



Práticas transnacionais em um entreposto comercial da ” Rota da Seda ”

Saïd Belguidoum, Olivier Pliez

► To cite this version:

Saïd Belguidoum, Olivier Pliez. Práticas transnacionais em um entreposto comercial da ” Rota da Seda ”. Contemporânea. Revista de sociologia da UFSCar, 2014, Dossiê O Trabalho Globalizado: Mercados, Informalidades e Organização Sindical, 4 (2), pp.311-323. hal-01459713

HAL Id: hal-01459713

<https://hal.science/hal-01459713>

Submitted on 7 Feb 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Práticas transnacionais em um entreposto comercial da “Rota da Seda”¹: argelinos e egípcios em Yiwu (China)²

Said Belguidoum³

Olivier Pliez⁴

Resumo: Yiwu é um dos mais importantes mercados atacadistas do mundo. Ao mesmo tempo um distrito industrial e um bairro urbano cosmopolita. Esta cidade da província de Zhejiang, três horas distante de trem de Shanghai, se consolidou depois dos anos 2000 como uma das principais praças de saída para as “novas rotas da seda” fornecedoras de *small commodities* para grande parte do mercado mundial. Este artigo tem como objetivo compreender melhor como a partir destas rotas foi possível se estabelecer na Argélia e no Egito mercados com influência nacional e com conexões internacionais, e como se consolidam estes entrepostos transnacionais e a presença desses comerciantes, donos de restaurantes, tradutores, compradores e migrantes árabes. Esta é uma mundialização informal, porém poderosa, que se desenha e insere a África do Norte nas redes globais do comércio transnacional.

1 A “Rota da Seda” é uma metáfora que nós utilizamos para destacar este tipo de mundialização discreta que articula através das redes diferentes mercados pelo mundo, e especificamente para nosso objeto de estudos, os mercados Asiáticos, os do Oriente Médio, de Dubai e dos países do Magreb.

2 Tradução de Marcos Roberto Mariano Pina – Programa de Pós-Graduação em Sociologia – PPGS – Universidade Federal de São Carlos – UFSCar – São Carlos – Brasil.

3 Université d’Aix-Marseille (AMU) – Marselha – França. said.belguidoum@wanadoo.fr

4 Laboratoire Interdisciplinaire, Solidarités, Sociétés, Territoires – Université de Toulouse II – Jean-Jaurès – França. olivier.pliez@univ-tlse2.fr

Palavras-chave: China; mundo árabe; rotas transnacionais; mundializações.

Transnational practices in a “Silk Road” trading post: Algerians and Egyptians in Yiwu (China)

Abstract: *Yiwu (China) is one of the biggest wholesale markets in the world. Both an industrial district and a cosmopolitan urban neighborhood, this city of the Zhejiang province, South of Shanghai, three hours of train away from it, has positioned itself since the 2000s as one of the major starting places for the “new silk roads”, supplying in small commodities a vast part of the world’s market. This article aims at better understanding how, from these routes, trading places have been created in Algeria and Egypt with a national influence and international connections, and how a transnational trading post is built up, where the presence of Arab entrepreneurs, restaurant owners, translators, purchasers or migrants is set to become a permanent feature. It is an inconspicuous globalization that is shaping up, anchoring North Africa into the global networks of transnational exchanges.*

Key Words: *China; Arab World; Transnational Routes; Globalizations.*

Dezenas de milhares de comerciantes do mundo inteiro vêm se abastecer em Yiwu, considerado o mais importante mercado atacadista do mundo no setor de artigos de baixo custo. Ainda que distante do modelo da cidade global, a influência de Yiwu não deixa de ser mundial. Simultaneamente distrito industrial e bairro urbano cosmopolita, estudá-la fornece um ponto de partida para a identificação e o rastreamento das rotas e dos espaços urbanos discretos de instalação das redes árabes da mundialização por baixo.

Yiwu é uma cidade da província de Zhejiang que está situada 280 km a sudeste de Shanghai e se firmou no início dos anos 2000 como um dos pontos de partida para as novas “Rotas da Seda”, fornecendo vestimentas de baixo preço e produtos de consumo corriqueiros (*small commodities*) para uma grande parte do mercado global.

