

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

MARGENS, TECNOLOGIAS DE CONTROLE E (I)LEGIBILIDADES:
ETNOGRAFIA SOBRE A PRODUÇÃO DO ESTADO E DO COMÉRCIO POPULAR NO
CAMELÓDROMO DE PORTO ALEGRE/RS

ANDRESSA NUNES SOILO

Porto Alegre

2015

ANDRESSA NUNES SOILO

**MARGENS, TECNOLOGIAS DE CONTROLE E (D)LEGIBILIDADES:
ETNOGRAFIA SOBRE A PRODUÇÃO DO ESTADO E DO COMÉRCIO POPULAR NO
CAMELÓDROMO DE PORTO ALEGRE/RS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Orientadora: Profa. Dra. Patrice Schuch.

Porto Alegre

2015

ANDRESSA NUNES SOILO

**MARGENS, TECNOLOGIAS DE CONTROLE E (I)LEGIBILIDADES:
ETNOGRAFIA SOBRE A PRODUÇÃO DO ESTADO E DO COMÉRCIO POPULAR NO
CAMELÓDROMO DE PORTO ALEGRE/RS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Orientadora: Profa. Dra. Patrice Schuch.

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Ceres Gomes Victora

Profa. Dra. Lucia Mury Scalco

Profa. Dra. Lúcia Müller

Profa. Dra. Patrice Schuch (orientadora)

AGRADECIMENTOS

Meu trabalho não seria possível sem a ajuda de muitas pessoas que me oportunizaram, através de diferentes formas, condições necessárias para que esta dissertação fosse concluída. Destaco, sobretudo, os próprios comerciantes do *Pop Center* que me receberam e me suportaram por longos períodos em seus ambientes de trabalho. Conheci, em meu campo de estudo, pessoas pelas quais nutro respeito e admiração por diversas razões, dentre elas certamente estão as histórias de vida, o humor e a energia em driblar as dificuldades cotidianas. Agradeço a todos os comerciantes do camelódromo que oportunizaram a realização desta pesquisa, especialmente Amélia e Melina que me receberam em suas vidas com muita gentileza e consideração. Também agradeço a disposição da antropóloga Rosana Pinheiro-Machado em me apresentar seus amigos comerciantes – os quais foram essenciais para a pesquisa –; a direção do *Pop Center*; a Superintendência da 10ª Região Fiscal da Receita Federal e; a direção de fiscalização da SMIC.

Não posso deixar de agradecer ao apoio da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e aos auxílios financeiros concedidos a mim pelo PPGAS/UFRGS (Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social), que tornaram possível minha investida de trabalho de campo em outras cidades. Minhas visitas à Ciudad del Este e São Paulo muito me motivaram a escrever este trabalho e a ter novas perspectivas sobre meu campo. Ao PPGAS também expresse meu grande obrigada por ter me proporcionado aulas e eventos que ampliaram meus horizontes e modos de observar o mundo enquanto antropóloga e pessoa. De mesmo modo, meu eterno carinho aos mestres com os quais tive o prazer de estabelecer diálogo nestes dois anos, sobretudo minha orientadora Prof^a. Dr^a. Patrice Schuch, que me auxiliou a perceber o mundo do direito de um modo que dificilmente eu conceberia se não fosse a antropologia.

Minha turma de Mestrado também merece agradecimentos. Foi uma turma da qual tive prazer de fazer parte. Compartilhamos conhecimentos, frustrações, ansiedades e ajudas, pessoalmente, em grupos online ou mesmo em festinhas. Acredito que dividimos o mesmo sentimento de novidade no que concerne aos textos que líamos, assim como a satisfação com nossas novas descobertas.

Em minha primeira RBA – no caso a 29ª RBA, ocorrida em Natal/RN – pude conhecer e estar em contato com professores e colegas que conhecia de modo parco ou mesmo somente por intermédio de trabalhos publicados. Dentre essas pessoas destaco três colegas da UFRGS, com os quais estreitei laços ao longo da viagem e que hoje me são especiais: Érika Meneses,

Louise Scoz e Ricardo Gadelha. A vocês três, obrigada por me proporcionarem os mais inusitados acessos de risos em um meio por vezes sério demais, pelos ensinamentos de palavras cearenses, pelo compartilhamento de dramas pessoais e acadêmicos, pelas conversas sobre futebol e claro, pelo humor (enfim, obrigada “gringas!”).

Por fim, mas nada menos importante, agradeço à minha família que sempre me apoiou em minhas investidas acadêmicas e que sei, continuará me apoiando haja o que houver. Mãe, pai: amo vocês e estaremos sempre juntos, em qualquer ocasião. Aos meus avós que aqui estão e aos que estejam onde estiverem: minha gratidão a vocês é imensa e também é eterna, assim como as lembranças que deixaram. Obrigada, família, por tudo!

