

# ETNOGRAFIA DE UM MERCADO EM TRANSIÇÃO: A constituição do camelódromo de Porto Alegre/RS e a reconfiguração do trabalho informal<sup>1</sup>

Moisés Kopper

## RESUMO

Este artigo parte das tensões envolvidas no processo de remoção do mercado de rua do centro de Porto Alegre/RS e sua realocação para um shopping popular. O “camelódromo”, como ficou conhecido o edifício que abriga mais de 800 lojas – de aproximadamente 4m<sup>2</sup> –, foi realizado em tempo recorde graças a uma Parceria Público Privada (PPP), a primeira do gênero em Porto Alegre e uma das pioneiras no Brasil. A observação participante – acrescida de outras técnicas, como entrevistas em profundidade e *surveys* – teve como ponto de partida um dos principais grupos de camelôs envolvidos na transição. Este grupo, inicialmente otimista

em relação à transição, foi preterido na disputa pelos melhores espaços no camelódromo e reagiu com uma série de mobilizações. Foram acionadas diversas instituições políticas, tais como a Câmara Municipal, o Ministério Público, a Prefeitura, e o Orçamento Participativo, entre outras. As tensões em torno desse processo criaram um cenário propício para uma investigação que se preocupa em reconstituir etnograficamente os nexos entre a economia e a política, o objetivo e o subjetivo, o micro e o macro, a cidade e os cidadãos, a diversidade de agentes e de agências que caracterizam uma dada configuração social e cultural.

## PALAVRAS - CHAVE

Política, economia, mercado informal, camelôs, Estado.

<sup>1</sup>Uma primeira versão deste artigo foi elaborada como monografia final do curso de Individualismo, Memória e Sociabilidade, ministrado pelas professoras Cornélia Eckert e Ana Luíza Carvalho da Rocha, no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGAS-UFRGS), apresentada no II Colóquio Individualismo, Sociabilidade e Memória (Porto Alegre, dez/2010), no V Encontro Nacional de Estudos do Consumo (Rio de Janeiro, set/2010) e na XVII Reunião Brasileira de Antropologia (Belém, ago/2010). Agradeço, pois, aos comentários das professoras e, em especial, aos diálogos com meu orientador professor Arlei Sander Damo, bem como aos professores Rosana Pinheiro Machado e Heitor Frúgoli Jr., com quem tive a oportunidade de debater, em momentos distintos, os principais argumentos deste artigo.

Desde os tempos mais remotos, os mercados de rua existem em toda parte e são um componente essencial da paisagem e arquitetura das grandes cidades. Suas origens são tão diversas – e complexas de serem traçadas – quanto os espaços que ocupam nas metrópoles, a diversidade de trajetórias que encerram e a maleabilidade com que circulam pela malha urbana. Se a heterogeneidade desse universo é demasiadamente ampla, devo acrescentar de pronto que os grupos que constituem o ponto de partida deste artigo são formados por *camelôs*, um tipo peculiar de comerciantes de rua<sup>2</sup> que se identificam pelo mesmo termo, que carregam estratégias particulares de ocupação do espaço urbano, baseadas em códigos éticos e estéticos específicos.

Não trato aqui do mercado de rua ou de camelôs em geral, mas de um processo de reassentamento que envolveu o deslocamento de aproximadamente 800 bancas instaladas nas ruas do centro histórico de Porto Alegre para um espaço fechado. Anunciado em 2005, com a mudança da gestão municipal, o “Centro Popular de Compras” (CPC) – ou, simplesmente, “Camelódromo”, como ficaria conhecido entre os trabalhadores, embora sua nomenclatura sofresse outras alterações com o andamento da transição – seria tomado como a marca da nova administração, tendo sido aberto à população em fevereiro de 2009 e, portanto, tendo contribuído para a reeleição do mesmo bloco de partidos ao poder. Ao longo do processo de

<sup>2</sup>Não há consenso sobre o termo mais adequado para designar os comerciantes de rua. A noção de ambulante – ou camelô –, pela qual o Estado habitualmente se pronuncia para referi-los, carrega consigo uma conotação de expropriação, de alguém que, à maneira do exilado ou do expatriado, não é senhor de sua terra e, por conseguinte, não possui acesso à categoria de cidadão. A noção de informal é, paradoxalmente, por demais ampla e restrita. É ampla porque, se pensada sob a ótica da formalidade – entenda-se legalidade –, acaba se dispersando num leque variado de atividades que no Brasil ocupa quase 50% da mão de obra ativa. Ao mesmo tempo, o conceito de informalidade é restritivo, pois focaliza apenas os aspectos jurídicos e tributáveis. Naturalizando os parâmetros legais, a noção de “informal” transforma as práticas do comércio de rua em meros desvios de conduta, empobrecendo, sobremaneira, os seus significados contextuais (Aguiar 2007; Cunha 2006; Machado da Silva 2002; Mafra 2005; Noronha 2003; Pinheiro-Machado 2004; 2009; Rabossi 2004; Ribeiro 2006; 2010)].

Uma parte expressiva desses comerciantes não era residente na própria capital, mas nos municípios do entorno – consequência direta do adensamento do comércio informal nos anos 1980 –, o que tornava arriscado tentar justificar, aos porto-alegrenses, a destinação de seus tributos para o atendimento de demandas de quem não é, ao menos legalmente, um cidadão local – não arrecada determinados impostos, não vota para prefeito da cidade, etc.]

implementação, ficaria claro que a mesma maleabilidade que garantiria, até então, a sobrevivência de toda uma categoria de trabalhadores nas ruas do centro teria de ser empregada, doravante, para recomodar e reordenar, compulsoriamente, seus projetos de vida, não mais nas vias e calçadas, mas nas fronteiras das novas bancas, de cerca de 4m<sup>2</sup>, situadas sobre uma superfície de 20.000m<sup>2</sup>.

Localizado na Praça Ruy Barbosa, sobre dois terminais de ônibus, em pleno “coração” da cidade, a algumas quadras da Prefeitura Municipal, do Mercado Público e de duas das vias de comércio popular mais frequentadas por compradores de todo o estado, o camelódromo passaria por uma série de modificações em seu projeto e estrutura, de acordo com o andamento das negociações entre as três modalidades de agentes envolvidos em sua concretização: os camelôs – que ocupavam as ruas do centro – o governo municipal e a iniciativa privada. Isso porque, ainda em 2006, a prefeitura de Porto Alegre celebrou um contrato de Parceria Público-Privada (PPP) com a empresa Verdicon S.A., de acordo com o qual o poder público cederia, através de licitação, uma área nobre no coração do centro para a construção de um espaço capaz de abrigar, contiguamente, 800 camelôs devidamente cadastrados junto à Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio (SMIC). A empresa assumiria o ônus da construção do edifício e, como contrapartida, lhe seria concedido o direito de exploração do empreendimento através da cobrança de aluguéis, de valores pré-ajustados, das 800 bancas. O projeto previa, igualmente, a criação de uma área de “livre aluguel”, prevista para “lojistas” e destinada ao “equilíbrio financeiro” dos investidores. O contrato teria validade durante 25 anos, prorrogáveis por mais 10.

O projeto de um camelódromo agradava tanto aos lojistas instituídos, em sua inequívoca pretensão de eliminar a camelotagem, quanto à mídia local, afinada com o discurso higienista segundo o qual era passada a hora de devolver as ruas aos transeuntes. Sua inauguração ocorreu em outubro de 2008, e não sem motivos, dado que a data correspondeu ao interstício do primeiro para o segundo turno das eleições municipais. O evento ocupou as páginas da mídia local e dos espaços destinados à propaganda eleitoral gratuita. A ocupação efetiva ocorreu alguns meses mais tarde, já no início de 2009, depois de vários adiamentos impetrados pelo Ministério Público, a pedido de um dos grupos de reassentados. A mobilização desse grupo, que foi preterido por ocasião da distribuição dos espaços, se estendeu para além da ocupação do camelódromo e, de fato, havia sido iniciada muito antes da inauguração, tão logo o projeto foi anunciado, ainda em 2005.

A realocação dos camelôs foi um projeto ousado e inovador por parte dos gestores municipais. Embora não tenha sido o primeiro do gênero no Brasil, envolveu um conjunto extenso de variáveis que precisaram ser equacionadas com habilidade,

sendo a principal delas, sem dúvida, o *consentimento* dos próprios camelôs. O uso da repressão pura e simples se mostrou, ao longo dos anos, uma estratégia economicamente inócua, pois os camelôs mudam de lugar ou retornam depois de certo tempo. Isso é politicamente desgastante, uma vez que os camelôs se reivindicam como trabalhadores honestos e encontram nisso solidariedade junto ao público mais amplo. Se a persuasão mostrava-se como a via mais indicada, talvez a única possível, para o convencimento dos camelôs, era preciso que o poder público dispusesse de um trunfo para entrar na negociação: um espaço compatível para a realocação das bancas que se encontravam nas ruas e praças.

