercados populares de Posadas são administrados pela própria municipalidade.

Neste contexto, fica explícito que as relações existentes no interior dos mercados não se restringem simplesmente ao comércio de produtos oriundos da zona franca de Encarnación. A forma com que os vínculos entre os diferentes agentes se desenvolvem expressa a presença de *mercadorias políticas* (Misse, 2014), ou seja, de negociações ilícitas, no caso representadas pela negociação de produtos contrabandeados de maneira consentida por agentes da municipalidade. A suposta tolerância dos dispositivos de fiscalização, justificada pela historicidade das práticas das *paseras* ou pela desigualdade econômica, objetivamente mantém as dinâmicas e os antagonismos sociais e políticos, pois aproxima os trabalhadores envolvidos nos mercados populares a uma região de influência dos agentes do Estado.

OS MERCADOS E A MUNICIPALIDADE

A situação vivenciada nos mercados de Posadas sinaliza para a existência de um lugar caracterizado por relações amorfas e até mesmo obscuras. Na grande maioria dos municípios se visualiza a existência de dois tipos distintos de mercados: os mercados populares de caráter privado, como é o caso das galerias existentes na 25 de Março em São Paulo ou nas inúmeras ‘Feiras do Paraguai’ existentes no Brasil; e os mercados populares de caráter público, onde a gestão tende a ser da municipalidade, como é observado em uma infinidade de mercados municipais e públicos existentes em todo mundo. A diferença entre eles é facilmente verificada. Enquanto nos primeiros a administração é privada, sendo comum a cobrança de aluguéis e luvas para a utilização dos espaços e uma presença ocasional dos dispositivos de fiscalização, nos mercados públicos os espaços são fornecidos

para os interessados via licitação ou comodato e as práticas realizadas são mais normatizadas, já que a responsabilidade pelo funcionamento do mercado é estatal.

Outra diferença fundamental está no tipo de mercadoria comercializada em cada tipo de mercado. Enquanto nos mercados privados existe uma maior liberdade em relação aquilo que é negociado e, por isso, se torna comum a revenda de produtos piratas e de mercadorias que não possuem origem declarada, os mercados públicos ou municipais tendem a ter um maior controle naquilo que é disponibilizado, já que os dispositivos de fiscalização e controle estão mais presentes. Deste modo, neste segundo tipo de estabelecimento prevalece a venda de artesanato e de produtos alimentares frescos, oriundos dos produtores locais. Os mercados estudados em Posadas compõem uma mescla destas duas experiências, já que disponibiliza produtos de perfil e de origem diversas ao mesmo tempo em que possuem uma gestão pública.

Neste contexto, não é possível eliminar ou dissimular a inquietação referente a esta questão. Nos dois mercados estudados, administrados por gestores da municipalidade, a administração direta dos mercados mude conforme ocorra alternância na gestão do governo municipal. Deste modo, os *puesteros* e as *paseras* não possuem uma participação direta ou decisiva na escolha dos responsáveis pelos estabelecimentos, fazendo com que a cada nova eleição para *intendente*⁸ assumam um novo administrador no mercado. Contudo, isso não quer dizer que não exista diálogo entre os vendedores e estes administradores. Pelo contrário, a pesquisa de campo demonstrou a existência de relações estreitas entre estes agentes. Na entrevista realizada com o administrador do Mercado Modelo, foi observado a existência de reuniões periódicas com os vendedores para avaliar as necessidades e estabelecer objetivos ou metas. Também se observou que, no interior da função que desempenha, muitas vezes ele se torna responsável por resolver conflitos entre os próprios trabalhadores. Embora tais elementos não tivessem sido levantados no Mercado La Placita del Puente, durante o período em que fizemos o trabalho de campo, ao conversar com um de seus administradores, também constatamos uma relação muito próxima do funcionário da municipalidade com os *puesteros*, constatada nos inúmeros diálogos estabelecidos entre eles sobre as relações cotidianas dos trabalhadores e sobre a Agência Federal de Ingresos Públicos (AFIP)⁹.

A situação de proximidade destes agentes reforça a contradição entre a coexistência de um mercado público, administrado pela municipalidade, e a revenda, em seu interior, de mercadorias oriundas do contrabando. Caminhando entre os boxes do Mercado La Placita del Puente, acompanhado pelo representante da municipalidade, visualizamos inúmeras mercadorias manufaturadas e industrializadas, sendo que muitas delas tinham origem provável o Paraguai. Entre bugigangas de diferentes tipos, destacavam-se eletroeletrônicos e até mesmo um ar-condicionado. Enquanto buscávamos um melhor lugar para conversar, o gestor afirmou que era possível adquirir até mesmo televisores no interior do mercado. Tais observações visam apenas sinalizar algo que parece ser óbvio, a

8 Correspondente à função do prefeito no Brasil.

9 Agência federal paraguaia responsável pelo recolhimento de impostos, desempenhando papel similar a Receita Federal do Brasil.

administração pública tem conhecimento daquilo que ocorre no interior dos mercados e, de alguma maneira, precisa se relacionar com isso.