RESUMO

Esta dissertação aborda a constituição do camelódromo de Porto Alegre e de suas práticas de comércio popular, em sua relação com as tecnologias de (i)legibilidade produzidas na sua relação com o Estado. Este trabalho parte de uma etnografia realizada entre os anos de 2013 e 2014, que se focou tanto nas práticas e sentidos elaborados pelos comerciantes do camelódromo, quanto nas visões dos atores representantes dos órgãos de controle e vigilância estatal. A partir da perspectiva teórica de Veena Das & Deborah Poole, destaco que o Estado e suas margens interagem de forma coprodutiva. Inspirada nesta abordagem, percebendo o camelódromo como uma “margem”, objetivo demonstrar como o Estado e a margem em questão estabelecem uma relação de produção mútua a partir de suas práticas. Utilizo-me dos conceitos de (i)legibilidade e pluralismo jurídico para compreender os limites e as mobilidades de tal interação. A partir da análise dos dados coletados, pode-se depreender que o Estado é reforçado, ao mesmo passo que redefinido, pelas atividades informais do camelódromo. Por sua vez, tal fortalecimento também acontece, na relação com o Estado no comércio popular em questão, onde as tecnologias de controle estatais estimulam redes de solidariedade a se organizarem e produzirem práticas diversas, que relacionam códigos legais e condutas locais.

Palavras-chave: Estado. Camelódromo. Legibilidade. Pluralismo jurídico. Margens.

ABSTRACT

This dissertation approaches the constitution of Porto Alegre's "camelódromo" and its popular trade's practices, in relation with (i)legibility technologies produced in its nexus with the State. This study consists in an ethnography carried out between 2013 and 2014, which focused on practices and meanings produced by camelódromo's vendors, as in the visions of the actors that represents the organs of state control and surveillance. From the theoretical perspective of Veena Das & Deborah Poole, I emphasize that the State and its margins interact in a coproductive way. Inspired by this approach, perceiving camelódromo as a margin, my purpose is to demonstrate how the State and the margin in question establish a mutual relation of production from their practices. I use, in this work, the concepts of (i)legibility and legal pluralism to understand the limits and mobilities of such interaction. From the analysis of the collected data, it is possible to deduce that the State is reinforced and redefined by camelódromo's informal activities. In turn, this strengthening also happens between the relation of the State and popular trade in question, where State's control technologies stimulate solidarity networks to organize and produce themselves various practices that relates legal codes and local behavior.

Keywords: State. Camelódromo. Legibility. Legal pluralism. Margins.

LISTA DE ABREVIATURAS

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior

CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

PPGAS/UFRGS – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RTU – Regime de Tributação Unificada

SMIC – Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Ponte da Amizade - Fronteira Paraguay/Brasil.....	15
Figura 2 - Comércio de Ciudad del Este (1)	16
Figura 3 - Comércio de Ciudad del Este (2)	16
Figura 4 - Mapa localizando o camelódromo na região central porto-alegrense	28
Figura 5 - Mapa aéreo com indicações de fotografias.	29
Figura 6 - Pop Center, entrada principal pela Rua Voluntários da Pátria.....	30
Figura 7 - “Bloco A” e “Bloco B”.	31
Quadro 1 - Esforços da administração do camelódromo	44
Figura 8 - Atores de novela no lançamento do novo nome do camelódromo	51
Figura 9 - Escolta em ônibus	84
Figura 10 - Mapa da localização do Shopping Vautier/SP.....	85
Figura 11 - Estacionamento em frente ao <i>Shopping Vautier</i>	86

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Trajetória e Inserção em campo	13
1.2 Tema e objetivo da pesquisa	18
1.3 Questões Metodológicas	19
1.3.1 Etnografia: o “objeto” (e o pesquisador) também tem sentimentos.....	20
1.4 Intercutores-chave	22
1.5 Organização dos capítulos	25
2 CAMELÓDROMO: NOVA CONFIGURAÇÃO E (I)LEGIBILIDADES	27
2.1 Camelódromo de Porto Alegre: uma apresentação	27
2.2 O camelódromo porto-alegrense como um esforço de legibilidade	34
2.3 O comércio ilegível: pirataria	36
2.3.1 Diversidades legais: pirataria com alvará.....	37
2.4 Notas conclusivas	40
3 GESTÃO DAS MARGENS: LIMITES E TOLERÂNCIAS	41
3.1 Envolvendo-se com o camelódromo	42
3.2 Novas configurações, novos sujeitos: o pequeno-empresendedor e fragmentos de diários de campo (2009-2014)	45
3.3 Administração e órgãos fiscalizadores: administrar apesar das tecnologias de controle	50
3.4 Notas conclusivas	53
4 PRÁTICAS DE ESTADO E ILEGIBILIDADES: ÓRGÃOS FISCALIZADORES	54
4.1 SMIC	56
4.2 RECEITA FEDERAL	60
4.3 Notas conclusivas	67
5 MARGENS EM AÇÃO	67
5.1 Cooperação, confiança e lealdade	70
5.2 Comércio popular, fofoca e honra	72
5.3 Notas conclusivas	75
6 O RISCO É A REGRA: O CAMELÓDROMO DE PORTO ALEGRE VAI AO COMÉRCIO POPULAR DE SÃO PAULO	78
6.1 Vendo como um comerciante: a rota para São Paulo e seus atrativos	79
6.1.1 Melina.....	79
6.1.2 Júlio.....	80
6.2 Etnografia em São Paulo	81
CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
REFERÊNCIAS	92