Com o contrato de PPP, celebrado ainda em 2006, o poder público correspondia, simultaneamente, tanto às expectativas dos setores da economia formal, que exigiam a reurbanização e higienização do centro de Porto Alegre como condição para seu sucesso comercial, quanto aos anseios da opinião pública, que via com certa resistência o investimento de recursos públicos vultosos para tratar de um setor malquisto pela população e que, ademais, nem bem eram residentes da capital<sup>3</sup>. Argumento, na minha dissertação de mestrado (Kopper 2012), que a estes processos podemos nos referir, respectivamente, através das ideias de *gentrificação* e de *governamentalidade*. No primeiro caso, muitos autores já discutiram os diferentes processos pelos quais os centros urbanos das grandes cidades vão, paulatinamente, passando por ciclos que alternam desocupação e degradação com reurbanização e patrimonialização (Leite 2001; 2002). No caso específico que me ocupa, a gentrificação de prédios e ruas históricas, tinha o objetivo, mais que de devolvê-las aos assim considerados “cidadãos de direito”, ou de propiciar a eles um novo “ângulo” de contemplação desses patrimônios, promover uma nova instilação econômica, tratando de reconduzir a classe média – em permanente expansão – para esses espaços outrora ocupados. O camelódromo inseria-se, assim, como parte desse processo, já que, simultaneamente, removia sujeitos indesejáveis, onerosos e perigosos à economia formal, oxigenando-a, ao mesmo tempo em que os submetia, por meio de uma série de políticas de formalização subsequentes à ocupação do prédio, à conversão em comerciantes populares ou ainda microempresários. Mais que um jogo de palavras, tais ações de marketing visaram à fabricação de uma nova subjetividade comercial, por sua vez adequada à proposição do camelódromo como “shopping popular”, vale dizer, como receptáculo de novos fluxos de clientela que tinha interesse nessa modalidade de mercado em reconfiguração.

Na origem desses novos modos de subjetivação de determinados segmentos da população, encontra-se um processo de reconfiguração das estratégias estatais de governamentalidade (Foucault 1979), isto é, das formas pelas quais o Estado se

constitui e se pensa para atingir determinados fins. No caso de Porto Alegre, tratava-se de propor um novo modelo de gestão dos investimentos públicos (Souza Lima 2002) que, ao mesmo tempo em que reurbanizasse e higienizasse o centro da cidade tomando como ponto de partida a ideia da cidade cosmopolita e multicultural, permitisse ao Estado esquivar-se das implicações políticas e dos custos econômicos. Ao sugerir a PPP como tática financeira, o governo municipal pôde esgueirar-se para evitar possíveis desgastes políticos – amparando-se, para tanto, sempre que necessário fosse, nos novos documentos legais produzidos quando da instituição de Centros Populares de Compras e de seu regimento interno, que passariam a ordenar a jurisprudência das relações entre empresa, poder público e camelôs.

Por outro lado, o conceito foucaultiano de governamentalidade implica, igualmente, um certo regime de verificação e modos de alinhamento ou agenciamento da subjetividade (Foucault 1984; 1985). No primeiro caso, poderíamos sustentar que a remoção e a transposição dos camelôs das ruas do centro são concomitantes à emergência de novas formas de saber sobre o centro histórico, os trabalhadores informais e os equipamentos públicos urbanos – que pressupõem, ademais, modelos de intervenção específicos sobre esses espaços e sujeitos. No segundo caso, não menos importante, a transição desse mercado de rua teve importantes implicações no agenciamento da subjetividade dos trabalhadores afetados – o que implica pensar desde a sua organização em associações para fazer frente ao Estado, até o modo como passaram a ressignificar, durante o processo, de distintas maneiras, as categorias chave pelas quais se definiam, alternativamente, como “camelôs” ou “comerciantes populares”.

Não é de menor importância para o argumento deste artigo o fato de que o Estado, ao tratar “os camelôs” enquanto categoria homogênea – já que esses sujeitos tornar-se-iam afeitos ao controle por meio de processos de cadastramento, remanejamento e fiscalização –, acabou por privilegiar certos setores desses trabalhadores, particularmente aqueles que souberam o melhor momento de aliarem-se ao governo municipal na tentativa de ter as suas reivindicações incorporadas ao projeto. Isso não elide o fato de que diferentes projetos de transição estavam em jogo ao longo do reassentamento – o que se mostraria fundamental para a compreensão da diversidade de trajetórias que se desenrolariam com a abertura do empreendimento, para além do escopo ordenador e homogeneizador do Estado.

## DE CAMELÔS A COMERCIANTES: O CONTEXTO DA TRANSIÇÃO AO CPC

O mercado nas ruas centrais de Porto Alegre é tão antigo quanto a própria

capital, podendo-se observar sua presença em fotos do final do século XIX. Igualmente longínqua é a queixa dos lojistas e não raros foram os conflitos envolvendo os camelôs, os agentes de fiscalização e a polícia. Todavia, houve um recrudescimento dessas tensões ao longo da década de 1990, marcada por altas taxas de desemprego, sobretudo no seu início e no seu final. Levas de trabalhadores perderam seus empregos com carteira assinada e recorreram às ruas como estratégia de sobrevivência. De outra parte, a intensificação do processo de globalização ocorrida nesse período gerou uma oferta abundante de mercadorias – eletroeletrônicos e vestuário, sobretudo – fabricadas a baixo custo nos países asiáticos e buscadas pelos camelôs brasileiros no Paraguai (cf. Pinheiro-Machado 2004; 2009). O comércio de rua se expandiu e se sofisticou, concorrendo com certos segmentos do comércio varejista e disputando ruas, praças e calçadas com automóveis e pedestres.

Juliano Fripp, um dos principais líderes de camelôs envolvidos com o processo de transição das ruas ao camelódromo, chegou à Rua da Praia, tida pelos porto-alegrenses como a rua central por excelência, no início dos anos 1990. Repleta de altos e baixos, sua trajetória incluía, até aquele momento, incursões na agricultura – nascido na região nordeste do Rio Grande do Sul, migrara com a família para Rondônia, no Norte do Brasil – ; na indústria, no ramo da produção de iogurtes e derivados de leite; no extrativismo, trabalhando com garimpagem de ouro; e mesmo no comércio, como produtor e vendedor de algodão doce. Entre uma ocupação e outra, envolvera-se com a criação de associações, cooperativas e sindicatos. No final da década de 1980, com a extinção das pistas clandestinas de pouso e decolagem que davam acesso aos garimpos, Juliano retornou ao estado de origem trazendo um pouco de ouro para dar início a um novo empreendimento. Fixou-se em Esteio – cidade com pouco menos de cem mil habitantes que integra a Região Metropolitana de Porto Alegre –, montou uma pequena fábrica de agasalhos e os trouxe para vender no centro de Porto Alegre.

Aproveitando a experiência acumulada no Norte, Juliano iniciou a organização dos camelôs. Sua reputação cresceu rapidamente, pois, além do traquejo político, ficou conhecido como “corredor” de fiscais – dos que cobravam propina, sobretudo. Subdividiu o comércio ao longo da Rua da Praia em quadras, cada qual tendo seu representante. Ele próprio se elegeu coordenador da quadra em que trabalhava – num processo “transparente” e “democrático”, segundo sua versão. Fortalecido em suas bases, Juliano investiu na negociação de melhorias para o comércio local, garantindo que os camelôs não seriam molestados pelos fiscais da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC), ávidos por propina. Por volta de 2001, propôs a criação de uma associação de camelôs e feirantes, a ASFERAP, que incluiria as cerca de 200 pessoas que trabalhavam ao longo da Rua da Praia, geralmente após as 17h.

Começar a falar em Camelódromo, pra mim, pra muitos é bem antes, mas pra mim é falar em 1990, quando a gente foi pra Rua da Praia trabalhar com o comércio informal, por uma questão de necessidade pura, por não ter emprego (...). E lá a gente encontrou muita gente como a gente, que por necessidade extrema acabam indo pra rua, porque é a única forma que as classes dominantes deram pra nós e continuam dando. Então na rua a gente achou a dignidade, a maneira de poder trabalhar e sobreviver. Então esta luta começa desde 1990, a gente se organizando pra chegar o momento de que os espaços que a gente pudesse trabalhar fossem dignos, um espaço que a gente pudesse mostrar pra sociedade o valor que nós temos.

