



## VENDO A CHINA: EDUCAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO INFORMAL

Rodolfo Polzin Rondon  
rodolfo@rodolfopolzin.com  
Universidade Federal de Mato Grosso

ISSN 2316-6479

### Resumo

O presente trabalho tem início nas escadarias dos *shoppings* de Ciudad Del Este, cidade paraguaia, elo da América do Sul com a China. Essa cidade integra uma grande rede de circulação de mercadorias globalizadas, vulgo *Made in China*, das quais trataremos em detalhes nas páginas que seguem. Essas mercadorias circulam por entre o globo e integram culturas geograficamente distantes, compõem paisagens visuais, compõem visualidades. Através das práticas de comercialização, identificamos processos de educação informal, como as próprias mercadorias. É na intersecção desses pontos que pretendemos, minimamente, discutir as práticas populares na comercialização dos produtos *Made in China*.

**Palavras-chave:** Multiculturalismo; Mercadorias; Práticas Populares.

### Abstract


This work begins on the steps of the malls in Ciudad del Este, the Paraguayan city, link South America with China. This town is part of a large network of globalized movement of goods, aka *Made in China*, of which deal in detail in the following pages. These goods move through the world and integrate geographically distant cultures, compose visual landscapes, compose visualities. Through the marketing practices, identify processes of informal education as the goods themselves. It is at the intersection of these points we want to, minimally, discuss popular practices in the marketing of products *Made in China*.

**Keywords:** Multiculturalism; Goods; Popular Practice.

### O capitalismo chinês no mundo

A China, em sua história milenar, experimentou diversos tipos de gestão, diversas maneiras de produção que, entre erros e acertos, contribuíram para torná-la o mais espetacular caso de reestruturação econômica da história. Graças à disciplina culturalmente estabelecida, com jornadas de trabalho exorbitantes e um grande regime de controle sobre a produção, a China prosperou, sobre o suor de seu povo, sobre a disciplina oriental, tão diferente da disciplina ocidental.

A abertura do país à globalização e as regras de mercado fizeram com que ocupassem lugar de destaque na produção e circulação de mercadorias em escala global. As reformas começaram com a extinção do regime de comunas agrícolas e a permissão de cultivo de pedaços de terra de maneira individual



e venda de parte da colheita a preço de mercado. Essa mudança permitiu um rápido aumento na produção e melhora na vida dos camponeses.

No começo da década de 1980, são instituídas as Zonas Econômicas Especiais (ZEE) que concediam incentivos fiscais para investimentos estrangeiros e possuíam relações trabalhistas mais flexíveis. Voltadas à exportação, as ZEE foram criadas em pontos estratégicos da China, em sua maioria perto da capitalista Hong Kong e, com o sucesso, se espalharam pelo restante do país. Fora dessas zonas as famílias começaram a abrir pequenos negócios, aproveitando a liberdade concedida pelo Estado.

Com essas reformas a paisagem da China mudou e impulsionou um rápido crescimento econômico para o país. Por todos os lados havia obras de infraestrutura preparando as cidades para sua urbanização. Ao mesmo tempo, os jovens degradados no período da Revolução Cultural retornavam gradativamente para as cidades, retomando seus estudos. Para atendê-los e compreendendo a necessidade de mão de obra cada vez mais qualificada, os governantes fizeram maciços investimentos na educação (básica e superior), abrindo as portas das universidades. A educação, que até a década de 1980 era um privilégio de poucos no país, voltava a atender as maiorias.

Deng Xiaoping<sup>1</sup> visitou diversos países do ocidente (como EUA, Europa Ocidental e Sudeste Asiático) e ainda restituiu relações com o Japão, superando as feridas históricas que os separavam. Ele ainda levou o país a integrar organizações multilaterais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial. Além disso, unificou novamente os territórios chineses colonizados por outros países, realizando acordos a longo prazo com o propósito de beneficiar ambos os lados.


Em se tratando das cifras, nos aponta Cláudia Trevisan (2009) que,

na medida em que o processo de abertura progrediu, a China passou a receber quantidades crescentes de investimento estrangeiro direto, aquele que é destinado à construção de fábricas, lojas, supermercados, edifícios e obras de infraestrutura. Entre 1980 e 2007, o país foi o destino de US\$ 734,5 bilhões em investimento estrangeiro direto, o que o colocou na liderança absoluta entre todas as nações em desenvolvimento. O fluxo se acelerou ainda mais depois de 2001, quando a China entrou na Organização Mundial do Comércio (OMC) e passou a fazer parte do sistema que rega as trocas globais de bens e serviços (TREVISAN, 2009, p.256).