“Falar em sufixo, é de registrar-se o que brilha na palavra “camelódromo”, de recente invenção. Surgindo depois de “sambódromo”, aí estão pai e mãe de novos vocábulos, que promete constituir vasta família. Estou prevendo para breve o “mendigódromo” posto de recolhimento e assembléia geral de mendigos, e o “assaltódromo”, local de Botafogo, Ipanema ou outro qualquer bairro carioca, onde se concentre o maior número de assaltantes. Passando a esfera mais alta, será talvez conveniente rebatizar prédios públicos (ou supostamente públicos, porque nada mais fechado do que eles), e teremos então um “governódromo”, um “jaburudródomo” (sic), um “fazendrómono (sic), etc. A uniformização trará proveito à coisa pública, simplificando tudo a poder da complicação. O “ódromo” conseguirá aquilo que o ex Ministro Beltrão, com toda a sua diligência e competência, não conseguiu: botar um pouco de ordem nos serviços públicos. Pelo menos ordem nominal”.
(ANDRADE, Carlos Drummond. *Jornal do Brasil*, s.d)

1 INTRODUÇÃO

O camelódromo de Porto Alegre – também conhecido como *shopping* popular – consiste em um prédio planejado pelo poder público a fim de abarcar profissionalmente vendedores informais que comercializavam suas mercadorias nas ruas, vendedores estes comumente conhecidos como “camelôs”. A construção do espaço foi realizada através de parceria público-privada com uma construtora de nome “Verdi” que edificou o local e, em contrapartida, lucra com tal empreendimento por intermédio do pagamento dos aluguéis das lojas dos comerciantes. A construtora e o poder público esforçam-se, atualmente, para promover a noção de um comércio popular regularizado pela perspectiva estatal, em que os vendedores possuem alvarás e que não mais se relacionam com a figura do camelô, mas sim com a do pequeno-empresendedor. O projeto do qual suscitou a criação do camelódromo, denominado “Viva o Centro”, objetivava, conforme o governo municipal, melhorar as condições de trabalho dos comerciantes e a imagem do espaço urbano, especialmente a área correspondente ao Centro Histórico da cidade (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, s.d). Inaugurado em 2009, o camelódromo protagonizou diversos conflitos entre governantes, vendedores e mesmo com a administração do local, devido, sobretudo, às incertezas financeiras derivadas da transição (KOPPER, 2012).

Tal período de divergências no que concerne ao comércio popular coincidiu com meu ingresso na graduação do curso de Ciências Sociais da UFRGS e, também, com minha primeira participação como bolsista de iniciação científica (2009-2010) de pesquisa, conduzida pela Profª. Dra. Neusa Rolita Cavedon, com enfoque nos rearranjos comerciais do camelódromo. Com essa pesquisa realizei meu primeiro contato com o campo prático da antropologia, estudando a questão da identidade profissional dos camelôs, assim como questões de gênero entre os comerciantes na nova configuração espacial. No decorrer de minha graduação fiz parte de mais dois projetos de iniciação científica nos quais pude manter com o campo de pesquisa do *shopping* popular porto-alegrense. Em 2011, fui bolsista do NAVISUAL (Núcleo de Antropologia Visual) da UFRGS onde trabalhei com a memória dos comerciantes que atuaram, no passado, nas ruas e que se encontravam, naquele momento, atuando no camelódromo. Em 2012 fui bolsista do Prof. Dr. Marcelo Kunrath, período no qual pesquisei sobre as mudanças no que concerne à formalidade/informalidade das práticas dos camelôs transferidos para o novo local de trabalho. Essas investigações auxiliaram-me na realização de meu trabalho de conclusão de curso, orientado pela Profª. Dra. Patrice Schuch, no qual abordei a questão da sociabilidade no camelódromo, destacando o pluralismo jurídico existente naquele espaço.

Ao final de minha graduação muitas questões sobre o campo instigaram-me a cursar Mestrado, especialmente as relações entre Estado, comerciantes e pirataria, que me fizeram pensar sobre relações de poder entre o poder público e as práticas comerciais realizadas no camelódromo. Percebo essas práticas desempenhadas no camelódromo como “margens” no sentido proposto por Das & Poole (2008), ou seja, como uma metáfora que corresponde às relações entre Estado e população, assim como a territórios e práticas de governos. Perguntas como as seguintes fizeram parte de minhas curiosidades de pesquisa: “De que modo um espaço planejado pelo Estado pode oferecer mercadorias ilegais?”; “Como as fiscalizações no camelódromo são desempenhadas?” e “Como o Estado e o comércio popular lidam com questões normativas que permeiam suas relações?”. Tais questões guiaram-me para a construção do objeto de pesquisa desta dissertação: as coproduções entre Estado e de sua margem representada pelas práticas comerciais existentes no camelódromo porto-alegrense. O *shopping* popular em questão é um local especialmente interessante para a discussão sobre tal temática, pois dá visibilidade aos rearranjos e produções do Estado nas margens – o planejamento do camelódromo, a concessão de alvarás e o tratamento diferenciado do comerciante que agora é percebido como um pequeno-empresário –, são exemplos de produção da legibilidade¹ que constitui o Estado no espaço em questão.