As pesquisas que realizamos por mais de três anos⁵ na Argélia e no Egito demonstram o crescimento de importância de Yiwu, que se firmou como um

5 Este trabalho de campo foi realizado em conjunto entre 11 e 18 de julho de 2012 em Yiwu (China). Ele se inscreve em uma pesquisa em curso sobre as rotas, as redes sociais e os mercados transnacionais entre o mundo árabe (Argélia e Egito) e a China. Ele se apoia em dois programas: Espaços Urbanos Transnacionais da Argélia Contemporânea – EUTAC – e AIRD-STDF ECOMIG (Economic Crisis, Migration and Development in Egypt), coordenado por Sophie Bava, que financiou a missão.

dos principais destinos de empresários argelinos do setor de varejo, superando praças comerciais como Marselha (cujo papel se tornou marginal) e sobretudo as do Oriente Médio e Dubai. Esses empresários do varejo, atores essenciais no novo dinamismo comercial urbano, partiram em busca das rotas das mercadorias, colocando em cena redes eficazes e discretas de abastecimento.

Reconstruir essas novas “Rotas da Seda” nos permitirá compreender melhor como a partir delas foi possível surgir na Argélia mercados de influência nacional e conexões internacionais. Temos como exemplo duas localidades no leste da Argélia, El Eulma e Aïn Fakroun, que ilustraram o florescimento deste novo tipo de cidade.

A visita de campo teve dois grandes objetivos:

- Estudar as transformações em Yiwu, notadamente no bairro “exótico”, polo do comércio com os países árabes e muçulmanos, e um observatório privilegiado da construção local de um mercado transnacional.
- Pesquisar os comerciantes argelinos e egípcios para conhecer melhor as trajetórias, os perfis e as formas de estruturação de suas redes. Para além da observação do local, a visita de campo engendrou novas questões sobre esses empresários, donos de restaurantes, tradutores, compradores e migrantes, sobre sua adaptação à sociedade chinesa e sobre a consolidação de sua presença lá.

Yiwu, o entreposto mundial de *small commodities*

Yiwu é hoje uma cidade multimilionária que acomoda pelo menos 1,5 milhão de migrantes vindos de todas as regiões da China (Guiheux, 2013). Ela é percebida e pensada, sobretudo, como um *show room* em escala global, especializada na venda por atacado de artigos de baixo custo, como eletrodomésticos, itens de papelaria, roupas, brinquedos e objetos religiosos. A melhor maneira de descrevê-la é enumerando seus superlativos: a área onde se encontram os mercados ultrapassa os 4.300.000 km², 62.000 boxes oferecem 400.000 tipos de mercadorias trazidas por 100.000 fornecedores, e 35 feiras ocorrem lá anualmente.

Yiwu é provavelmente única tanto por sua amplitude quanto pela diversidade dos produtos ofertados. É visitada por uma multiplicidade de compradores transnacionais, que frequentemente vêm com pouco dinheiro, mas que aqui encontram maior variedade de produtos e podem abastecer seus contêineres com diferentes mercadorias em vez de com apenas um tipo, como ocorre em outros mercados asiáticos. Yiwu se tornou conhecida durante os anos 1990 como um dos

maiores centros de falsificação na China, onde em média 80-90% de todas as mercadorias ofertadas infringiam leis de propriedade intelectual e mantinham conexões fortes com mercados similares no Paraguai, no México e na Tailândia. Como seus preços permanecem imbatíveis, os compradores continuam vindo de todo o mundo, tanto os comerciantes que já dispõem de uma situação estabelecida quanto aqueles que buscam fazer fortuna com o pequeno comércio transnacional.