O longo período de fechamento e repressão da Era Mao fez com que muitos chineses fugissem de seu país. Dessa maneira, surgiram em diversos pontos do mundo aglomerados chineses, os *Chinatowns*, “que tentam replicar nos países de

---

1 Sucessor de Mao Tsé Tung, que governou a China por mais de três décadas e foi responsável por grande parte dos problemas econômicos do país.



destino o universo que os imigrantes haviam abandonado” (*idem*, p. 258). Dentre elas, a língua corrente (o mandarim e o cantonês do sul da China), a arquitetura e pequenos costumes culturais próprios de uma sociedade rígida e milenar como a chinesa. Nesses espaços surgiam redes de proteção e solidariedade junto aqueles que não tinham mais um lugar no mundo. Esses “pequenos pedaços da China” podem ser vistos como marcos de um multiculturalismo emergente, ao passo que nesse novo lugar, a China tornava-se outra, múltipla, misturada, ocidental.

Segundo Stuart Hall (2003), um dos mais respeitados teóricos do multiculturalismo, este

refere-se a estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiculturalidade gerados pelas sociedades multiculturais. É normalmente utilizado no singular significando a filosofia específica ou a doutrina que sustenta estratégias multiculturais”. (HALL, 2003, p.52).

A mistura de oriente e ocidente desemboca na importação dos *Made in China*<sup>2</sup>. Identificamos nessa prática a estratégia de administrar problemas de diversidade, de que nos fala Hall, tendo em vista que esses chineses emigrantes se espalharam pelo mundo, muitos deles encontrados em Ciudad Del Este. Segundo Hall (*idem*), multicultural é qualificativo, arrolado a predicados sociais e problemas de governabilidade em qualquer sociedade na qual coexistem díspares comunidades culturais, enquanto o termo multiculturalismo é substantivo, referindo-se a estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade gerados pelas sociedades multiculturais. Em suas novas cidades, ou *Chinatown*s, criam pontos de conexão entre a China e o lugar, tentando driblar as necessidades básicas de sobrevivência fora do mundo comunista, manipulando elementos culturais e visuais de ambos os lados numa esfera multicultural do consumo.


Embora tenha se aberto às regras de mercado, abraçando a globalização e seduzindo o capital internacional, o Estado chinês continuava a comandar a economia chinesa. O “capitalismo chinês” é comandado pelo Estado, através das empresas estatais, do investimento público em infraestrutura e de associações com empresas privadas nacionais e internacionais. Mesmo as empresas de capital privado representando a maior parte do PIB do país, são os dirigentes chineses quem controlam o “modo socialista do capitalismo”.

Eles sustentam que “capitalismo”

não é o termo adequado para definir as transformações pelas quais passa o país. Segundo eles, a China é uma “economia socialista de mercado”, que aderiu às leis de mercado, mas não aos elementos do

---

2 De agora em diante tratados por MIC.



capitalismo – entre os quais está a primazia da propriedade privada (*idem*, p. 311).

Nessa “poética” econômica chinesa, a presença marcante do Estado em conjunto com a integração à economia global permite a China localizar-se enquanto um poder diferenciado das demais potências mundiais. Eles se apropriam do capitalismo sem levar consigo parte dos problemas que esse sistema econômico acarreta (como a pobreza extrema, favelamento, entre outros) embora não estejam livres de questões como pobreza e criminalidade. O que de fato impressiona e justifica esta investigação é a potencialidade produtiva cultural que os produtos MIC trazem consigo ao se espriar pelo mundo.


### **Os Made in China**

Dialogando com o indiano Arjun Appadurai e seus prepostos, rascunhamos o pensamento a propósito da “vida social” das coisas em questão, as mercadorias MIC. Segundo Appadurai (2008) as mercadorias circulam pelo globo em uma vida social que, para além da visão econômica simplista, realizam transformações na vida social. Para ele

tal perspectiva pode ser sintetizada da seguinte forma: a troca econômica cria o valor; o valor é concretizado nas mercadorias que são trocadas; concentrar-se nas coisas trocadas, em vez de apenas nas formas e funções da troca, possibilita a argumentação de que o que cria vínculo entre a troca e o valor é a política, em seu sentido mais amplo. Esse argumento [...] justifica a tese de que as mercadorias, como as pessoas, têm uma vida social (APPADURAI, 2008, p.15).