Alfonso Limberger acompanhou a movimentação de Juliano desde o princípio e com certa apreensão. Filho de brasileiros, mas criado na Argentina até os 17 anos, seu primeiro emprego formal foi num açougue, situado na Rua Voluntários da Pátria, que concentra, ainda hoje, muitas lojas que têm como clientela as classes trabalhadoras, onde foi construído o camelódromo e que, à época, também se caracterizava pela presença ostensiva do comércio de rua. Alfonso casou-se com a filha de um camelô e foi instigado a abrir seu próprio negócio, “nem que fosse na rua”, como relata. Prosperou com a venda de eletrônicos até que novas regulamentações da prefeitura, em meados da década de 1980, inviabilizaram um de seus dois pontos, sendo que o outro teve de ser transferido para a esposa. Com isso, passou a se ocupar, basicamente, das viagens em busca de mercadorias e da organização de feiras no interior. Na segunda gestão do PT em Porto Alegre (1992-1996), o grupo liderado por Alfonso conseguiu, depois de muitas negociações, o consentimento do poder público para agrupar as bancas, dispersas em diversas ruas e calçadas, em uma via interdita para o trânsito, contígua à Praça XV, no “coração da cidade”, que se tornaria, a partir de então, o principal reduto de camelôs em Porto Alegre.

Os rumores de que havia uma associação de camelôs em constituição em outra parte do centro chegaram aos ouvidos de Alfonso de forma difusa, até o dia em que, repentinamente, um sujeito, de andar rápido e decidido, de camiseta vermelha e baixa estatura, lhe interpelou, entregando uma folha de papel e anunciando que, daquele momento em diante, ele, Alfonso, seria seu representado. A relação entre os dois começou azeda, obviamente, e o tempo haveria de torná-la ainda pior.

Tais clivagens, que ficariam cada vez mais evidentes ao longo do processo de transição – quando entram em jogo outras categorias estratégicas como a noção de “camelô” em oposição à de “comerciante”, por exemplo –, encerram, na origem, distintas imagens ou concepções acerca do engajamento dos grupos populares na política representativa. Nesse sentido, a criação de associações com o objetivo decla-

rado de negociar diretamente com o poder público, se não chegou a representar a introdução inédita do comércio de rua no domínio da política, ao menos propulsou um canal direto de negociação. Como veremos mais adiante, subjacente a esta inflexão no acionamento e na apropriação dos espaços urbanos estão, coexistindo simultaneamente, a predisposição à militância político-partidária e ideológica de um lado e, de outro, o engajamento extensivo nos espaços da democracia participativa da cidade.

Assim, não surpreende que, paralelamente ao recrudescimento dos conflitos entre camelôs – e ao seu adensamento em espaços cada vez menores e mais restritos –, as primeiras ideias concretas em torno da constituição de um espaço fechado que os abrigasse tenham surgido com maior vigor durante a última das quatro gestões do PT na prefeitura (2001-2004). É isso que explica, de um lado, por exemplo, o aumento da pressão dos setores da economia formal pela remoção dos camelôs, advinda, sobretudo, de instituições como a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e o Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre (Sindilojas). Da mesma forma, não deixa de ser significativo que, do ponto de vista do Estado, interessado na urbanização e higienização do centro, os camelôs, de párias sociais, tenham rapidamente se convertido em “interlocutores” substanciais: uma passagem que para Juliano pareceu natural, em função de suas demandas por reconhecimento político, mas que por Alfonso sempre foi visto com certa desconfiança – uma vez que isso tornava visível a articulação entre política e economia e sujeitava, assim, os camelôs à adesão irreparável ao projeto. Em outras palavras, colocava-os num caminho sem volta, em que o Estado estaria predisposto à negociação dos critérios de construção e distribuição do espaço, mas sem colocar jamais em discussão o objetivo ou a imprescindibilidade da obra.

A forma como Juliano e Alfonso negociaram a inclusão de seus grupos nas listas oficiais de camelôs que seriam “contemplados” pelo Estado com os novos boxes – e o modo como asseguraram, através de aproximações políticas, que esta lista não “diminuísse”, vale dizer, que ninguém desistiria do projeto – seguiu diferentes caminhos. Para Juliano, que durante o período da rua se empertigava com o estigma da categoria camelô e se considerava algo mais que um vendedor de quinilharias, as dificuldades não estavam tanto em aceitar a remoção em si. Diante da inevitabilidade do processo de transição, tratava-se, antes, de assegurar, para a sua gente, que as condições simbólicas desse rompimento fossem as menores possíveis: vale dizer, que o projeto como um todo produzisse sustentabilidade financeira e social. Isso incluía, num primeiro momento, rechaçar o modelo vertical de camelódromo, inspirado no projeto arquitetônico de Belo Horizonte, que havia sido proposto inicialmente pelo governo de José Fogaça (PMDB – 2004-2008), tão logo este assumiu a prefeitura – afinal de contas, se era no chão da rua que



se vendia bem, por que inverter a ordem natural das coisas e obrigar o cliente a deslocar-se para o alto?

Aí começa uma luta que a gente desde o início acreditou que seria verdadeira. (...) Assim como os vereadores acreditaram nesse camelódromo, nós também acreditamos nele. Acreditamos que as propostas que a gente tava levando pro então secretário seriam aceitas. Acreditamos que os espaços seriam de 2 por 2. Acreditamos que o valor seria de R\$ 200 a R\$ 250. Acreditamos que a gente teria acesso à engenharia da obra, porque é a nossa segurança, de quem vai estar lá dentro daquele espaço, que ta em jogo. Só que nada disso aconteceu!

Até aquele momento, Alfonso não havia entrado diretamente na discussão. Nem ao menos a comissão que presidiria, para tratar da transferência, estava formada. Uma coisa, contudo, lhe estava suficientemente clara: Juliano havia estragado tudo ao resolver apoiar irrestritamente a criação do camelódromo – com direito, inclusive, a faixas e cartazes na Câmara de Vereadores no dia da aprovação unânime do projeto de lei que autorizava a criação da PPP e a construção do camelódromo sobre um terminal de ônibus. O grande problema estava que isso implicava uma série de alianças políticas de bastidores – que seu adversário teria aceitado sem nem, ao menos, questionar-se a respeito das consequências futuras. Para Alfonso, era evidente que Juliano havia sido manipulado de todos os lados, pela SMIC, pelo sindicato, pelos partidos políticos, e teria arrastado grande parte da categoria de trabalhadores em sua ruína pessoal.

Alfonso, por outro lado, estava disposto a encabeçar a resistência política com os órgãos públicos competentes, apoiado por líderes vinculados, por exemplo, ao Sindicato dos Camelôs e Ambulantes de Porto Alegre. Nunca teve maiores problemas em aceitar seu status de ambulante enquanto estivera na rua – afinal era este o ofício que o sustentava e que investia suas demandas políticas da legitimidade necessária para torná-las eficazes. Da mesma forma, sabia que, uma vez deslocados para o novo camelódromo, seu status jurídico-formal se alteraria profundamente e, por extensão, também, o tratamento legal dispensado pelas autoridades com as quais dialogava. Logo, se havia algo a ser feito diante da inevitabilidade da transição, era qualificar os sujeitos que, de camelôs, seriam transformados em comerciantes populares. Tais problemas, que poderiam ser de ordem identitária, no caso de Juliano, para Alfonso se resolviam na carta fria da lei e do contrato.

Para os membros da ASFERAP, a transição para o CPC foi vivida com dramaticidade. No início das tratativas eles se mostraram muito otimistas e, de fato, aderiram ao discurso oficial sobre o novo eldorado. Imaginaram que o deslocamento

das ruas para o CPC lhes proporcionaria melhoras em todos os planos. Além de aumentar a renda, ficariam ao abrigo das intempéries, deixariam de ser molestados pelos fiscais e pela polícia, seriam tratados como comerciantes e, portanto, mudariam de status. Na medida em que se aproximava a conclusão da obra e o deslocamento tornava-se iminente, as certezas foram se deteriorando. Por sua vez, a inversão de estratégias da parte de Alfonso coincidiu com a formação de alianças sindicais e políticas, com a criação da Comissão “Praça XV, José Montauray e Vigário José Inácio” e, mais importante, com um momento crucial do processo de elaboração do projeto de transição: a negociação dos critérios de acesso e de distribuição dos boxes, de acordo com os diferentes grupos de camelôs registrados oficialmente na SMIC.

Os dois grandes blocos nos quais o CPC está subdividido, conhecidos como A e B, foram percebidos, desde o princípio, como muito desiguais. A sensibilidade de anos no comércio de rua indicava, para ambos os grupos, que o bloco A era nitidamente privilegiado em termos de localização, o que haveria de se confirmar posteriormente. A ASFERAP defendia a ocupação das 800 bancas – de aproximadamente 4m<sup>2</sup> – por sorteio aberto a todos os camelôs devidamente credenciados. O grupo liderado por Alfonso exigia que se aplicasse o critério de antiguidade, de modo que eles, por estar há mais tempo “na rua”, seriam privilegiados. O debate foi tenso e se arrastou por várias semanas. Uma espécie de conselho deliberativo foi instituído e, não havendo acordo, o critério foi escolhido no voto. O voto de minerva coube ao secretário da SMIC, e privilegiou a posição da Comissão da Praça XV. Os membros da ASFERAP se revoltaram e, desde então, passaram a associar o grupo de Alfonso aos representantes do governo. Essas animosidades – entrecortadas por filiações e predileções partidárias – acabariam pontuando todo o cenário mais amplo em que se travariam as disputas pela permanência dos camelôs nos boxes e se incrustariam na própria geografia espacial do prédio, peremptoriamente dividido entre bloco A (a favor da política de remoção dos comerciantes) e bloco B (contrário).