Desse modo, pretendo com esta dissertação apresentar o Estado e sua margem situada no campo do comércio popular como categorias relacionais, que se produzem mutuamente através de tecnologias de controle e práticas locais. Encaro Estado e margens não como noções destacadas entre si, mas como categorias que se constroem reciprocamente através de suas expressões (DAS & POOLE, 2008). De acordo com Veena Das e Deborah Poole as margens podem ser percebidas a partir de três enfoques: a) margens seriam periferias nas quais se abarcariam pessoas que se consideram insuficientemente socializadas nos marcos das leis, e que são constantemente alvo de políticas pedagógicas que visam converter “sujeitos rebeldes” em sujeitos legais do Estado; b) o modo como as leis e seus representantes (agentes estatais) são percebidos pelas pessoas nas margens produz o Estado; c) o exercício do poder soberano não somente sobre territórios, mas também sobre corpos, leis e disciplina que, ao distanciarem-

¹ O termo legibilidade é utilizado por James Scott (1998) para referir-se aos instrumentos de controle dos Estados modernos direcionados a suas populações. Esses instrumentos devem ser simples e capazes de abranger informações dos mais variados grupos sociais que o Estado abarca, assim, a legibilidade estaria relacionada à leitura da realidade pelo poder oficial. A padronização da vida social corresponde a um desses instrumentos de dominação. Os sobrenomes perduráveis, a estandardização de pesos e medidas, os recenseamentos aplicados às populações são exemplos de práticas que tornam, teoricamente, o Estado informado sobre seus habitantes. Tal conceito será abordado em mais detalhes no capítulo seguinte.

se do que é considerado normal pelo poder estatal assumem característica patológica, ou seja, marginal.

Assim, a partir dos enfoques delineados pelas autoras, apreendo a constituição do camelódromo da capital gaúcha e as práticas entre comerciantes e agentes estatais ali realizadas, assim como as formas de comércio ali presentes enquanto elementos que permitem pensar a constituição do Estado e de suas margens. Isso porque o espaço pode ser percebido como uma tentativa de conversão de pessoas que não se enquadravam nos marcos legais do Estado e, também, em razão da legibilidade estatal ser constantemente ameaçada e reconfigurada pelas práticas dos comerciantes. É importante destacar que ao me referir às margens neste trabalho não quero reforçar estigmas históricos que recaem sobre o comércio popular, mas sim problematizar o que é considerado (na perspectiva estatal) margem. Busco enfatizar que nesses espaços/práticas ditas marginais, ordens distintas das idealizadas e propostas pelo Estado são elaboradas impulsionando contínuas reconfigurações oficiais e locais. Assim, meu objetivo com esta dissertação é questionar as fronteiras e ressaltar a fluidez das categorias Estado/margens e legal/ilegal no camelódromo de Porto Alegre.

O suporte teórico de Das & Poole (2008) auxilia-me a pensar as distintas ordens que contribuem para a formação mútua do Estado e das práticas marginais do comércio em questão. Assim, abordo a pluralidade jurídica existente no camelódromo como um impulsionador na constituição de (i)legibilidades. O pluralismo jurídico é, ao meu ver, um importante objeto de análise para o estudo da produção do Estado e suas margens, devido à interseção de distintas normas que, relacionando-se constantemente, constroem-se, alteram-se e negociam suas ações. Tal diversidade de normas pode ser compreendida como um modo de deixar de perceber o ente estatal como único produtor de normas sociais, atentando-se para os diversos códigos de condutas presentes em grupos locais, que podem, ou não, se harmonizar com as regras do Estado. Assim, o pluralismo jurídico guiará tal dissertação no sentido de apresentar os diferentes direitos que fundamentam (e produzem) o Estado e sua margem em questão.

O direito, neste trabalho, é compreendido a partir da perspectiva operativa de Boaventura de Sousa Santos que o entende como um

conjunto de processos regularizados e de princípios normativos, considerados justiciáveis num dado grupo, que contribuem para a criação e prevenção de litígios e para a resolução destes através de um discurso argumentativo, de amplitude variável, apoiado ou não pela força organizada (SOUSA SANTOS, 1988, p. 72).

Faz-se importante destacar, contudo, que a noção de pluralidade jurídica da qual busco tratar neste trabalho não é uma noção hermética, em que existem variados mecanismos

regulatórios estanques entre si. Esta dissertação visa demonstrar exatamente o oposto. A pluralidade jurídica é percebida aqui enquanto relacional, em constante diálogo entre suas normas, e avessa à ideia de que o Estado corresponde a um único detentor exclusivo de regras. Contudo, é importante também considerar, em análises acerca do pluralismo jurídico que, ainda que compartilhando espaços com outras normas, o direito estatal apresenta-se estruturalmente mais potente em seus arranjos do que nas normas locais que lhe são coexistentes (NADER, 2002).

Aliando-se à perspectiva de pensar as relações entre Estado e suas margens como de mútua constituição, a perspectiva do pluralismo jurídico aqui considerada entende que, embora existam variadas formas de produção do direito, as práticas de governo estatais constituem potente instrumento de poder e, deste modo, importa considerar tais relações de poder e de sentido que são dinamizadas no âmbito estudado.

Por fim, espero contribuir com o estudo sobre a produção do Estado e de suas margens destacando a dinamicidade entre práticas, sentidos e leis em campos que aparentemente soam como antíteses. Para além de somente pensar a construção das margens, me propus a pensar a construção do Estado nessas margens, como Veena Das e Deborah Poole sugeriram aos antropólogos que compuseram o livro “El estado y sus márgenes – etnografías comparadas” (2008), em que são organizadoras. Não tenho a pretensão de esgotar o assunto sobre as relações de poder que estão presentes no camelódromo, mas sim de problematizar binaridades como o legal/ilegal e Estado/margens em tal campo.

