

Outra Copa do Mundo é possível?

"Os vendedores de rua no Brasil devem agir antes da Copa do Mundo! Aqui, nós apenas ouvimos falar sobre as condições e o que estamos autorizados a fazer e não fazer, agora, hoje, quando se está apenas a alguns dias antes da Copa do Mundo. Eles precisam fazer ouvir a sua voz antes que as coisas sejam concluídas."

Mama Majola, Associação de Vendedores de Rua da Baía Nelson Mandela, África do Sul, Junho de 2010.

A Campanha "Cidades de Classe Mundial" (WCCA) foi lançada em 2007 pela StreetNet Internacional e outras organizações de pobres urbanos, incluindo moradores de favelas, migrantes e comunidades de refugiados, grupos de crianças de rua e profissionais do sexo, antes da Copa do Mundo na África do Sul. Seu objetivo é expor as políticas de remoções forçadas ou despejos realizados a fim de embelezar as cidades antes de megaeventos esportivos e para ajudar a criar uma maior consciência mundial sobre a necessidade de repensar o planejamento urbano e serviços, de modo a apoiar ativamente as necessidades e interesses dos trabalhadores informais da economia.

StreetNet é uma federação internacional de organizações de comerciantes informais com membros em 40 países no mundo. O objetivo é promover os direitos dos comerciantes informais a terem condições dignas de trabalho e de realizar lobby acerca de políticas urbanas e regulamentações, inclusivas e participativas.

Na África do Sul, os acordos das cidades-sede com a FIFA estabeleceu grandes zonas de exclusão em torno de ambos estádios e *Fan Parks*, onde só os patrocinadores oficiais foram autorizados a comercializar. Estas zonas de exclusão efetivamente proibiam comerciantes informais a se estabelecerem em seus postos habituais, assim eles não só não se beneficiaram como realmente perderam sua renda diária durante a Copa.

No Brasil, a Campanha WCCA foi iniciada no começo de 2011 e ainda está numa fase inicial de pesquisa. A campanha tem uma abordagem *bottom-up* e se baseia nas mobilizações e lutas passadas de vendedores de rua. Seu objetivo é apoiar e fortalecer as organizações de vendedores por meio de treinamento de lideranças e do estabelecimento de uma ampla coalizão de trabalhadores informais e aliados, para conseguir melhores condições de negociação para os pobres urbanos à medida que enfrentam despejos e ameaças devido aos projetos de renovação urbana no contexto da Copa. A campanha também espera contribuir para o estabelecimento de fóruns de negociação municipais em todas as cidades-sede e de uma eventual estrutura de negociação nacional.

A primeira etapa da campanha no Brasil consiste no mapeamento das principais organizações representativas dos vendedores de rua nas 12 cidades-sede. O cenário dos vendedores de rua no Brasil é particularmente complexo, e as organizações de vendedores existentes são em grande parte informais, fragmentadas, locais e com recursos limitados. No Brasil, existem políticas públicas específicas ou programas para auxiliar vendedores de rua a melhorar seus meios de subsistência.

A maioria das organizações vendedores de rua está apenas começando a compreender tanto as oportunidades como os riscos associados com a Copa. Houve incidentes com os vendedores sendo retirados dos seus tradicionais pontos de venda a fim de abrir caminho para a construção de novas vias. Mas como foi o caso na África do Sul, acredita-se que as principais

tentativas municipais de "limpar" as cidades devem acontecer de 6 a 12 meses antes da Copa, quando as decisões são tomadas para criar zonas de exclusão em torno do Estádio e *Fan Parks*, onde só patrocinadores oficiais podem comercializar. Na África do Sul, os níveis de organização dos vendedores de rua foram bastante díspares e não foi possível criar qualquer fórum nacional ou grupo de *advocacy*. Há muitas lições a serem aprendidas para fazer outra Copa do Mundo possível no Brasil.