A derrota da ASFERAP no embate pontual da distribuição dos boxes gerou novas incertezas entre os camelôs, mas, aquela altura, eles já estavam demasiadamente comprometidos com o processo de deslocamento para que pudessem oferecer resistência. Juliano, o principal líder do grupo durante o processo de transição, tentou um amplo espectro de medidas protelatórias – entre as quais o recurso ao Ministério Público, devido a supostas irregularidades na infraestrutura do prédio e a produção de um documentário, ao som de “Fábrica” (Legião Urbana), intitulado “O último ano da ASFERAP na Rua”, assim como uma série de reuniões preparatórias e cursos de capacitação em parceria com órgãos como o SEBRAE. Tudo isso teve por efeito retardar o reassentamento, mas não reverteu nenhuma decisão, sobretudo as mais graves, dentre elas a destinação da ASFERAP para o Bloco B e a cobrança de

aluguel das bancas tão logo a ocupação fosse realizada. Não passaria uma semana no camelódromo para que os novos comerciantes confirmassem suas piores expectativas, pois o baixo movimento de público no Bloco B fez as vendas declinarem de forma generalizada. Um misto de desapontamento, pânico, revolta e ameaça de insurreição tornou-se rotina entre o pessoal do Bloco B.

Havia, contudo, um terceiro elemento, fundamental para o entendimento dos desdobramentos da transição dos comerciantes informais para o novo prédio, que tanto Alfonso quanto Juliano haviam descurado: o papel que desempenharia, com a implantação do projeto, a empresa Verdicon S.A., vencedora do processo de licitação para a construção da obra. Isso porque, ainda em 2006, o então prefeito José Fogaça (PMDB) havia celebrado um contrato de Parceria Público-Privada (PPP) – o primeiro da história de Porto Alegre –, segundo o qual o governo cedia uma área pública à empresa para a edificação do shopping popular. A empresa teria o direito de cobrar aluguel dos futuros comerciantes, como forma de reaver seus investimentos, sendo que estes deveriam ser recrutados entre os camelôs de diversas ruas do centro de Porto Alegre. A referida PPP foi aclamada pela grande mídia local, afinada com o discurso moralizante e higienista segundo o qual era passada a hora de limpar as ruas do centro, devolvendo-as aos “cidadãos de bem”, e acomodar os comerciantes informais em local apropriado, onde poderiam negociar suas mercadorias desde que pagassem impostos.

Do ponto de vista da regulamentação do comércio informal, a adaptação das Parcerias Público-Privadas ao projeto do camelódromo tem, pelo menos, duas grandes consequências. Em primeiro lugar, ao criar o Comitê Gestor<sup>4</sup>, através do estatuto interno do camelódromo, ela permite ao poder público atuar de forma sutil e despercebida, numa espécie de “mediação” tácita entre os interesses da empresa e os dos novos comerciantes – colocando-se a favor do “contrato” e da “lei” sempre que necessário for, como estratégia de invisibilização de sua agência e, simultaneamente, como mecanismo de aprovação das demandas que lhe interessarem. A PPP permitiu ao governo municipal higienizar o centro da cidade, atendendo a antigas demandas, ao mesmo tempo em que delegou à empresa privada o embate direto com os camelôs insatisfeitos, e estes últimos, à própria sorte.

Desse ponto de vista, nem Alfonso nem Juliano escaparam incólumes, muito embora tenham, novamente, adotado, cada qual, estratégias distintas. Enquanto o

<sup>4</sup>Órgão instituído pelo estatuto interno e composto por uma representação tripartite que inclui um membro da SMIC, outro da empresa que obteve a concessão (Verdicon Construções) e três comerciantes populares titulares de bancas.]

primeiro empertigava-se com a impetração de processos jurídicos contra a empresa, a partir da associação que passara a presidir com a abertura do camelódromo (Associação dos Comerciantes do CPC), o segundo lançaria mão da expertise apreendida em anos de militância no OP e na política partidária de esquerda – particularmente ao fazer uso da esfera pública e ao ocupar espaços estratégicos da cidade para a canalização de suas reivindicações. Aqui, novamente, distintas noções acerca da tomada de posições no âmbito da política estão em jogo. Enquanto Alfonso deixa claro que suas intervenções são, no máximo, protocolares – no sentido de cobrar e fiscalizar a aplicação das normas contratuais estabelecidas antes da transição –, Juliano, ao contrário, passa a sugerir que o problema está, na origem, em imaginar a gestão de um espaço público por agentes privados. Poderíamos mesmo avançar e antever, aí, o prenúncio de grande parte dos conflitos que estariam por vir quando da abertura do prédio – quando a noção de “ser camelô” passaria a ser cada vez mais acionada como balaústre dos embates em torno da permanência nos novos espaços de trabalho.

#### JULIANO E ALFONSO: A TENSÃO ENTRE “SER” E “ESTAR” CAMELÔ

Os trajetos delineados por Juliano e Alfonso sinalizam uma tensão de base entre “ser” e “estar” camelô. Enquanto o primeiro, presidente fundador da ASFERAP, sempre fez questão de escapar ao rótulo estereotipado da categoria de “camelô”, valendo-se, em detrimento, da expressão – politicamente mais polida e amena – de “feirante” para justificar a sua atuação ao longo da Rua da Praia, o segundo jamais negou sua “condição” de camelô ao longo dos mais de 25 anos em que atuou no entorno da Praça XV. Com a abertura do empreendimento, as posições se inverteram: Juliano passaria, com a implantação e as consequências do projeto, a reinventá-la e mesmo invocá-la em favor de uma categorização identitária do movimento social, como o baluarte das lutas e disputas políticas que seriam travadas para resguardar seu direito de permanência nos boxes do shopping popular; enquanto Alfonso a negaria veementemente, sob o pretexto de que, uma vez “inaugurado” o novo negócio, este operaria um rearranjo global da vida desses sujeitos, doravante sob a responsabilidade de manter um patrimônio com endereço fixo e bem estabelecido que, por sua vez, demandaria também novas táticas subjetivas de acomodação que deveriam passar longe da noção de camelô.

O itinerário de Alfonso, desde o período anterior à inauguração do prédio, era pontuado por entrevistas concedidas a diferentes veículos de comunicação, enaltecendo as consequências positivas e construtoras de um sentido autônomo de individualidade materializado na própria fluidez e naturalidade com que empregava, dis-

cursivamente, a categoria de “comerciante popular”. Trata-se, aqui, de forjar, criativa e individualmente, uma nova interioridade pela qual a experiência da transição adquire sentido imediato: gestada no interior de um campo de possibilidades afeito ao movimento ascético do empreendedor comercial, a transição é elaborada progressivamente ao longo dos meses que antecedem à inauguração e adquire a ideia de uma mudança global das condições objetivas e subjetivas de vida. Nesse caso, portanto, a transição equivale à preparação e elaboração imagética de um futuro esperado e projetado, em que o ritual da inauguração do prédio aparece apenas como a passagem para uma nova fase cuja absorção e realização das condições objetivas encontra correspondência no sujeito que as desejou e imaginou (Berger e Luckmann 1983; Wagner 1979).

“Centro de Compras vai mudar a vida de 800 camelôs”

“A rotina diária de incertezas de Alfonso Limberger, 43 anos, ambulante da Praça XV, vai mudar com a construção do Centro Popular de Compras. Agora, os dias passados na rua, sob calor, frio, vento, sol ou chuva, e a precariedade do local para comercialização dos seus produtos, serão substituídos pela proteção, segurança, aconchego e certezas do camelódromo.’

‘Quem tem um trabalho como o meu sabe das dificuldades do dia a dia. Não temos como planejar a nossa vida, não sabemos como o dia irá nascer, não sabemos se teremos o mesmo espaço para trabalhar na manhã seguinte. Mas as incertezas começam a ficar de lado com a vinda do camelódromo. Teremos o nosso espaço, em um lugar muito bem projetado, e isso é uma conquista’, revela Alfonso, coordenador da comissão que representa os vendedores ambulantes.’

*Novo momento* – Com apenas 19 anos, Alfonso casou-se com uma vendedora ambulante e deixou a profissão de açougueiro para acompanhá-la na sua profissão. Já são quase 25 anos na atividade, e ele, que foi um dos primeiros comerciantes da Praça XV, não consegue esconder ansiedade por estar vivendo esse novo momento. (...) São 800 histórias semelhantes à de Alfonso que iniciam novos tempos em suas vidas e também de suas famílias. A começar pelas suas novas nomenclaturas: comerciantes populares, no lugar de camelôs (...).!”