1.1 Trajetória e Inserção em campo

Como já mencionei acima, a presente dissertação é resultado de minha trajetória acadêmica, na qual realizei, desde meu segundo ano de graduação no curso de Ciências Sociais, pesquisas de iniciação científica no camelódromo. Meu primeiro contato com a prática antropológica e com o “outro” deu-se em 2009, logo da inauguração do *shopping* popular. Dessa experiência tive a oportunidade de compreender, ainda que minimamente, o choque cultural presente nas leituras que realizava para as disciplinas introdutórias da graduação. Certamente o choque cultural não me foi tão aterrador como o narrado nos escritos de Bronislaw Malinowski em “Os Argonautas do Pacífico Ocidental” (1976 [1922]) quando o antropólogo europeu percebeu-se em desespero ao ver a lancha que o levava até seu campo de estudo, uma

ilha na Melanésia onde ficaria longe do “homem branco”, desaparecer no horizonte². Ou ainda como nos escritos de Evans-Pritchard em “Os Nuer” (2011 [1940]) quando o pesquisador encontrou, assim como Malinowski, dificuldade em comunicar-se com o povo nilota, que, muitas vezes, sabotava suas tentativas de estabelecer diálogos importantes para sua pesquisa³. Mesmo não passando por tais experiências, tive que exercitar o estranhamento de um campo familiar, o que também é tarefa difícil.

Ao início de minhas pesquisas, ainda na graduação, a figura do camelô apresentava-se a mim como um ator social estranho e ao mesmo tempo familiar. Era-me estranho em razão de eu não ter frequentado as principais ruas em que trabalhavam tais vendedores, além de eu nunca ter sido uma consumidora assídua de produtos comercializados por camelôs. Era-me familiar por fazer parte de minhas lembranças, ainda que poucas, da região do Centro Histórico de Porto Alegre. Camelôs com suas bancas coloridas oferecendo pequenos produtos preenchem parte de minha memória a respeito da paisagem urbana da capital gaúcha antes do ano de 2009. Tal paisagem apresentava-se a mim como algo óbvio, como se a cidade não tivesse alternativa senão integrá-los ali nas esquinas e no meio das ruas. Eu não problematizava a existência social de tal grupo no espaço público.

Com o passar dos anos e a realização de trabalhos que tratavam de questões acerca do camelódromo para disciplinas da graduação, salões de iniciação científica e trabalho de conclusão de curso, decidi dedicar-me a pesquisar o comércio popular também após ingressar no Mestrado. No primeiro ano da pós-graduação, ainda com o objeto de investigação incipiente, leituras antropológicas sobre viagens de sacoleiros gaúchos ao Paraguai (PINHEIRO-

² “Imagine o leitor que, de repente, desembarca sozinho numa praia tropical, perto de uma aldeia nativa, rodeado pelo seu material, enquanto a lancha ou pequena baleeira que o trouxe navega até desaparecer de vista. Uma vez que se instalou na vizinhança de um homem branco, comerciante ou missionário, não tem nada a fazer senão começar imediatamente o seu trabalho etnográfico. Imagine ainda que é um principiante sem experiência anterior, sem nada para o guiar e ninguém para o ajudar, pois o homem branco está temporariamente ausente, ou então impossibilitado ou sem interesse em perder tempo consigo. Isto descreve exatamente a minha primeira iniciação no trabalho de campo na costa Sul da Nova Guiné. Lembro-me bem das longas visitas que efetuei às povoações durante as primeiras semanas e da sensação de desânimo e desespero depois de muitas tentativas obstinadas mas inúteis com o objetivo frustrado de estabelecimento de um contato real com os nativos ou da obtenção de algum material. Atravessei períodos de desânimo, alturas em que me refugiava na leitura de romances, tal como um homem levado a beber numa crise de depressão e tédio tropical.” (MALINOWSKI, 1976, p. 19).

³ “Os Nuer são peritos em sabotar uma investigação e, enquanto não se morou com eles por algumas semanas, ridicularizam firmemente todos os esforços para extrair os fatos mais corriqueiros e para elucidar as práticas mais inocentes. Na terra dos zande, obtive mais informações em alguns dias do que obtive na terra dos Nuer em igual número de semanas. Depois de algum tempo, as pessoas estavam preparadas para me visitar em minha barraca, fumar meu tabaco e mesmo fazer brincadeiras e bater papo, mas não estavam dispostas nem a me receber em seus abrigos contra o vento, nem a discutir assuntos sérios. Perguntas sobre costumes eram bloqueadas com uma técnica que posso recomendar aos nativos que são incomodados pelas curiosidades dos etnólogos.” (EVANS-PRITCHARD, 1999, p. 18).

MACHADO, 2004)⁴; sobre a dinâmica de funcionamento do comércio de Ciudad del Este (RABOSSO, 2004)⁵; e sobre a vastidão da cadeia internacional do comércio de pirataria que abastece variados mercados populares no Brasil e no mundo (PINHEIRO-MACHADO, 2009)⁶ despertaram-me interesse. Desse modo, envolvida há certo tempo com o comércio informal e curiosa com as descrições de trabalhos antropológicos sobre o tema, fiquei motivada a conhecer pessoalmente a dinâmica do local de venda mais associado ao camelô: Ciudad del Este/PY.

Minha visita à cidade paraguaia foi possível através de concessão financeira do PPGAS/UFRGS, o qual me oportunizou viagem à Foz do Iguaçu/PR, fronteira com Ciudad del Este. Essas duas cidades unem-se graças à Ponte da Amizade, onde diversos veículos e sacoleiros de todo o Brasil atravessam a cidade paraguaia e retornam trazendo suas mercadorias. Ao cruzar a Ponte da Amizade e chegar à Ciudad del Este, deparei-me com um local feito (e afeito) ao comércio.