A exposição de mercadorias é uma indústria que prosperou em Yiwu como em outras regiões da China (Mu Guo, 2010). A sua International Trade City (ITC), composta por um total de 42.600 lojas de fábrica, a maior parte delas com menos de 10 m², forneceu a vitrine e a porta de acesso às mercadorias produzidas nos distritos industriais da região de Yiwu, um ano após a adesão da China à Organização Mundial do Comércio (OMC) em 2001. Pelo menos três quartos das transações comerciais efetuadas na cidade concentram-se ali, bem como em alguns outros lugares de Yiwu. No ano de 2011, o mercado de Yiwu foi dividido em seis partes, que figuram entre as mais importantes fontes de mercadorias das redes da mundialização econômica por baixo (o mercado Huan-gyuan de roupas, com 5.000 lojas, aberto em 2011; as ITC I, com 10.000 lojas, aberta em 2002; II, com 8.000 lojas; III, com 6.000 lojas; IV, com 16.000 lojas; e V, com 7.000 lojas, aberta em 2011), além das ruas especializadas de comércio, somando um total de mais de 170.000 lojas de fábrica de fornecedores chineses.

Durante a década de 1970 Yiwu era apenas mais uma cidade industrial na China, entre inúmeras outras, especializada na confecção de artigos de baixo custo, conforme a doutrina econômica da época, que estabelecia “uma cidade, um produto”. Contudo, em decorrência da abertura econômica promovida por Deng Xiaoping em 1979, iniciou-se a concorrência entre as cidades, que passaram a buscar clientes chineses, agora em um novo cenário de produção concorrencial. Neste contexto, impulsionada pelos operadores comerciais e pelos poderes públicos locais, já no ano de 1982 Yiwu se firmou como um mercado atacadista capaz de atrair as indústrias especializadas antes dispersas pela zona rural de Zhejiang.

Em 1990 se concluiu uma nova etapa deste processo quando os operadores responsáveis pelos mercados de Yiwu firmaram parcerias com operadores comerciais particulares de outras províncias chinesas. No transcorrer dos anos 2000 já havia sido criada uma rede com quase 50 mercados na República Popular da China que dependiam diretamente de Yiwu. O contexto de crise financeira nos países do Sudeste asiático (1997) e o ingresso da China junto à OMC favoreceu a ampliação do número de operadores comerciais internacionais que chegava ao país. Rapidamente Yiwu ampliou sua influência no comércio

transnacional, e até os dias de hoje ao menos dois terços de todas as vendas que realiza têm por destino o mercado mundial.

Tabela 1 - Os principais países importadores de produtos de Yiwu (2002-2011)

Posição	2002	2006	2009	2011
1º	EAU	EUA	EUA	EU
2º	Rússia	EAU	EAU	ASEAN
3º	EUA	Rússia	Alemanha	Irã
4º	Coreia do Sul	Ucrânia	Espanha	Índia
5º	Ucrânia	Coreia do Sul	Rússia	Egito
6º	Japão	Alemanha	Reino Unido	EAU
7º	Arábia Saudita	Espanha	Itália	Arábia Saudita
8º		Reino Unido	Brasil	Brasil
9º		Panamá	Irã	Iraque
10º		Brasil	Índia	Argélia

Fonte: Yiwu Customs (<http://en.onccc.com>, 2002; <http://old.echinacities.com>, 2006; <http://www.yiwumarketguide.com/>, 2009; <http://www.yiwu-sourcing-agent.com>, 2011).

Abreviaturas: EAU: Emirados Árabes Unidos; EUA: Estados Unidos da América; UE: União Europeia; ASEAN: Association of South East Asian Nations.

Graças ao aumento do preço do petróleo nos últimos anos a demanda por bens de consumo no chamado mundo árabe cresceu e influenciou as taxas de exportação da China para esta região, sobretudo posteriormente aos atentados de 11 de setembro, que encorajaram o afastamento dos importadores árabes dos EUA e da União Europeia em busca de novas fontes de abastecimento. Em 2005 o volume de transação comercial sino-árabe era de 51,2 bilhões de dólares, quase dez vezes maior do que o observado em 1995, e em 2008 aumentou para 133 bilhões de dólares⁶.

Abriu-se, assim, uma oportunidade para as exportações de artigos de baixo custo de Yiwu na direção dos vastos mercados consumidores no Oriente Médio e na África do Norte. Entre estes novos mercados dois países entraram na lista dos dez principais importadores de Yiwu a partir de 2002, a saber, Emirados Árabes Unidos e Arábia Saudita. Em 2011 já eram mais seis países, com o ingresso do Irã, do Egito, do Iraque e da Argélia. Esta característica nos faz pensar que o papel das grandes plataformas de revenda, como Dubai,

6 Cheng Donghong, Study and Revelations on China-Arab States, Economic and Trade Relationships. A Discussion on China-Arab States, Economic and Trade Forum – english.news.cn – 2011-09-07 – http://news.xinhuanet.com/english2010/china/2011-09/07/c_131112714.htm.

entrou em declínio em favor de relações diretas entre as fontes de abastecimento e os compradores.