Assim, se expressa um problema, pois, supostamente, esta contradição é o reflexo da tolerância municipal em relação a uma prática que juridicamente seria ilegal. Neste contexto, um dos mecanismos utilizados pela administração para, no mínimo, atenuar a situação se encontra no discurso que diminui o tamanho do problema ao relativizar durante as narrativas o número de boxes que venderiam mercadorias oriundas do Paraguai e ao destacar, de uma maneira geral, outras procedências das mercadorias negociadas no estabelecimento. Ambos os administradores, quando questionados sobre a origem das mercadorias, valorizam a possibilidade de elas serem de Buenos Aires, da Bolívia, do Brasil e, em menor escala, do Paraguai, tentando transparecer que o contrabando seria uma prática apenas residual.

Outro mecanismo visualizado nas entrevistas com os gestores dos mercados é o reconhecimento que as práticas desenvolvidas pelas *paseras* e pelos *puesteros* são históricas, fortalecidas pelo descontrole de gestões passadas. O servidor municipal que atua na gestão do Mercado La Placita del Puente, quando questionado sobre a tolerância da municipalidade no que diz respeito a venda de produtos oriundos do Paraguai, afirmou que isso deverá mudar. Segundo ele, *“a intenção da municipalidade é eliminar estas práticas do mercado de uma maneira gradativa, já que tais práticas eram aceitas em gestões passadas”*. Por outro lado, o administrador do Mercado Modelo, comentou que acreditava na existência de um projeto para controlar as mercadorias vendidas, mas que não poderia confirmar a existência de tal política.

A relação entre os *puesteros*, *paseras* e dispositivos públicos de administração e controle é volátil. Durante a pesquisa, um dos administradores chamou a atenção para o fato dos trabalhadores estarem com receio de minha presença no interior do mercado, pois no mesmo período em que eu estava fazendo o estudo, a AFIP e os demais dispositivos de fiscalização e controle estavam apreendendo muitas mercadorias. Segundo o interlocutor, a polícia estava vigiando os vendedores e os acompanhando até as casas próximas onde as mercadorias são estocadas, chegando nestes locais apreendiam tudo, obrigando os trabalhadores a recomeçarem a aquisição de mercadorias. A insegurança originada desta circunstância, de alguma maneira, possui importante papel na condução da pesquisa.

Durante as conversas estabelecidas, os *puesteros* não são precisos quando falam sobre as mercadorias que negociam, pois temem serem denunciados. Da mesma forma, não admitem publicamente a existência da possibilidade de revender ou alugar os boxes, embora isso seja de conhecimento da municipalidade. No entanto, estas informações surgem durante as negociações de produtos ou no decorrer dos diálogos, quando as dúvidas sobre a minha presença vão sendo desfeitas. Independente disso, o silêncio inicial e os olhares desconfiados foram mais reveladores. Como foi afirmado, estudando tais práticas observa-se que muitas vezes o silêncio possui mais significado do que as falas e, por outro lado, estas podem simplesmente levantar uma névoa para encobrir aspectos da realidade social.

Refletindo sobre a experiência no campo e dialogando com as observações de Renoldi (2015), constata-se que os dispositivos estatais que controlam as fronteiras e a circulação do contrabando em Posadas são importantes não apenas por determinar as mercadorias que possuem a revenda proibida, mas por gerar um mercado informal e lucrativo para tais mercadorias. A venda ilegal de produtos oriundos do Paraguai se desenvolve entre dispositivos legais, pois ocorrem e são viabilizadas dentro de um mercado público, administrado pela municipalidade, promovendo uma situação de simbiose em que a separação destas dimensões se torna complexa. As práticas de *puesteros* e *paseras* possuem importância histórica na região e assumem papel relevante na economia local, seja por meio da renda possibilitada, seja por meio do abastecimento e democratização de acesso a determinados bens de consumo, cumprindo um papel importante naquilo que Ribeiro (2010) denomina de globalização popular.