Figura 1 - Ponte da Amizade - Fronteira Paraguay/Brasil



Fonte: elaborado pela autora.

O cenário dessa “cidade-camelódromo”, expressão que me ocorreu ao caminhar por seu espaço, compreende diversas mercadorias oferecidas a preços módicos, muitos bens aparentemente piratas carregados em grandes sacolas ou malas por sacoleiros; inúmeros comerciantes abordando os transeuntes e fazendo propagandas dos mais variados tipos de

⁴ Refiro-me à dissertação de Mestrado de Rosana Pinheiro-Machado que destacou, em sua etnografia sobre a vida social dos camelôs regularizados da cidade de Porto Alegre, a prática de busca de mercadorias em Ciudad del Este/PY.

⁵ Refiro-me à tese de doutorado de Fernando Rabossi que apresenta as dinâmicas de funcionamento do comércio fronteiriço de Ciudad del Este.

⁶ Refiro-me à tese de doutorado de Rosana Pinheiro-Machado que conjuga China, Paraguai e Brasil em uma etnografia multissituada, que tem como objetivo demonstrar a produção – de origem na China – e rota desses bens até sua distribuição no comércio popular brasileiro. A tese, assim como outros trabalhos da antropóloga, descortina o mundo simbólico de bens, as relações sociais resultantes destas mercadorias e a complexa cadeia de produtos de circulação mundial que apresentam sua licitude e ilicitude de modo situacional e espacial.

produtos verbalmente, ou através de catálogos; e, o que mais me despertou estranhamento, liberdade em falar sobre qualquer mercadoria, mesmo sobre bens considerados “proibições” (conforme expressão de meu interlocutor em Porto Alegre/RS) como remédios, drogas e armas de fogo. O modo quase ordinário com o qual os comerciantes tratavam sobre esses produtos na cidade paraguaia remeteu-me às minhas árduas tentativas em abordar o tema de medicamentos irregulares vendidos no camelódromo gaúcho. Tais substâncias me eram apresentadas com uma atmosfera de “tabu” e sempre desconversadas.

Depreendi que a naturalidade no tratamento dos bens “proibições” em Ciudad del Este estava diretamente associada à questão fiscalizatória do local. O sistema de controle dentro da cidade paraguaia, conforme um de meus interlocutores de lá, é passível de ser burlado, e a fiscalização não se apresenta como um problema significativo para os vendedores. Ao perceber que entre o camelódromo de Porto Alegre e o comércio popular de Ciudad del Este existia uma distinta estrutura nas práticas de vendas; no tratamento de mercadorias; e na existência de diferentes modos de controle, interessei-me em investigar as relações de poder presentes no camelódromo gaúcho.

Figura 2 - Comércio de Ciudad del Este (1)



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 3 - Comércio de Ciudad del Este (2)



Fonte: elaborado pela autora.

Minha viagem não só me oportunizou conhecer pessoalmente o que as leituras antropológicas que realizava descreviam, mas também me propiciou refletir acerca de meu campo no que concerne às rotas realizadas por meus interlocutores quando estes necessitavam de mercadorias. O Paraguai foi, e ainda é, uma rota visada pelos comerciantes populares devido, sobretudo, ao baixo valor dos impostos que recaem sobre os produtos comprados. Contudo, a forte fiscalização nessa rota, somada à questão dos assaltos aos ônibus que realizam o trajeto Porto Alegre/Ciudad del Este, e mesmo ao tipo de produto que se vende em tal local faz com que alguns comerciantes repensem o custo-benefício de suas viagens ao país vizinho. Além de tais questões, novos centros comerciais vêm despertando a atenção dos vendedores do camelódromo, como o de São Paulo capital.

Meus interlocutores, por exemplo, adquiriam suas mercadorias na capital paulista, mercadorias levemente mais caras, mas que compensavam, pois diminuía os riscos da viagem. A preferência por São Paulo ou Ciudad del Este também se dá a partir da mercadoria que o comerciante trabalha. A primeira cidade é, de acordo com meus interlocutores, favorável àqueles que vendem roupas e capinhas para celulares; a segunda é vantajosa para outros tipos de produtos, como eletrônicos. Contudo, os preços variam e os motivos para irem a um lugar ou a outro também. Desse modo, percebendo que a rota Porto Alegre/São Paulo vem ganhando notoriedade nos últimos anos, decidi realizar, com uma de minhas interlocutoras-chave, uma

viagem para a metrópole, a fim de etnografar essa prática comum a vários comerciantes: a compra de mercadorias para revenda. Tal etnografia também foi motivada pelas estratégias que essa rota desencadeava. Estratégias frente ao Estado e suas fiscalizações, e estratégias comerciais internas que constroem códigos de condutas locais entre os vendedores, as quais apresentarei no capítulo 6 da dissertação.

1.2 Tema e objetivo da pesquisa

O tema de minha pesquisa reflete acerca da produção relacional entre Estado e o que comumente é percebido pela perspectiva racionalista estatal como “margem”. A margem na qual direciono meu estudo corresponde às práticas consideradas oficialmente ilegais presentes no camelódromo porto-alegrense, na qual destaco a venda de mercadorias conhecidas como “piratas”. A produção das margens está diretamente vinculada a interesses estatais, desse modo, ela nunca é estática, está sempre em movimento, reconfigurando o próprio Estado e suas práticas de governo (DAS & POOLE, 2008). Nesse contexto, destaco a pluralidade jurídica presente no camelódromo para demonstrar que tanto as margens quanto o Estado reforçam-se e reconfiguram-se mutuamente no que concerne a seus modos de regulações locais e oficiais, em uma constante negociação de relações de poder.