Existe historicamente uma relação comercial entre Yiwu e o Golfo Árabe e Pérsico, particularmente com Dubai, que foi por muitos anos a principal interface entre China e mundo árabe. Todavia, no decorrer dos anos 2000 cresceu o número dos comerciantes que viajavam diretamente a Yiwu, sozinhos ou em pequenos grupos, contornando os intermediadores de Dubai a fim de conseguir preços mais baixos. A maior parte dos comerciantes árabes relatam trajetórias similares para o estabelecimento da China entre seus destinos de compra. Por exemplo, os compradores transnacionais da África do Norte, nos anos 1980, encontravam-se em Marselha, posteriormente na Turquia, nos Emirados Árabes Unidos e no Sul asiático (no final da década de 1990). Eles entraram na China por etapas, depois de algumas viagens iniciais a Hong Kong, chegando à parte continental em Guangzhou e Yiwu (Belguidoum; Pliez, 2012).

Imersão em Yiwu e seu “bairro muçulmano”

É muito difícil dizer com precisão quantos árabes vivem ou transitam por Yiwu, mas a intensidade das ligações comerciais entre a cidade e os países árabes mostrou que no ano de 2011 ao menos 70% de seus 11.000 residentes estrangeiros eram árabes⁷, e que 200.000 compradores advindos do mundo árabe visitam a cidade anualmente⁸.

Em termos urbanos, esta dinâmica de mercado culmina em especializações do espaço que as autoridades da cidade tentam organizar de alguma maneira. No fim da década de 1990 surgiu um pequeno bairro em Binwang, próximo ao primeiro centro de exposição (atualmente fechado para restauração), que se especializou no comércio com o mundo árabe e muçulmano. Foi também na fronteira desse bairro que as autoridades decidiram instalar os escritórios de imigração.

O bairro possui diferentes nomes, *san mao chu* (distrito econômico número 3) é a sua designação administrativa oficial. Os chineses o chamam com frequência de *alabo fan dian* (restaurante árabe); os próprios árabes o chamam de *maedah* (mesa), em uma referência ao primeiro restaurante egípcio que foi construído no local. A prefeitura de Yiwu recentemente veio a rebatizar o bairro como Exotic Street, uma tentativa de destacar seu aspecto cosmopolita, voltado

7 De acordo com o Departamento de Comércio e Cooperação Econômica Estrangeira de Yiwu e sua diretoria de Indústria e Comércio.

8 Orlando Crowcroft, 200,000 Arab shoppers visit Yiwu every year. City's market is a magnet for buyers looking for bargains, Business News Editor, June 2011, Gulf News.

ao lazer e à vida noturna, tanto para os comerciantes de passagem como para os residentes estrangeiros ou chineses, apagando as marcas identitárias mais fortes associadas ao lugar.

O bairro Exotic Street é composto por inúmeras ilhas atravessadas por cinco ruas paralelas repletas de lojas em cujos letreiros encontram-se caracteres nos idiomas chinês, árabe e inglês. O centro do bairro se localiza em uma grande praça para onde confluem as ruas, com restaurantes e hotéis uígures, árabes e turcos. Essas ilhas se ligam umas às outras através de ruas e ruelas que se cruzam e formam pequenas praças. Lojas de roupas, de tecidos, de artigos religiosos (uma rua inteira dedicada a este tipo comércio), escritórios de despachantes, hotéis, restaurantes e salões de cabeleireiro se sucedem pelas ruas. Todas as lojas são de comerciantes chineses, egípcios, turcos, sírios e libaneses. O ambiente urbano é muito particular: letreiros em árabe e em chinês, restaurantes de comida *halla*⁹, público numeroso e cosmopolita, que se distingue pelas vestimentas e pelo idioma falado, como uígures, huis, paquistaneses, árabes, turcos e africanos. Fuma-se o narguilé e bebe-se o chá ou o café nos terraços dos restaurantes; nas carrocinhas come-se espetinhos com carne (*halla*); os ambulantes e os cambistas ocupam as calçadas, onde diferentes sotaques árabes se escutam e se misturam.