Aqui, não é tanto a percepção e a realização das mudanças objetivas (em termos de uma readequação total do perfil da clientela, da estrutura física do prédio e, conseqüentemente, da oferta de mercadorias específicas) que conduz e explica o

sucesso, mas, antes, a predisposição à aceitação do projeto como produtor de positividade, isto é, de um novo sujeito que é capaz de atribuir a todas estas mudanças o sentido do “progresso”, da “dignidade”, da ascensão social, enfim, da percepção e do léxico do “sucesso”. A predisposição subjetiva à aceitação das novas condições de comercialização e sociabilidade permite que os entraves que emergem no traçado desse deslocamento para a legalidade sejam situadas, invariavelmente, no sujeito que as experimenta: é porque este não se adequou completamente à imagem do novo comerciante e, logo, porque a transição não foi completamente incorporada, que as vendas não alavancaram. De fato, a adesão incondicional ao léxico do “sucesso” coloca em jogo a necessidade de superação dos entraves à conversão: não é que as condições objetivas da transição (como os encargos com alugueis, as novas obrigações em termos de horários, práticas, técnicas e expectativas de comercialização) não desempenhem um papel importante no processo de aceitação do projeto, mas, antes, que não se pode explicar a predisposição subjetiva à incorporação dessas práticas exclusivamente por uma avaliação de custo-benefício econômica.

Para Juliano, contudo, e sua comunidade – que se constitui nos marcos de um projeto coletivo de transição –, a dinâmica das relações entre a apropriação simbólica do Camelódromo e as implicações deste campo de possibilidades em termos das formas de sociabilidade pode ser mais bem sintetizada no próprio uso discursivo que se faz da categoria “camelô”, em oposição à de “lojista” ou de “empresário”. Trata-se, aqui, de um jogo estratégico e ambivalente: ao mesmo tempo em que não se está preparado para assumir os encargos financeiros e simbólicos da nova posição social e cultural que a figura do “comerciante” impinge, Juliano também não despreza – chegando, inclusive, a postular – as novas prerrogativas e vantagens que a mudança de status institui: “Aqui nós somos diferenciados!”. É uma tomada de posição que tem em vista as sensações, as impressões e os impactos subjetivos do processo de transição, e que pressupõe o acionamento dinâmico e concomitante do léxico individualista e holista (Dumont, 1985) na definição dessa diferenciação como a espessura da fronteira que caracteriza a ambivalência existencial de seus interlocutores – que não se situam, ainda, nem aqui nem ali (Turner, 2008: 215-252), mas neste espaço liminar entre o universo anônimo da rua e o da visibilidade e da legalidade intrínsecas ao Camelódromo. É o jogar e flertar estratégico e parcial com cada um desses universos de significado, sem comprometer-se a uma adesão axiomática e irreversível, que caracteriza a transição enquanto uma fronteira que promove a mediação e articulação (De Certeau, 1994: 194-197).

Se nos é dado persistir no caso de Juliano enquanto protótipo de transição coletiva – que, de mais a mais, opera paradigmaticamente, como líder comunitário, na delimitação dos espaços de narração e criação da transição, bem como na dramatização desse pertencimento – então um rápido exame das estratégias desencadeadas ao longo dos primeiros meses da experiência do Camelódromo poderão ilustrar os argumentos que se acaba de propor. Os itinerários de Alfonso Limberger e Juliano Fripp estavam por se entrecruzar, doravante, em diversas ocasiões, muito embora constituíssem, cada qual à sua maneira, projetos radicalmente distintos. Com a inauguração, Alfonso, por exemplo, tratou de reagrupar os colegas de profissão – que compunham até aquele momento a Comissão “Praça XV, José Montauray e Vigário José Inácio” – sob o jugo de uma nova associação que a partir daquele momento carregaria consigo o sinal dos novos tempos e a marca distintiva do projeto de indivíduo que representavam: trata-se da “Associação Comercial do Centro Popular de Compras”, que tinha por escopo proporcionar, como o nome deixa entrever, cada vez melhores condições de trabalho, através da incrementação da infraestrutura do prédio, das condições de trabalho (que incluíam desde a oferta de novas mercadorias até a proposição de cursos de capacitação técnica, a fim de amplificar o fluxo de vendas) e, com isso, proporcionar uma experiência individualizadora e moderna mais completa e íntegra ao sujeito que busca as vantagens propiciadas por sua entidade.

Juliano, por sua vez, tratou de fundamentar e institucionalizar sua posição (e reputação) como o líder comunitário mais adequado e apto ao exercício da função de mediador político, cargo que o acúmulo de capitais e habilidades, como a arte retórica, o uso público da palavra e a rede de sociabilidades e competências técnicas e pessoais lhe conferiam. A um mês da abertura do prédio, em reunião ocorrida na Sala 10 do Mercado Público, onde ocorrem as principais reuniões do OP, tendo a presença de consultores de marketing e do secretário adjunto da SMIC, Juliano comemorava, junto de sua comunidade de camelôs, a suspensão do alvará de abertura do camelódromo, ao mesmo tempo em que reconhecia a centralidade de se “ocupar” o novo prédio para poder, então, “implodi-lo de dentro”. Se, de um lado, o líder servira de instrumento para convencer os que nele acreditavam da necessidade do projeto – e a presença do secretário não deixava dúvidas a esse respeito –, de outro lado, juntava-se a eles para salvaguardar seu direito ao enfrentamento e à resistência – o que o colocava na linha de frente do processo de mediação, em relação aos espaços para onde a mobilização seria canalizada, e de persuasão dos sujeitos que adeririam à causa e lhe confeririam a reputação necessária para representá-los.

Passada a primeira semana, a eleição de Juliano ao Comitê Gestor do Came-

lódromo foi fundamental para a consecução do processo de mobilização, que perduraria, com maior intensidade, até meados de 2009. O rito de passagem, além de permitir demarcar dramatizada e cerimonialmente a transição de status de Juliano no que tange ao seu processo de representação e de acesso aos espaços de uso público da palavra, é fundamental para a compreensão dos caminhos delineados por aqueles camelôs que percebiam na possibilidade de representação de seus interesses – e, conseqüentemente, na necessidade de formação de uma comunidade de pertencimento – o único caminho possível para a produção de um espaço subjetivo capaz de acomodar um determinado *projeto coletivo* de produção da transição. Aqui, é o líder que dará o tom da narrativa e, subsequentemente, o espaço dos possíveis simbólicos para a edificação dos símbolos de percepção da transição por parte do comerciante ordinário que dramatiza esse pertencimento ao grupo: sem essa elaboração, as estratégias de resistência não poderiam ser canalizadas pelos interstícios do poder enquadrador do Estado.

Juliano procura, pelas estratégias que coloca em prática, amalgamar o “melhor dos dois mundos”, ao aventar, por exemplo, a minoração das rupturas (a própria ideia de horizontalização dos novos espaços sugere a minimização dos esforços necessários à transposição da escada de acesso do prédio), ou ao manter intacto o nome de sua associação após o deslocamento para o Camelódromo (propõe-se, aqui, que o nome simboliza e tipifica o pertencimento identitário que o líder dramatiza enquanto mediador, e a sua alteração poderia descrever a própria tentativa de conversão ao projeto individualista). Juliano busca, enquanto representante institucionalmente empoderado, o caminho da negociação das *condições de comercialização*, na tentativa de fazê-las convergir às expectativas de sua comunidade através da proposição de períodos de carência ou zoneamento do valor dos aluguéis – para quem, essencialmente, trata-se de emular, em todos os aspectos materiais e existenciais, as dimensões da experiência vivida nos contextos da rua. Uma vez captados e produzidos os pontos de amarração, que engendram a ponte simbólica, caberá ao líder organizá-las em termos de um programa de itinerários a partir de onde o fenômeno de transição deverá ser vivenciado.

Esse “trajeto” de resistência (De Certeau 1994), o líder o construirá, recorrendo às mesmas instituições que outrora colocaram, discutiram e aprovaram, em termos legais e jurídicos, seja a necessidade de transposição, seja a tramitação imprescindível à construção da obra. É assim que, após os dois primeiros meses de atividades – marcados por turbulências, confusões e tímidas tentativas de negociação interna das condições de comercialização e de divulgação do novo empreendimento que, de outra parte, recrudescem as diferentes perspectivas de engajamento subjacentes à apropriação do novo espaço – Juliano convoca todos os “comerciantes” com



espírito e identidade de “camelôs” a assumirem seu quinhão de responsabilidade e comparecerem à Tribuna Popular da Câmara de Vereadores, que veio a ser realizada no dia 30 de abril de 2009. O evento reuniu cerca de 600 camelôs no auditório principal da casa: iniciava-se, naquele momento, o processo de mediação política encabeçado por Juliano e sua comunidade, na tentativa de estabelecer pontes de comunicação com os espaços da Câmara, que repercutiriam, em longo prazo, na realização de seis reuniões do Comitê Gestor do Camelódromo com a Comissão de Finanças e Tributação (CEFOR), distribuídas entre os meses de maio e outubro de 2008, bem como a mobilização coletiva, pontuada por protestos e passeatas, em frente à prefeitura municipal.