A lei que estabelece o perfil das mercadorias que podem circular encontra sua legitimidade e autoridade na estrutura e na representação do Estado de direito, o que automaticamente criminalizaria um conjunto de práticas e de mercadorias que não se enquadrariam naquilo que é previsto. Contudo, há situações em que as supostas práticas ilegais se associam a um conjunto de situações históricas e sociais que, mesmo sendo juridicamente ilegais, possibilitam que as mesmas se esquivem das possíveis punições ou penalidades. Indo além, por meio da utilização de estratégias que não são cabíveis de punição ou são explicitamente aceitas social e juridicamente, os trabalhadores fomentam um espaço de manobra onde desenvolvem seus usos e costumes, independente dos dispositivos jurídicos.

Hirata (2014, p. 101) aponta que os ilegalismos não são disfunções ou exceções do corpo jurídico, mas parte constitutiva do governo e destaca que a abordagem histórica demonstra “que ordem e desordem são domínios que variam no tempo e são construídos a partir de um jogo de forças parciais em um campo conflitivo”. Neste sentido, aquilo que antes foi indicado como uma suposta tolerância da municipalidade em relação as práticas das *paseras* e dos *puesteros* pode ser pensada como uma estratégia de poder ao garantir sustentação política para as diferentes gestões municipais, a manutenção de um espaço de autonomia econômica para a população pobre e, ao mesmo tempo, uma aproximação dos trabalhadores a zona de controle dos dispositivos de fiscalização, mesmo que isso não corresponda efetivamente a um aumento da intervenção governamental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para finalizar, observa-se que o Mercado Modelo La Placita e o Mercado La Placita del Puente possuem histórias que se confundem com a história do próprio município. Em grande medida, a cidade possui uma íntima relação com todo o processo de circulação de pessoas e mercadorias na região de Misiones desde no mínimo o século XIX, circulação que nunca separou de maneira estanque práticas legais e ilegais. Neste contexto, os mercados tratam, antes de mais nada, em tentativas dos dispositivos do Estado em organizar e, em

certa medida, controlar tais práticas, mas sem necessariamente extingui-las, já que são históricas e intimamente vinculadas aos usos e costumes locais. A síntese ou a explicitação maior disso encontra-se no fato dos ilegalismos ocorrerem em um estabelecimento com gestão municipal.

Todavia, a importância dos mercados não se restringe ao papel que um dia tiveram no passado ou na manutenção de modos de viver, mas nas posições que assumem nas dinâmicas das regiões onde estão inseridos. Neste sentido, Medina (2013, p. 185) chama a atenção para “la importancia de los mercados en relación con los barrios o áreas urbanas en los que se insertan es fundamental, y en determinados casos cuesta imaginar incluso los unos sin los otros”. Tal importância não é apenas estética, pois está vinculada a função estratégica que tais estabelecimentos desempenham na definição dos frequentadores da região, na circulação de capital que possibilitam e no lugar que se colocam no circuito das mercadorias, inserindo-se em redes comerciais e de trabalho que ultrapassam a simples imagem de um posto de revenda.

Como não bastasse, embora ainda não fosse explorado, os mercados também se colocam dentro de um processo mais amplo de globalização. Em primeiro lugar, devido à importância histórica referida e a possibilidade de emanar elementos que caracterizam o lugar onde estão, cada vez mais o Mercado Modelo e o Mercado La Placita del Puente vão acompanhando uma tendência mundial de turistificação. Em outras palavras, os mercados públicos, de uma maneira geral, estão ganhando maior visibilidade ao se tornarem atração turística, fenômeno que é comum em inúmeros mercados da América Latina e na Europa, como são os casos dos mercados abertos de Albert Cuyp em Amsterdam (Holanda) e do mercado de peixes de Vieux Port em Marsella (França), ou dos mercados fechados/cobertos como os casos do Mercado Municipal de São Paulo e de Florianópolis, localizados no Brasil, de Sant Antoni em Barcelona (Espanha), Központi Vásárcsarnok em Budapeste (Hungria), Rijeka na Croácia e de San Telmo, em Buenos Aires (Argentina).

Outro aspecto desta inserção em processos globais, encontra-se vinculado ao papel que muitos mercados populares, não necessariamente públicos, estão adquirindo na circulação de mercadorias globais e com isso na padronização de determinados usos e costumes. Segundo Ribeiro (2010, p. 21), existe “uma globalização econômica não hegemônica formada por mercados populares e fluxos de comércio que são, em grande medida, animados por gente do povo e não por representantes das elites”. Na maioria das vezes “suas atividades são consideradas ilegais” e “ilegítimas do ponto de vista dos poderosos, que as combatem em nome da legalidade” (Ribeiro, 2010, p. 22). Entretanto, as redes de comércio da globalização não hegemônica ampliam as possibilidades de produção, circulação e distribuição de mercadorias, possibilitando a inserção de uma imensa massa populacional no mundo do consumo.