Argelinos, egípcios, iraquianos, sírios, libaneses e iemenitas: as nacionalidades principais presentes em Yiwu têm os seus próprios hotéis e restaurantes, que servem também como ponto de encontro para vários comerciantes de passagem pela cidade. Não apenas nos restaurantes, mas também nos salões de cabeleireiro e barbearias (encontramos pelo menos quinze deles pelo bairro) os comerciantes e os residentes se encontram, fazem negócios ou simplesmente se informam das novidades. Os gerentes das lojas são estrangeiros ou chineses, mas os funcionários são basicamente chineses, uígures ou huis muçulmanos e se comunicam em árabe (Allès, 2011). É em especial no fim do dia, quando a ITC fecha suas portas e o mercado noturno se instala, que o bairro se anima, que os restaurantes e seus terraços se enchem, quase sempre até tarde da noite, graças às diferenças de fuso horário com os locais de origem de seus visitantes. O perambular pelos pavilhões de exposição dá então lugar às negociações ao redor das mesas dos restaurantes durante os momentos de sociabilidade.

O bairro condensa as atividades de Yiwu, um microcosmo onde se encontram os comerciantes de passagem e os novos migrantes, que também estão

9 Alimentos que podem ser consumidos pelos islâmicos, a partir dos critérios de preparação estipulados pela lei da Xaria (NT).

por toda a cidade. Assim, entre a Exotic Street e o Mercado de Futian, ao longo dos dois quilômetros da avenida, como no interior da malha urbana que ela atravessa, as lojas e os escritórios de negócios, os letreiros em árabe denunciavam a sua presença.

Retratos e trajetórias dos empresários migrantes do Egito e da Argélia

A descoberta de Yiwu pelos comerciantes argelinos ocorreu no fim dos anos 1990, quando figuras pioneiras, vindas de El Eulma, abriram ali seus escritórios. Em geral o trabalho de *trading* que realizam consiste em acompanhar os compradores junto aos fornecedores, atuar como tradutores, participar das negociações, lidar com a papelada alfandegária, verificar a conformidade da mercadoria e seu armazenamento em contêineres, organizar o transporte marítimo e servir de fiador junto aos fornecedores em relação ao prazo de pagamento das mercadorias.

Assim como acontece com egípcios, sírios, libaneses e turcos, que são as nacionalidades mais numerosas em Yiwu, um restaurante foi aberto por um despachante de Eulmi. Inicialmente chamado El Andaloucia, posteriormente à mudança de proprietários chamado Tassili e depois El Bahdja, o restaurante desempenhou um papel central no apoio aos comerciantes de passagem pela cidade. Foi fechado em 2011 devido a uma operação de renovação urbana empreendida naquela parte do bairro, e desde então o único restaurante gerenciado por um argelino não mais reabriu. Contudo, pontos de encontro para os argelinos surgiram rapidamente à sua volta, em uma lanchonete e em dois hotéis chineses em frente à Exotic Street.

Os comerciantes transitórios são numerosos, o que não surpreende, uma vez que existem na Argélia 34.000 importadores registrados e 80% de todos os bens de consumo não alimentares daquele país provêm da China. A presença deles em Yiwu é contínua por todo o ano, mesmo se é na época das grandes feiras que a afluência de pessoas atinge seu pico¹⁰. A duração de suas estadias varia, mas raramente excede dez dias, que é o tempo mínimo necessário para que se inteirem das novidades, façam as encomendas e às vezes chequem suas cargas. O recurso aos despachantes, chamados *traders*, permite agilizar essas transações. Os que chegam pela primeira vez terão inevitavelmente um contato e um endereço na cidade, e tendo este apoio na chegada fecham suas encomendas mais rapidamente.