O segundo semestre de 2009 iniciou em meio a um clima de tensão e efervescência para os comerciantes populares envolvidos com a mobilização política na Câmara de Vereadores. De um lado, o evento da Tribuna Popular, em meados de abril, produziu um ambiente de expectativas positivas com relação ao tão propalado e aguardado papel de intermediação das autoridades públicas em relação aos conflitos que se acumulavam entre os comerciantes inadimplentes e a administração do Camelódromo. De outro, a intensidade dos debates durante as primeiras reuniões na CEFOR, realizadas num intervalo de apenas duas semanas – com a presença maciça de vereadores e, inclusive, do próprio secretário da SMIC, Idenir Cecchim – deu novas razões para que os comerciantes acreditassem numa possível solução dessas pendengas, ao mesmo tempo em que fortaleciam e recrudesciam os ânimos para suportar as incertezas da transição, materializadas e acumuladas nas dívidas, nos problemas e nas crises de identidade. O mês de junho, contudo, arrefeceu as tramitações – foi realizada apenas uma rápida e reunião que sequer contou com a presença de todos os vereadores da comissão.

Ao longo do mês de julho e de boa parte de agosto, a questão não tornou a ser discutida na Câmara. Enquanto as pessoas pareciam cada vez mais assombradas pela postergação das decisões e negociações e pelo acúmulo das dívidas de aluguel sem uma resolução objetiva, Juliano continuava atipicamente sereno. Várias são as pessoas que, no cotidiano da experiência da transição, nos boxes e corredores do Camelódromo, interceptam o trajeto de seu líder para perguntar-lhe sobre o andamento das reuniões, ao que ele retruca, simples e vagamente, “que as coisas estão avançando”. Esses momentos de convocação para dar explicações são, portanto, as ocasiões em que compete proceder à adequação e compatibilização da morosidade da burocracia estatal com a premência das demandas locais; dos interesses dos políticos de ofício com os interesses comunitários:

Eu não me preocupo muito com isso, porque enquanto a coisa ficar assim, em suspenso, eles não vão poder fazer nada. A SMIC não vai poder despejar porque eles vão estar desrespeitando a Comissão instituída e a Câmara Municipal. (...) Mas nós não podemos pagar o aluguel, porque nós não estamos vendendo o suficiente para isso. *Ninguém* pode pagar! Se eu começo a pagar o aluguel, e daqui a pouco o nosso amigo ali não vai ter condições de pagar aí a gente vai estar ferrando com ele! Nós temos que *segurar junto!* Nós temos que lutar pela nossa *anistia!* Porque a idéia do Cecchim é fazer uma *lavagem cerebral* na gente, ele quer convencer a gente que o problema é *nosso*, ta nas *nossas* bancas, nas *nossas* mercadorias. Nós temos que segurar junto e vamos até a frente da prefeitura para protestar! Nós não podemos deixar que eles nos desarticulem aqui dentro, nós temos que conservar a unidade do movimento a todo custo!

A atividade do líder diz respeito, portanto, a um duplo procedimento: de um lado, é preciso (re)constituir – tal como o xamã ou o profeta religioso (no nível coletivo) e o psicólogo ou o psicanalista (no nível individual) –, o sentimento de pertencimento à coletividade, por meio do acionamento, da manipulação e criação de diferentes elementos constitutivos do processo de transição pelo qual esses sujeitos constroem a percepção dessa experiência. Por outro lado, sua reputação e qualidade como liderança dependem do emprego de certas competências que o colocam em ação em espaços extrínsecos e inacessíveis àqueles do sujeito ordinário da comunidade. A Juliano caberá, portanto, reconhecer e avaliar a ambiência simbólica e o tom subjetivo dos estados emocionais daqueles indivíduos que estão sob o seu jugo enquanto líder comunitário e canalizar tais experiências de modo a produzir efeitos de mediação política, isto é, a operarem como conectores eficazes no âmbito das reuniões na Câmara de Vereadores.

Enquanto conversávamos, Juliano e eu, na Praça de Alimentação do Camelódromo, uma velha senhora veio ao seu encontro, o semblante abatido, uma notificação em mãos, recebida a pouco por um dos fiscais da SMIC. Tratava-se de um aviso de despejo. Ela chorava, balbuciava, insegura, e Juliano reanimou-a, utilizando-se de quatro estratégias discursivas: em primeiro lugar, fazendo crer de que aquela senhora era parte de uma coletividade, de um movimento social reivindicatório, e de que há um acordo político que assegura a permanência de todos os comerciantes populares no Camelódromo. Em segundo lugar, a manipulação da religiosidade e, em particular, da crença em Jesus; em terceiro lugar, uma diminuição simbólica da figura do fiscal, na tentativa de fazer perder o medo do poder coercitivo e vigilante do poder público contra os camelôs; em quarto lugar, a ênfase na cidadã de direitos, na idéia de que não há somente deveres, mas também direitos a serem respeitados,

e que participar de um movimento organizado e deixar de obedecer a uma injunção legal pode significar, igualmente, o respeito aos direitos do indivíduo.

[Juliano] A Senhora não pode ficar assim! A senhora faz parte de um movimento! Nós temos um acordo com a prefeitura! Até o dia 15 de dezembro não haverá despejo! A senhora não pode aceitar passivamente essas notificações desses fiscalzinhos de merda! Eles não têm nenhum poder! Só querem plantar o terrorismo aqui dentro! A senhora é uma cidadã de direitos! Não precisa ter medo e sair correndo entregar o dinheiro que a senhora não tem para a empreendedora!

[dona Maria] Mas eu tenho medo de ficar devendo... Eu nunca fiquei devendo na minha vida e não é agora que eu vou começar... Eu tenho muita fé em Jesus e no Espírito Santo!

[Juliano] Então use a sua fé e o nosso movimento e não assine mais esse papel. Porque essa é a estratégia deles! Eles querem que todo mundo assine com medo, fazer todo mundo refém da empresa! Só que eles não são ninguém! A senhora não parece que tem fé! Tem que ter fé que as coisas vão melhorar, a senhora vai ver! Mas não saia correndo pra pagar as suas dívidas! Não se entregue!

[dona Maria] Sabe que tu tens razão! Eu não vou mais me preocupar tanto com isso! Muito obrigado, viu, Juliano! Deus te abençoe!

O recrutamento dos camelôs dispostos a fechar suas bancas e, não raro, deslocar-se pelas ruas até a frente da Prefeitura Municipal ou a Câmara de Vereadores – mesmo quando vendiam satisfatoriamente e sacrificavam-se em nome dos poucos cuja situação era, realmente, insustentável – fez sentido durante algum tempo, quando as estratégias discursivas empregadas por Juliano – em busca, alegadamente, de sustentabilidade, zoneamento dos espaços de acordo com fluxo de pessoas e mesmo um ano de carência no pagamento de aluguéis – vinham ao encontro das expectativas gestadas por essa comunidade de interesses. Estes incluíam um leque bastante amplo de problemáticas, desde aqueles que, tendo condições para pagar, se baseavam na repercussão da mobilização para não fazê-lo, até aqueles que, mesmo sem vender, titubeavam em colocar-se explicitamente contra a Prefeitura e a administração do camelódromo, e que demandavam, por isso mesmo, as competências de persuasão do líder comunitário, uma espécie de chefe cujo poder de oratória é muito apreciado (Clastres 1990; Austin 1962). O espectro ideológico variava, nesses casos, desde o universo religioso (e suas várias subdivisões), passando por noções de justiça, merecimento e enriquecimento igualitário, até o apelo à cidadania e à participação popular como armas contra a concentração de poder político e/ou econômico nas mãos de elites privilegiadas.

O deslocamento até o camelódromo implica, sobretudo, uma caminhada epistemológica, uma dinamicidade, uma movimentação que faz referência a pelo menos duas dimensões complementares: ao mesmo tempo em que inaugura um trajeto espacializado, isto é, um percurso objetivamente delineado no seio da paisagem constitutiva da região centro da cidade, ele é, também, e antes de tudo, um movimento narrativo, ou seja, construtor de uma certa temporalidade em deslocamento. Do ponto de vista do antropólogo em campo, problematizar o movimento implica, seguramente, considerar o seu próprio itinerário a partir desta dupla semântica: de um lado, o movimento que o etnógrafo realiza *junto com* a alteridade, descobrindo o espaço no acompanhamento dos trajetos objetivos por entre corredores e paredes do camelódromo; por outro lado, as manobras que o antropólogo realiza para *colocar a alteridade em movimento*, procurando suscitar e acompanhar os deslocamentos espaciais e físicos que a própria narrativa desse indivíduo sugere.