De modo claramente provisório, Appadurai define mercadorias como “objetos de valor econômico”. Para definir valor econômico, o autor se utiliza da definição de Georg Simmel (1907) que entende esse termo como o julgamento que os sujeitos fazem sobre os objetos e não uma característica inerente a eles. Ou seja, os objetos MIC são de baixo valor econômico pela avaliação subjetiva dos sujeitos que os qualificam (em muitos casos, desqualificam) e essa avaliação pode ainda ser relativizada dependendo de diversos fatores como o grupo social ao qual se pertence ou se almeja pertencer. Como já disse Canclini, o consumo desenha pertencimentos e esses pertencimentos delimitam subjetividades valorativas.

Em uma citação de Simmel, Appadurai (*idem*, p.16) fala que os objetos só são valiosos quando opõem resistência a nosso desejo de adquiri-los. Ele segue em sua interpretação dizendo que quando decidimos adquirir um objeto automaticamente estamos sacrificando outro que se tornará desejo de outrem. Segundo o autor, para Simmel, o que gera o valor econômico é essa espécie de



troca de sacrifícios. Dessa forma a troca assume o lugar de fonte da valoração mútua do objeto.


Ou seja, são as trocas, suas quantidades e subjetividades que determinam o valor do objeto. No caso dos MIC, no circuito informal de consumo, quanto mais procurado é o objeto, maior valor ele tem. Essa questão extrapola a conhecida “lei da oferta e da procura”, ela se emaranha pelos campos da subjetividade que determinam a escolha e o sacrifício, é o sujeito e sua subjetividade quem determinam o destino das mercadorias em sua vida social.

Outra expressão importante que trata Appadurai (*ibidem*) e que vale o destaque é “regimes de valor”. Esses regimes são determinantes na compreensão da circulação das mercadorias pelo globo. Os MIC, a nosso ver, estão inscritos em um regime de valor cultural, marginalizados, esses produtos são inferiorizados socialmente, entretanto, dispõe de desejos diversos que chegam a compor estéticas de consumo, ao passo que habitam os mais diversos espaços domésticos. É no regime de valor cultural que encontramos a integração globalizadora desses objetos em sua “vida social”.

Igor Kopytoff, colega de Arjun Appadurai na Universidade da Pensilvânia, apresenta, no mesmo livro, a perspectiva simplista dos economistas sobre as mercadorias no contemporâneo. Segundo Kopytoff, para eles, as mercadorias simplesmente existem,

Ou seja, certas coisas e certos direitos a coisas são produzidos, existem e podem ser vistos circulando por meio do sistema econômico, conforme vão sendo trocados por outras coisas, geralmente por dinheiro. Essa visão, evidentemente, abarca a definição de mercadoria segundo o senso comum: um item com valor de uso e que também tem valor de troca (Kopytoff in APPADURAI, 2008, p.89).

O que Kopytoff faz é manipular o conceito como definiu Appadurai em suas leituras de Simmel e Marx e simplificá-lo enquanto valor de uso e troca. O autor segue afirmando que da perspectiva cultural, produzir mercadorias é também um processo cognitivo, ao passo que as mercadorias não devem apenas ser produzidas como coisas, mas sinalizadas como um determinado tipo de coisa. Além disso, a classificação dos objetos como mercadorias depende de diversas situações, saltando de categorias ora como objeto ora como mercadoria. Em outras situações, a mercadoria pode ser vista como tal por uma pessoa e como objeto por outra. “Essas mudanças e diferenças nas circunstâncias e nas possibilidades de uma coisa ser uma mercadoria revelam uma economia moral subjacente à econômica objetiva das transações visíveis” (*ibidem*). Estamos diante, novamente, da subjetividade.



Por serem produzidos na China, os MIC são sinalizados como produtos de baixa qualidade dada sua produção em larga escala e com custo reduzido. Essa sinalização é feita na esfera social e pôde ser observada nas conversas com os consumidores desse tipo de mercadoria em Cuiabá. O imaginário social que permeia essas mercadorias é imbricado do valor atribuído por quem consome. De quando são produzidas até chegar à mão do consumidor final, os MIC saltam de categorias, de mercadoria para contrabando, de contrabando para mercadoria, de mercadoria para desejo, de desejo para objeto. Em outros casos, principalmente no comércio informal, estar na categoria de objeto não garante a segurança da coisa, já que dependendo do desejo de outrem, ela pode retornar a categoria de mercadoria por parte de seu dono.


### **Educação informal e práticas de consumo: o caso de Ciudad Del Este**

Em viagem ao Paraguai pudemos investigar os diversos modos pelos quais os MIC são comercializados e, além disso, como se forma um processo de educação informal voltado para a prática da informalidade. Tendo em vista que a comercialização de produtos MIC, via Ciudad Del Este, em geral, é ilegal, as classes populares como os camelôs e sacoleiros utilizam-se de táticas para driblar a fiscalização e atravessar a alfândega, adentrando ao Brasil, com suas mercadorias.