Tal estudo baseia-se na histórica relação conflituosa entre camelôs e Estado decorrente, sobretudo, de práticas oficialmente ilegais realizadas pelos primeiros. Com o planejamento estatal a respeito da remoção dos comerciantes das ruas e com a gestão de uma empresa privada que lucra com o investimento do local após construí-lo, a imagem estigmatizada do camelô “fora-da-lei” é retrabalhada para que seja percebido através da ótica do que é considerado pelas autoridades como regular. Ou seja, a margem representada pelo comércio popular é retrabalhada para tornar-se admitida nos preceitos regulatórios do Estado. Contudo, tal tentativa “pedagógica de conversão” (idem, p. 24) e de fazer o camelô um ator social integrado na legibilidade estatal (SCOTT, 1998) encontra resistências nas práticas comerciais dos vendedores que têm algumas de suas atividades readaptadas ao novo espaço.

Nesse contexto, meu objetivo geral é pesquisar de que modo o Estado e as margens representadas pelas práticas dos comerciantes do camelódromo de Porto Alegre/RS produzem-se mutuamente através do novo espaço de trabalho de tais vendedores. Os objetivos específicos constituem-se como i) analisar, *in loco*, o direito local dos comerciantes que rege a prática laboral destes; ii) coletar percepções e opiniões dos comerciantes, através de entrevistas estruturadas, semi-estruturadas e conversas informais sobre o perfil do camelódromo baseado

na formalidade; iii) investigar como a SMIC e a Receita Federal atuam frente a bens ilegais comercializados pelos comerciantes, assim como suas percepções a respeito desses vendedores no atual camelódromo; iv) investigar de que modo a empresa privada que administra o camelódromo percebe a questão da regularidade dos comerciantes; v) demonstrar a coprodução entre comércio popular “marginalizado” e Estado.

1.3 Questões Metodológicas

Para a realização da pesquisa que apresento, utilizei-me do método etnográfico, método adequado para a consecução de meu trabalho por possibilitar ao pesquisador uma investigação composta de percepção; de mútuo diálogo entre antropólogo e pesquisado; e do “olhar etnográfico” (OLIVEIRA, 2000, p. 19). Com a finalidade de “ampliar as possibilidades de reconhecimento das formas de participação e construção da vida social” (ECKERT & ROCHA, 2008, p. 21), o método etnográfico privilegia o contato direto com o campo pesquisado, dando espaço para uma investigação *in loco*, o que me oportunizou perceber gestos, tons de voz, palavras ditas e não-ditas dos interlocutores (idem).

Em se tratando de um estudo, sobretudo, qualitativo, privilegiei, dentre outras, a técnica da observação participante junto ao grupo dos comerciantes do camelódromo. Minha inserção no *ethos* desses vendedores, – etapa importante da pesquisa – envolvendo, sobretudo, a aceitação do grupo estudado (MALINOWSKI, 1976), deu-se desde o ano de 2009, como já relatei nesta introdução. A partir dos contatos que estabeleci nos primeiros anos do *shopping* popular, uma rede de novos comerciantes e interlocutores me foi apresentada, permitindo-me o aprofundamento de meus estudos etnográficos. Com o decorrer do tempo conheci novos comerciantes, ao mesmo passo em que muitos dos vendedores com os quais havia estabelecido uma relação profissional deixaram o camelódromo para exercer outras atividades.

Através do “olhar treinado” do antropólogo (OLIVEIRA, 2000) e das técnicas de entrevistas estruturadas e semiestruturadas com comerciantes, direção do camelódromo e agentes estatais, pude coletar dados parciais para minha pesquisa. A elaboração de diários de campo também foi de fundamental importância na realização da presente dissertação, pois, intimamente vinculada à observação participante, registra através da escrita “os fatos observados – vistos e ouvidos – para o plano do discurso (...) exercendo um papel definitivo tanto no processo de comunicação inter pares – isto é, no seio da comunidade profissional –, como no de conhecimento propriamente dito” (OLIVEIRA, 2000, p. 25). Nesse sentido, a formulação do diário de campo permitiu-me “relacionar os eventos observados ou

compartilhados e acumular assim os materiais para analisar as práticas, os discursos e as posições dos entrevistados” (WEBER, 2009). Muitas passagens de meus diários de campo estão presentes neste trabalho.

Ao pretender estudar as relações de poder e sentido que constituem o Estado e sua margem comercial no camelódromo da capital gaúcha, estabeleci contato não somente com comerciantes mas também com o poder público, através de órgãos fiscalizadores das práticas consideradas ilegais mais recorrentes entre os vendedores, como a venda de bens conhecidos como “piratas”. Os órgãos fiscais que estabeleci contato foram a Receita Federal e a SMIC que estão presentes no cotidiano dos comerciantes desde o período em que exerciam suas atividades nas ruas. Meu contato com esses dois órgãos deu-se a fim de compreender como operam frente às práticas marginais do *shopping* popular. Realizei, como já disse, entrevistas semi-estruturadas com esses dois órgãos, não tendo achado interessante, devido à minha relação com os comerciantes, fazer observação participante durante as fiscalizações.