As narrativas acerca da dinâmica da transição colocam em jogo, de um lado, o problema do *tratamento* e, por extensão, da qualidade das relações com as instituições que fundamentam a perspectiva de legalização subjacente ao projeto de camelódromo. Se os procedimentos jurídico-formais de visibilização da mão-de-obra informal se colocam como inevitáveis, do ponto de vista da construção desses sujeitos, então nada mais legítimo do que fazer valer a perspectiva do cidadão demandante de direitos, amparado por sua vez, entre outras coisas, na manipulação da cultura escrita, através do documento que autoriza, legalmente, a ocupação contratual dos boxes. Nesse sentido, a ambivalência no tratamento por parte dos agentes encarregados da fiscalização – por meio do emprego de técnicas ou dispositivos visando à violência física, estética e moral que fazem menção àquelas utilizadas na rua, quando eram consideradas legítimas – implica o não reconhecimento das novas condições inauguradas com a abertura das lojas.

Por outro lado, essa positivação da legalidade esbarra, a todo o momento, no cumprimento e na incorporação dos “ônus” da mudança. Se o Estado é rechaçado ao tratá-los com a ambiguidade característica da transição entre a informalidade e a legalidade, não é menos reprovado por instituir precisamente os critérios de ocupação e visibilização das fronteiras do que é estar no camelódromo. As “vantagens” advindas da instrumentalização, do papel assinado, do alvará em dia, são assim obliteradas pelas preocupações em fazer cumprir o pagamento das novas taxas financeiras: aluguéis semanais, serviços de condomínio, contas de luz, telefone, internet e cartões de crédito, despesas com a manutenção da infraestrutura dos espaços e das mercadorias, etc. Somam-se a isso as tentativas de consolidação do esquadrinha-

mento do tempo e do espaço, através da instauração de prazos e horários rigidamente afixados e horizontalmente individualizados; de espaços de comercialização que exigem a maximização funcional de sua arquitetura interna, a distribuição equânime de pessoas e objetos, enfim, a padronização externa das diferenças em favor da diversificação interna da organização do espaço.

De certa forma, é o “mundo” da rua que é preciso traduzir e insuflar para dentro da banca de cerca de quatro metros quadrados; é no âmbito da banca que doravante deverão ocorrer as competições de diferenciação de objetos, técnicas e pessoas, não mais na apropriação do espaço externo. Aqui, o corredor é projetado para a “livre circulação”: na rua, era o próprio corredor, através das calçadas, que importava apropriar e se constituía no cenário das disputas pela diferenciação estética da comercialização de produtos que, em sua essência, eram semelhantes. É, portanto, uma homologia semântica que se pretende atingir entre as posições simbólicas ocupadas por cada agente nesses campos tão clivados quanto a amplitude da distância social que separa a rua do camelódromo.

A dinâmica da transição traz consigo o problema da constituição das fronteiras identitárias desses sujeitos em pleno processo de reelaboração de sua subjetividade. De modo que a espessura simbólica desse trajeto de deslocamento implica um constante tensionamento em relação às figuras liminares que compõem a paisagem do novo espaço de trabalho, tais como os agentes de fiscalização, os representantes do Estado, os administradores da empresa, os próprios “comerciantes populares” (em sua diversidade biográfica e de engajamentos), bem como os novos e antigos camelôs, que permaneceram na rua ou na “lista de espera”, e que paulatinamente retornam aos seus antigos pontos nas calçadas das ruas do centro e nas escadarias de acesso ao camelódromo. A dinâmica da legalidade não exclui diferentes estratégias de aproximação ou afastamento de cada um desses vários posicionamentos e universos de pertencimento social; ao contrário, o que a própria trajetória de Juliano parece indicar é um flerte com o universo moderno-racional do cidadão de direitos ao nível da mobilização pública e da politização dos símbolos da transição, ao mesmo tempo em que, do ponto de vista subjetivo e das estratégias de produção do sujeito comerciante, permanecem certas táticas referenciadas ao universo da rua e a incorporação de tantas outras que sinalizam a ambiguidade constitutiva da transição. Tal é o caso, por exemplo, da incorporação de mercadorias “pirateadas” ao leque de possibilidades de comercialização, ao mesmo tempo em que, da perspectiva da construção identitária, preconiza-se um afastamento em relação aos camelôs que permanecem na rua e que, doravante, com a construção do camelódromo, deverão ser, por excelência, o alvo dos agentes de fiscalização da SMIC. Neste caso, o que os diferencia não são as práticas e saberes que orientam as estratégias de comércio e a

seleção das mercadorias – já que entre ambos os casos há somente uma diferença de grau, e não de natureza – mas, sobretudo, a forma como os estabelecidos nos espaços do camelódromo postulam e constroem suas especificidades identitárias, legais e posicionais, em oposição ao camelô ordinário que nem ao menos possui qualquer papel homologado pelo Estado que lhe assegure o direito ao livre comércio.

Com efeito, os “cavalos”, como são chamados os camelôs que se situam em frente à escadaria principal do camelódromo, oferecem, em sua maioria, CDs, DVDs e calçados piratas, ao passo que os “novos comerciantes populares” tendem a se especializar no comércio de determinados setores de mercadorias, tais como confecções de marcas falsificadas, eletrônicos vindos do Paraguai, entre outros produtos. Ao mesmo tempo, as estratégias de abordagem de clientes fazem lembrar o universo da rua, ao colocar como central o papel do vendedor na instituição da relação de reciprocidade econômica: uma das características estéticas da dinâmica do comércio informal, sobretudo nas calçadas e ruas do centro, está em não esperar passivamente a iniciativa do transeunte em demonstrar o interesse em um determinado produto; é ao vendedor que cabe oferecê-lo constantemente ao cliente, por meio do emprego de estratégias performáticas, seja de locuções adjetivadas e gritadas, seja através da movimentação pelo espaço que lhe é destinado, observando o perfil dos transeuntes e procurando estabelecer nexos hipotéticos entre o que se espera seja o seu perfil de consumidor. Muitas dessas táticas podem incluir, de fato, a interação corpo a corpo, a movimentação de braços e mãos do vendedor buscando atingir seu potencial cliente, ou ainda o tratamento personalizado ao dirigir-se, de longe, ao indivíduo que passa em frente a sua banca. Nesse sentido, passar pela escadaria de acesso constitui-se realmente numa espécie de rito de passagem desafiador, já que é preciso, num primeiro momento, despistar ou desfazer-se dessas estratégias de venda empregadas pelos “cavalos” que, não raro, acompanham insistentemente o potencial cliente até o fim do lance de escadas, dirigindo-lhe sugestões pessoais ou então oferecendo modelos de calçados e títulos de DVDs ou CDs.

Certa feita, enquanto caminhava pela saída do camelódromo, uma senhora que me acompanhava relatou-me: “Se for assim, eu digo pro Cecchim que eu vou colocar 10 cavalos para fazerem divulgação da minha lojinha e levar os clientes pra lá. E digo também que eu vou vender meias do Paraguai, sim! Porque se não for assim, não tem como vender três por cinco reais! Se a gente tem que enfrentar o monte de intermediários não da pra gente ter um preço competitivo”. Esse ponto de vista justifica boa parte das tensões e insatisfações proferidas por esses comerciantes populares em relação ao tratamento recebido dos agentes de fiscalização do estado – para quem tal diferenciação, muito mais simbólica que efetiva, não se transfigura em práticas suficientemente reconhecedoras de suas novas condições jurídicas.

Ser comerciante popular significa para esses indivíduos acessar a categoria e o léxico definidor do cidadão de direitos – o que implica autonomia legal e moral diante do Estado na busca de seus objetivos particulares, entre os quais estão as escolhas das táticas de comercialização e dos produtos vendidos. Desse ponto de vista, portanto, a inevitável produção de dignidade que veio junto com a instituição do projeto de camelódromo implica considerar a transição como uma escolha mais ou menos espontânea por parte dos indivíduos afetados pelo processo, diante das vantagens claras oferecidas pela legalidade. Por outro lado, ser cidadão implica também, para estes indivíduos, a possibilidade de reivindicar os direitos constitucionais mais fundamentais, que são, então, apresentados como responsabilidade do Estado. Dessa perspectiva, a relação Estado / sociedade civil aparece fundamentada a partir da lógica do patronato, como uma espécie de clientelismo corporado assimétrico (Landé 1977) em que é obrigação do Estado – essa instituição onipotente e onisciente totalizadora – prover a proteção e o sustento de seus membros, particularmente daqueles que historicamente foram alijados do processo de participação democrática e que agora demandam políticas de reconhecimento diferenciadas a partir da concepção de um Estado multicultural.