10 Fonte: Alfândega argelina.

Cresce cada vez mais o número de *traders* argelinos, cujo montante dificilmente podemos precisar, que vêm se instalar em Yiwu. Outros jovens originários de regiões do Leste da Argélia (Setif, Bordj Bou Arredj, Constantina) ou da Cabília e de Argel seguem o exemplo daqueles pioneiros que chegaram de El Eulmi. O número destes jovens atinge algumas centenas¹¹. Depois dos egípcios, sírios, libaneses e turcos, os argelinos são a comunidade mais importante. Uma primeira tipologia pode ser delineada para eles¹². Há dois tipos de atores constitutivos dessa comunidade dos permanentes: são os grandes *traders* consolidados e a miríade de recém-chegados tentando a sorte. Uma vintena dos grandes escritórios conhecidos pertencem aos primeiros migrantes argelinos que chegaram à cidade no início dos anos 2000.

Esses comerciantes lidam com os grandes negócios de exportação para a Argélia e mantêm relações com uma importante clientela. Empregam mão de obra local e jovens (parentes e amigos) vindos de seu país natal. Há dois ou três anos vem se desenvolvendo uma nova geração de pequenos *traders* que entram em concorrência com os grandes escritórios, mas ao mesmo tempo se aproveitam do volume dos fluxos comerciais com a Argélia para tentar abrir espaço para seus próprios negócios. Vindos diretamente da Argélia, são filhos ou irmãos de importadores e “aprenderam o ofício” com algum parente instalado em Guangzhou ou Kuala Lumpur, na Malásia. Sua instalação compõe um quadro estratégico que permite à empresa familiar ter um ponto de apoio permanente na China. Enquanto esperam dispor de uma lista de clientes regulares, eles operam ilegalmente, sem nenhum tipo de documentação, em sociedade com despachantes chineses ou trabalhando para grandes *traders* argelinos. São dezenas os *traders* sem documentação que atuam por conta própria.

Os egípcios são os desbravadores de Yiwu, o primeiro grupo em tamanho – ainda que seja difícil estimar com precisão sua dimensão – e o destino principal dos produtos importados desde Yiwu por um país árabe no ano de 2011. Identificamos no seio deste grupo perfis muito parecidos com os da comunidade argelina, porém os egípcios são mais numerosos e têm trajetórias diversificadas. Possuem pelo menos sete restaurantes na Exotic Street e foram eles os responsáveis pelo florescimento deste tipo de atividade, como ilustra o Maedah, o primeiro restaurante do gênero no bairro. Seus restaurantes atraem não apenas os contrerrâneos de passagem na cidade, mas também numerosos cidadãos de

11 Fomos informados de que haveria, com certeza, mais de quinhentos.

12 Baseamo-nos em numerosas conversas, sob a forma de entrevistas livres e de entrevistas semiestruturadas (tivemos oportunidade de realizar uma dezena).

outros países árabes que não podem contar com a presença de restaurantes de seu país no local, como é o caso dos argelinos.

Muitas vezes, seus gerentes foram pioneiros no comércio transnacional, tendo tido uma primeira experiência migratória em países do Golfo Pérsico e Árabe, onde firmaram os primeiros contatos que os levaram à China, especialmente Yiwu, no início dos anos 2000. Alguns dos primeiros proprietários de restaurantes, até meados dos anos 2000, já exerciam antes esta mesma atividade; mas a maioria veio para Yiwu para diversificar suas atividades econômicas, dedicando-se à importação. Em um setor tão concorrencial, muitos deles afirmam que se tornou mais vantajoso e relevante abrir um restaurante em parceria com um sócio chinês, que serve de “laranja” em troca de pagamento pelo serviço prestado. Isso lhes permitiu lucrar com receitas extraordinárias resultantes da internacionalização da cidade durante os anos 2000, sem terem de efetuar as múltiplas viagens que a função de importador requer.

Os gerentes dos restaurantes ficam no local durante três ou quatro anos e depois passam o controle do estabelecimento para um membro de sua família ou repassam o negócio, ou ainda o fecham, para às vezes reabri-lo em seguida. Nesse caso, frequentemente ele sobe de categoria. A mão de obra é local (chinesa) e familiar, contando com membros jovens da família do proprietário, que já possuem experiência migratória, tendo deixado o Cairo e a região do Delta do Nilo para ir para Yiwu. Estes vêm de início provisoriamente, com um visto de visitante que precisa ser renovado em Hong Kong a cada três meses, mas a recorrência dessas viagens incita alguns deles a abrir seus próprios restaurantes e cafés, com auxílio da experiência e de empréstimos financeiros do patrão. Muitos locais foram abertos dessa maneira desde 2005, porém fecharam com a mesma rapidez.