A ação das classes populares, nesse contexto, se aproxima do que Michel de Certeau (2007, p.100) chama de tática. Para o autor, a tática é um movimento dentro do campo inimigo, no seu espaço controlado, operando golpe por golpe, aproveitando ocasiões com ganhos instáveis. Comprar e revender produtos contrabandeados são exercícios de caça diários. Essa instabilidade lhes permite uma mobilidade de ação, utilizando as falhas abertas “na vigilância do poder proprietário”.

Táticos durante toda a viagem de compras, os camelôs e sacoleiros dispõem de táticas para transitar com suas mercadorias ilegais. “Em suma, tática é a arte do fraco” (*idem*, p. 101). Diria mais, tática é a arte do popular. Com o propósito de exemplificar a educação informal da qual falamos, traremos dois exemplos vistos em Ciudad Del Este.

O primeiro exemplo nos leva a uma senhora sentada nos degraus de uma escadaria, em um dos diversos *shoppings* de Ciudad Del Este. Essa senhora estava diante de uma imensa sacola, repleta de camisetas novas, recém-compradas, que ela cuidadosamente retirava da embalagem plástica, arrancava as etiquetas e realojava em outra sacola imensa. Assim ela fazia com cada peça, uma a uma, retirando daquelas mercadorias o signo do novo. Naquele



momento ela tornava aquele MIC algo usado, deixando de ser uma mercadoria para, taticamente, enganar ao sistema e passar pela alfândega brasileira.

Como ela, diversas pessoas faziam o mesmo por todos os lugares nos quais andamos, como uma prática recorrente, um conhecimento geral. O produto de uma educação informal que se materializa nas vielas da cidade, no boca a boca, em meio às classes populares. Fora de um contexto formal de educação, no qual seriam lecionados conteúdos referentes à prática comercial internacional, o que vimos perpassa pelo aprendizado do povo, de maneira aleatória às salas de aula, mas que reflete nos modos pelos quais a cultura popular reinventa práticas oficiais e se apropria de modo a manter sua subsistência em um contexto urbano hegemônico.

O segundo exemplo relata a conversa de tio e sobrinho, em um ônibus fazendo a linha Paraguai-Brasil. O tio ensinava ao sobrinho como proceder durante a viagem que o levaria de volta a seu destino, já que aparentava ser sua primeira viagem profissional de trânsito dos MIC. Ele explicou detalhadamente ao seu “aprendiz” como fazer no ônibus de carreira que iria atravessá-lo, os locais nos quais deveria descer, com quem falar em caso de roubo ou quem deveria levá-lo até seu destino final.


Tio e sobrinho nos mostraram outro procedimento da educação informal no contexto de Ciudad Del Este: o mestre e o aprendiz. Cabe ao mestre, a partir de sua experiência, guiar seu aprendiz pelos caminhos da ilegalidade, apontando saídas para possíveis problemas e ao mesmo tempo instigando-o a desenvolver sua percepção em relação ao ambiente a sua volta. Ao aprendiz cabe a escuta atenta e responder positivamente a confiança de seu mestre, que para além de expectativas, deposita nele recursos financeiros extremamente sensíveis, em se tratando de produtos contrabandeados, passíveis de apreensão e criminalização.

Portanto, a partir desses dois exemplos, podemos constatar que o contexto da educação informal em meio as classes populares forma um grande e rico campo de investigação, ao passo que demonstra não só práticas culturais e educacionais, mas também nos sinalizam os rumos para os quais a cultura contemporânea segue, redesenhando pertencimentos, superando distâncias, “multiculturando” países.

## Referências

APPADURAI, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minnesota: University of Minnesota Press, 2005.

\_\_\_\_\_. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, Arjun (org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva*



cultural. Tradução: Agatha Bacelar. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. Traduzido por: Heloísa pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; tradução da introdução Gênese Andrade. 4. ed. 4. reimp. São Paulo: EdUSP, 2008.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. 13 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte/Brasília: Ed. UFMG/UNESCO, 2003.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. Traduzido por: Maria Cristina Tavares Afonso. Lisboa: Edições 70, 2005.

MOREIRAS, Alberto. *A exaustão da diferença: a política dos estudos culturais latino-americanos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001

TREVISAN, Cláudia. *Os chineses*. São Paulo: Contexto, 2009.

---

## Minicurrículo

Rodolfo Polzin Rondon é publicitário e mestre em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso . Professor do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Cuiabá. Membro do Núcleo de Estudos do Contemporâneo (NEC/CNPq/UFMT) e vice-líder do Grupo de Pesquisa em Educação e Comunicação (EDUCOM/CNPq/UNIC).