Dentro desse universo heteróclito são extraídas as ferramentas que constituem, por mecanismos de bricolagem, a própria identidade e especificidade existencial e discursiva de meus informantes – um grupo particular no interior desse campo de forças. Essas idiosincrasias são, nesse sentido, imanentes à própria dinâmica da correlação de forças entre as posições diferenciadas ocupadas por cada um desses agentes em campo – e não são, de forma alguma, cristalizadas ou essencializadas como a categoria “identidade” pode eventualmente sugerir. No seio desses tensionamentos e deslocamentos simbólicos, corre-se o risco sempre presente de tomar como características particulares relativas à constituição de um determinado pertencimento de grupo aquilo que, por vezes, é apenas a discursividade ou narrativização contingente e situacional de um dado sujeito em meio a esse universo e mergulhado num contexto particular de enunciação diante de determinado receptor, cujo conjunto de variáveis e influentes, tão heteróclito quanto possa ser, parece a todo o momento escapar a qualquer tentativa de definição que pressuponha certa categorização homogeneizadora.

Se, portanto, na esfera de bastidores relativa à constituição do sujeito econômico do camelódromo, observa-se, ao longo de 2009, algumas modificações tácitas e tímidas em termos de estratégias de apresentação dos produtos e de distribuição e composição do “mix” de mercadorias – talvez no sentido de uma certa especialização setorial de determinadas modalidades de bens – há, por outro lado, uma acirrada problematização nos espaços públicos de discussão que debatem disputadamente

as razões dos insucessos de parte dos comerciantes populares diante de outros, mais afortunados e predispostos à concorrência e à sobrevivência mercadológica. Nessas ocasiões, o mesmo comerciante que opera com a reinvenção de sua subjetividade e das técnicas e artes de fazer relativas ao comércio informal é investido de uma outra postura subjetiva e discursiva ante os agentes de Estado, diante dos quais é preciso dramatizar determinadas técnicas narrativas e performáticas que visem à desresponsabilização do sujeito em dificuldades financeiras no camelódromo, de modo a fazer ressaltar a dimensão assimétrica da relação mantida com o Estado e, por extensão, do sentimento de expropriação e exploração subjetiva desses sujeitos a partir da consagração de um projeto que não teria passado pela discussão democrática de seus critérios de implementação. É a partir da discussão e da intervenção de Juliano enquanto mediador político nos espaços públicos, sobretudo no acionamento da Câmara de Vereadores, que a formulação de discursos de insatisfação que confrontem diretamente a lógica local da reciprocidade com as práticas de gestão adotadas pelo Estado – e, com ele, de um modelo específico de cidadão “comerciante popular” – se tornam pensáveis por parte da comunidade. Mais uma vez: é a partir dessas disputas que o próprio sentido desse pertencimento coletivo e identitário, de seus hiatos e lapsos em termos dos indivíduos que compõem essa rede, de suas particularidades biográficas e identitárias, é desenhado e trabalhado, num processo constante de bricolagem artesanal no campo indestrinçavelmente associado da subjetividade, da economia e da política.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Julia Saldanha Vieira de. 2007. *Camelódromo da Praça XV: improviso, comunicação e auto-organização*. Porto Alegre: Trabalho de Conclusão de Curso em Educação, FACHED-UFRGS.
- BERGER E LUCKMANN. 1983. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes.
- CUNHA, Manuela I. P. da. 2006. “Formalidade e Informalidade: questões e perspectivas”. *Etnográfica*, Vol. X, n.º 2: 219-231.
- DE CERTEAU, Michel. 1994. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis, Vozes.
- DUMONT, Louis. 1985. *O individualismo. Uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro, Rocco.
- FOUCAULT, Michel. 1985. “A cultura de si”. In: \_\_\_\_\_. *História da Sexualidade 3: o cuidado de si*. Rio de Janeiro: Edições Graal: 43-75.
- \_\_\_\_\_. 1979. “A Governamentalidade”. In: \_\_\_\_\_. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal: 277-293.



- \_\_\_\_\_. 1984. "Introdução. A problematização moral dos prazeres". In: \_\_\_\_\_. História da Sexualidade 2: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal: 7-32.
- KOPPER, Moisés. 2012. De Camelôs a Lojistas: etnografia da transição do mercado de rua para um shopping popular em Porto Alegre/RS. Porto Alegre: Dissertação de Mestrado em Antropologia Social, PPGAS-UFRGS.
- LANDÉ, Carl H. 1977. "Introduction. The dyadic basis of clientelism". In: SCHIMIDT, Steffen W. et alii (org.). Friends, followers and factions: a reader. Berkeley: University of California Press: XIII-XXXVII.
- MACHADO DA SILVA, Luís Antonio. 2002. "Da informalidade à empregabilidade". Caderno CRH, Salvador, n. 37: 81-109.
- MAFRA, Patrícia Delgado. 2005. A "pista" e o "camelódromo": camelôs no Centro do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Dissertação de mestrado em Antropologia Social, UFRJ.
- NORONHA, Eduardo G.. 2003. "‘Informal’, Ilegal, Injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil". Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, Vol. 18, n.º 53: 111-129.
- PINHEIRO-MACHADO, Rosana. 2004. "A Garantia soy yo": etnografia das práticas comerciais entre camelôs e sacoleiros na cidade de Porto Alegre e na fronteira Brasil/Paraguai. Porto Alegre: Dissertação de Mestrado em Antropologia social, PPGAS-UFRGS.
- \_\_\_\_\_. 2009. Made in China: Produção e circulação de mercadorias no circuito China-Paraguai-Brasil. Porto Alegre: Tese de Doutorado em Antropologia Social, PPGAS-UFRGS.
- RABOSSI, Fernando. 2004. Nas ruas de Ciudad del Este. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado em Antropologia Social, Museu Nacional-UFRJ.
- RIBEIRO, Gustavo Lins. 2010. "A Globalização Popular e o Sistema Mundial Não-Hegemônico". Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol. 25, nº 74: 21-38.
- \_\_\_\_\_. 2006. "Economic Globalization from below". Etnográfica, Vol. X, n.º 2: 233-249.
- SOUZA LIMA, Antonio Carlos. 2002. "Introdução". In: \_\_\_\_\_ (org.). Gestar e Gerir. Rio de Janeiro: Relume Dumará: 11-22.
- TURNER, Victor. 2008. Dramas, Campos e Metáforas. Niterói: Ed. UFF.
- WAGNER, Helmut R. (Org.). 1979. Fenomenologia e relações sociais. Textos escolhidos de Alfred Schutz. Rio de Janeiro: Zahar.
- [www2.portoalegre.rs.gov.br/ppp](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/ppp): acessado em 17.07.2010.
- <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/vivaocentro/>: acessado em 18.07.2010.

## ABSTRACT

This paper starts with the tensions involved in the removal of the street market in downtown Porto Alegre/RS and its relocation to a popular mall. The “camelódromo”, as the building – which houses more than 800 stands of roughly four square meters – became known, was accomplished in record time thanks to a Public-Private Partnership (PPP), the first of its kind in Porto Alegre and one of the first in Brazil. The participant observation – plus other techniques such as interviews and surveys – had as its starting point a major group of vendors involved in the transition. This group, initially optimistic about

the transition, was passed over in the race for the best spaces in the camelódromo, and reacted with a series of mobilizations. Several political institutions were called upon, such as the City Council, the Prosecutor, the City Hall, and the Participatory Budget, among others. The tensions around this process created a favorable environment for a research that tries to retrace ethnographically the connections between economics and politics, the objective and the subjective, the micro and the macro, the city and the citizens, the diversity of agents and agencies that characterize a given social and cultural setting.

## KEYWORDS

Politics, economics, informal market, street vendors, State.

SUBMETIDO EM

Maio de 2011

APROVADO EM

Janeiro de 2012

Moisés Kopper

Doutorando em Antropologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS e bolsista do CNPq. Mestre em Antropologia Social e Bacharel em Ciências Sociais pela mesma universidade. Participante dos seguintes grupos de pesquisa (CNPq): Núcleo de Pesquisas sobre Culturas Contemporâneas (NUPECS) da universidade; GEEQ (Grupo de estudos de Empresas e Organizações), da PUC-RS; e do Programa “Clases Medias, procesos económicos, políticos y culturales”, do Instituto de Desarrollo Económico y Social. Em 2011, foi bolsista de pesquisa, durante três meses, no Instituto de Altos Estudios Sociales da Universidad Nacional de San Martín, através do Programa CAPES-CAPG (Brasil/Argentina). Atua principalmente nos seguintes temas: antropologia urbana, antropologia da política, antropologia do Estado, antropologia econômica, democracia participativa, cultura popular, arte oratória, mercados informais, Camelódromo(s), Parcerias Público-Privadas, classes médias, processos de estratificação e mobilidade sociais.