A partir de meados dos anos 2000 a frequência de Yiwu só fez crescer e com ela também o número daqueles que buscam aventurar-se no comércio transnacional. Os primeiros egípcios que foram até lá tomaram conhecimento da cidade através de canais de comunicação variados. Muitos eram antigos emigrados da região do Golfo que se tornaram empreendedores transnacionais; outros costumavam negociar com empresas fornecedoras europeias, que deslocaram parte de sua produção para a China e abandonaram certos setores de atividade, preferindo lucrar com a diversidade dos produtos fabricados nas pequenas e médias indústrias locais. Não querendo perder compradores, essas empresas os convidavam para visitar a China e conhecer suas novas unidades produtivas, fazendo ao mesmo tempo que despertasse neles o interesse por Yiwu, onde poderiam encontrar outros acessórios imprescindíveis para seu

ramo de atividades. Outros foram diretamente sondados pelos intermediários chineses ou pela câmara de comércio chinesa no Egito, uma vez que já possuíam uma posição de destaque entre os importadores do país.

O grupo mais recente e importante, que garante a Yiwu parte majoritária de sua frequência, é constituído por um conjunto muito mais heterogêneo de indivíduos e pequenos grupos que tentam a “aventura das importações” com um primeiro negócio apoiado na coleta de fundos entre familiares ou grupos do mesmo povoado. Assim, como no caso dos primeiros donos de restaurantes, esses importadores chegam a Yiwu depois de uma experiência internacional prévia. As jovens gerações se inserem em um movimento mais amplo de democratização da função de importador, que, mesmo com o perigo de perderem o capital investido em compras arriscadas, acaba beneficiando os pioneiros do movimento, alguns dos quais se reconverteram na prestação de serviços aos importadores. Inúmeras gerações de importadores e *traders* se acotovelam em Yiwu e no comércio transnacional. Os grupos homogêneos dos primeiros anos da rota chinesa vão se estratificando e se diversificando em outros grupos que se beneficiam da presença uns dos outros.

Yiwu, rumo ao estabelecimento duradouro de um entreposto comercial global?

O modelo de Yiwu fez escola no mundo inteiro. Estigmatizada por instituições econômicas internacionais – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) –, figurando na lista prioritária de vigilância do United States Trade Representative (USTR) e da União Europeia, devido ao papel que a cidade desempenha na propagação dos produtos falsificados tanto nos países do norte quanto do sul, ela está na origem da formação de mercados populares de importância nacional e transnacional com milhares de comerciantes e compradores.

Yiwu é representativa das novas formas locais de governança de mercados e cidades que surgiram graças ao contexto da transnacionalização do comércio. Espaços nos quais a intensidade das transações comerciais cresce mesmo em períodos de crise. A formação deste tipo de cidade-mercado, impulsionada pela liberalização econômica da China nos anos 1970, é bem conhecida graças ao grande número de trabalhos que foram feitos pelos economistas, que demonstraram que a sua internacionalização começou antes mesmo de a China aderir oficialmente à OMC no ano de 2001.

Hoje a cidade oferece condições de hospitalidade a compradores que vêm de todas as partes do mundo, marcando a passagem do “empresário-migrante” ao “turista-comercial”, com tolerância às transações lícitas e ilícitas, e uma

articulação estreita entre desenvolvimento econômico e urbano local. Centenas de negociantes estrangeiros vivem na cidade, animando suas redes internacionais e os mercados intermediários, que se multiplicam dentro e fora do território chinês, criados pela iniciativa de comerciantes pioneiros que a frequentavam.