Olhando para o passado dos mercados *posadeños* ou para o presente dos mesmos, observa-se que o vínculo entre o legal e o ilegal é cotidiano, questionando a possibilidade de pensarmos e experimentarmos tais realidades forçando uma ruptura em tais dimensões. Como observamos em outro momento (Cardin, 2015), o processo de expansão do capital sempre dependeu da articulação ou do estreito vínculo entre práticas juridicamente

aceitas com outras reprovadas legalmente, mas que, muitas vezes, são aceitas socialmente. Se, em determinado momento, a ausência de dispositivos estatais de controle possibilita o fortalecimento dos ilegalismos, em outras situações, quando tais dispositivos ganham corpo, muitas práticas consideradas ilegais se articulam com outras regulamentadas para continuarem existindo.

Não suficiente, há ainda a possibilidade das condutas criminalizadas serem apreendidas e utilizadas pelo Estado no intuito de cobrir suas próprias deficiências, quando este, por exemplo, interpreta a prática informal como um resíduo do mal funcionamento do livre mercado e justifica a tolerância dos dispositivos de fiscalização em relação as práticas das *paseras* ou dos *puesteros* por entender que tais ocupações são necessárias devido ao baixo desenvolvimento econômico da região. Embora existam incertezas sobre o lugar e sobre o projeto que os mercados possam ter no futuro de Posadas, a médio e a longo prazo, com certeza isso não fugirá da história local e do contexto econômico e político que se apresenta. Como afirmamos, inevitavelmente, os mercados refletem as dinâmicas do município onde estão.

REFERÊNCIAS

- Braudel, Fernand (1985). *Os jogos das trocas: civilização material, economia e capitalismo, séculos XV-XVIII*. Lisboa: Cosmos. v.2.
- Brites, Walter Fernando (2015). Obras de infraestructura y cambios en el entorno urbano. Acerca del avance de la ciudad legal sobre asentamientos informales. *Urbano*, 18(32): 6-15.
- Cardin, Eric Gustavo (2009). História Oral. Conversas Qualificadas e o Mundo dos Trabalhadores. *História na Fronteira*, 2:7-21.
- Cardin, Eric Gustavo (2015). *A expansão do capital e as dinâmicas das fronteiras*. Jundiaí: Paco.
- Haesbaert, Rogério (2011). *El mito de la desterritorialización: del fin de los territorios a la multiterritorialidad*. Cidade do México: Siglo XXI.
- Hirata, Daniel (2014). Ilegalismos. In R.S. de Lima, J.L. Ratton, & R.G. de Azevedo (Orgs). *Crime, polícia e justiça no Brasil*. (pp. 97-104). São Paulo: Contexto.
- Medina, Francisco Xavier (2008). Mercados urbanos en Europa: Patrimonio y promoción turística. In: M.A. Marquez, & F.X. Medina (Orgs). *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. (pp. 207-220). Barcelona: Icaria.
- Medina, Francisco Xavier (2013). Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas. Análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapeste, Buenos Aires). *Zainak*, 36:183-200.
- Misse, Michel (2014). Mercadorias Políticas. In R.S. de Lima, J.L. Ratton, & R.G. de Azevedo (Orgs). *Crime, polícia e justiça no Brasil*. (pp.198-203). São Paulo: Contexto.
- Pintaudi, Silvana Maria (2006). Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Cidades*, 3(5):81-100.
- Rabossi, Fernando (2004). *Nas ruas de Ciudad del Este: vidas e vendas num mercado de fronteira*. (Tese de Doutorado em Antropologia). Museu Nacional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Recuperado de <http://unbral.nuvem.ufrgs.br/portal/items/show/33>
- Renoldi, Brígida (2015). Estados posibles: travesías, ilegalismos y controles en la triple frontera. *Etnográfica*, 19(3). Recuperado de <http://etnografica.revues.org/4049>

Ribeiro, Gustavo Lins (2010). A globalização popular e o sistema mundial não hegemônico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 25(74):21-38.

Servilha, Mateus de Moraes, & Doula, Sheila Maria (2009). O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras. *Revista Faz Ciência*, 11(13):123-142.

Schiavoni, Lúcia (1993). *Pesadas cargas, frágeis pasos: transacciones comerciales en un mercado de frontera*. Posadas: UNAM.

Vargas, Glória Maria (2018). Em busca sentido do lugar. *Caminhos de Geografia*, 19(65):328-338.

Vargas, Heliana (2001). *Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. São Paulo: SENAC.

Data de submissão: 20/nov./2019

Data de aceite: 17/set./2020