Dez anos após as primeiras instalações de comerciantes migrantes em Yiwu, assistimos a um processo de constituição de um entreposto comercial permanente. Ocorreu o mesmo com Belsunce a partir dos anos 1970, santuário do comércio transnacional do Magreb (Tarrius, 1995). Hoje em dia estes espaços se multiplicam na Ásia oriental (Bertoncello et al., 2009), impulsionados por uma população jovem (22 a 35 anos), empreendedora e disposta a se fixar nestas regiões, conforme sugerem certos indícios. A disponibilidade de moradia e a remuneração razoável (2,5% de comissão para cada transação realizada) permitem alugar apartamentos e se estabelecer de forma estável na sociedade chinesa. A metade de nossos entrevistados já está na China há mais de cinco anos, e nenhum deles demonstra a mínima intenção de retornar ao seu país de origem.

Diferentemente dos pioneiros que aprenderam o idioma chinês no decorrer de seu trabalho, as novas gerações iniciam cursos de chinês em escolas privadas assim que chegam ao país. Encontramos em Yiwu uma dezena de cursos intensivos, cujo preço é de 800 euros, com carga horária de 180 horas em seis meses de curso. Se o aprendizado metódico da língua é um signo revelador desta disposição para se estabelecer na China, os casamentos com chinesas aparecem como elementos ainda mais tangíveis desta disposição.

Dois de nossos entrevistados acabaram se casando com chinesas – mulçumanas, eles fizeram questão de afirmar. Este seria um sinal da sua vontade de se fixar no local permanentemente? Uma coisa é certa, a presença argelina já ultrapassou a fase da simples prospecção. Esses primeiros casamentos com mulheres chinesas facilitam a integração social e criam novas bases numa sociedade onde, diferentemente da França, que é um país tradicional da emigração argelina, esses novos migrantes não possuem ou possuem apenas poucas referências culturais. Essencialmente baseadas nos negócios, as ligações com a sociedade chinesa permanecem ainda limitadas. A religião e a frequentação das mesquitas¹³ aparecem como pontes possíveis usadas para atenuar os efeitos da alteridade numa sociedade à qual, pelo menos por enquanto, esses empresários migrantes parecem não ter dificuldade de se adaptar.

13 As associações ligadas à mesquita da cidade oferecem atividades esportivas, como os torneios de futebol, por exemplo.

Referências

- ALLÈS, Élisabeth. Choses vues à Yiwu. *Outre-Terre – Revue européenne de géopolitique*, n. 30 (4), 2011, p. 411-412.
- BELGUIDOUM, Said; PLIEZ, Olivier. Construire une route de la soie entre l'Algérie et la Chine. *Diaspora, Histoire et Sociétés*, n. 20, 2012, p. 115-130.
- BERTONCELLO, Brigitte; BREDELOUP, Sylvie; PLIEZ, Olivier. Hong Kong, Guagzhou, Yiwu: de nouveaux comptoirs africains en Chine. *Critique Internationale*, n. 34 (3), 2009, p. 105-121.
- GUIHEUX, Gilles. Travailleurs migrants du prêt-à-porter en Chine. Flexibilités et opportunités. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, v. 28(4), 2012, p. 27-42.
- MU Guo. The Yiwu Model of China's Exhibition Economy. *Provincial China*, v. 2(1), 2010, p. 91-115.
- PLIEZ, Olivier. Toutes les Routes de la Soie mènent à Yiwu (Chine). *L'Espace Géographique*, v. 39(2), 2010, p. 132-145.
- TARRIUS, Allan. Naissance d'une colonie: un comptoir comercial à Marseille. *Revue Européenne de Migrations Internationales*, v. 11(1), 1995, p. 21-52.
- [HTTP://WWW.PERSEE.FR/WEB/REVUES/HOME/PRESCRIPT/ARTICLE/REMI_0765-0752_1995_NUM_11_1_1442](http://WWW.PERSEE.FR/WEB/REVUES/HOME/PRESCRIPT/ARTICLE/REMI_0765-0752_1995_NUM_11_1_1442); acesso em 20 fev. 2013.

Recebido em: 01/06/2014

Aprovado em: 30/06/2014

Como citar este artigo:

- BELGUIDOUM, Said, PLIEZ, Olivier. Práticas transnacionais em um entreposto comercial da “Rota da Seda”: argelinos e egípcios em Yiwu (China). *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*. São Carlos, v. 4, n. 2, jul-dez 2014, pp. 311-323.