1.3.1 Etnografia: o nativo (e o pesquisador) também tem sentimentos

Como pude perceber, pessoalmente e de modo mais intenso no período em que estive no Mestrado (2013-2014), o trabalho de campo envolve não somente a aplicação da teoria, mas também as delicadas relações sociais entre pesquisador e pesquisado. As relações subjetivas estabelecidas no fazer etnográfico, permeadas por conflitos, angústias, amizades e até amor, me foram apresentadas em aula, claro. Contudo, na prática, tais emoções me surgiram de modo inusitado, com variados níveis de estresse e influenciando o modo pelo qual a pesquisa estava sendo conduzida, inserindo-me em uma rede de fofocas entre os interlocutores. Em meu caso, uma relação de interesse afetivo estava sendo instaurada, o que já havia ocorrido comigo em meu período de iniciação científica quando fui forçada a interromper laços com interlocutores para que minha pesquisa tivesse continuidade sem ser afetada. Durante o Mestrado (2013-2014), a nova relação afetiva instaurada em minha investigação ocorreu com o interlocutor-chave Júlio⁷.

Meu contato com Júlio teve início enquanto eu estudava para as disciplinas do Mestrado, quando procurava, através de redes sociais, comerciantes que trabalhassem no camelódromo e que estivessem dispostos a contribuir com minha pesquisa. Dentre alguns comerciantes que aceitaram colaborar com meu estudo estava Júlio, que se mostrou interessado em minha

⁷ Os nomes verdadeiros de todos os interlocutores desta pesquisa foram alterados para nomes fictícios a fim de preservar-lhes a privacidade.

temática. Com certo período de comunicação online com o interlocutor, a partir do qual me mantive informada sobre acontecimentos importantes relacionados ao *shopping* popular, percebi que as conversas encaminhavam-se para um flerte unilateral da parte de Júlio. Em diversos momentos eu destacava minha posição de pesquisadora e meu interesse restrito em minha pesquisa, o que era recebido pelo interlocutor, a partir de minha percepção, como uma ofensa. Em variadas oportunidades após destacar que estava trabalhando, Júlio enunciava frases sentimentais como “sou só um trabalho pra ti”, ou “você está mexendo com meus sentimentos” (os quais tentei compreender, mas quando tentava, era lembrada de que eu era uma pesquisadora “sem sentimentos”), ou mesmo frases agressivas que deslegitimavam minha posição de pesquisadora devido à minha idade, me impossibilitando de coletar dados para meu trabalho, pois se instaurava uma atmosfera de ressentimento por parte de ambos.

A questão de ser uma jovem de 23 e 24 anos durante o Mestrado também se mostrou um problema no que concerne à realização da coleta de dados em outros momentos, pois os comerciantes em geral, e não somente Júlio, suspeitavam acerca de minha capacidade de realizar uma pesquisa universitária. Além, é claro, do frequente receio de eu ser uma repórter investigativa à paisana ao fazer todas aquelas perguntas sobre o comércio informal e sua relação com as leis estatais. Voltando a Júlio, a idade não foi somente o único discurso que visava me deslegitimar em meu trabalho, a questão de minha aparência física, após nos conhecermos pessoalmente, também o foi. O interlocutor após me conhecer pessoalmente disse-me que o que havia sentido por mim foi “uma atração pela fotografia”, o que me resultou em certo alívio já que, se ele não estava mais interessado em mim, a pesquisa poderia ocorrer junto a ele (pessoa que considerava importante para contribuir com minha investigação) sem que eu me sentisse desconfortável. Contudo, o que ocorreu foi que ele, aparentemente, se sentiu insultado por eu ter agido como se estivesse sendo flertada ao constantemente lembrar-lhe que estava a trabalho. Nas palavras de Júlio: “Não superei ainda, sempre irei te cobrar por um bom tempo ainda. Se quiser estar comigo (fazendo pesquisa)”.

Além de tais desentendimentos, minha aparência física também se mostrou um percalço em minha relação com Júlio quando não raro eu era chamada de “patricinha”, e tal estereótipo me era lançado quando eu não compreendia suas explicações sobre a dinâmica comercial do camelódromo. Essa questão, a meu ver, indicava que para meu interlocutor eu era incapaz de entender o que me narrava devido à minha classe social, que supostamente me distanciaria do comércio popular. Aqui a questão de classe social também influenciou minha etnografia, pois me sentia acuada com os adjetivos direcionados a mim decorrentes do modo como me comportava ou me vestia.

Ainda no ínterim de minha relação conflituosa com o interlocutor, fui avisada por outra interlocutora-chave que, devido às passagens de Júlio pela polícia, eu deveria tomar cuidado com ele e que eu poderia me prejudicar se continuasse a dar-lhe atenção. Eu, particularmente, não me importava com as passagens de Júlio pela polícia, mas importava-me em ferir a confiança de minha interlocutora que, de certo modo, estava tentando me auxiliar. Tal questão era agravada por ambos os interlocutores serem vizinhos, o que me colocava em uma rede de fofocas em que não sabia como sair. Tentava, de alguns modos, mediar-me em tal situação, acalmando minha interlocutora sobre meu vínculo com Júlio através de palavras jocosas e não conversando com ele na frente da interlocutora. Contudo, eu já estava esgotada das instabilidades do interlocutor e começava a sentir-me cada vez mais desconfortável em sua presença, o que fez com que eu rompesse contato com Júlio.

Eu poderia relatar mais outros acontecimentos envolvendo tais questões de gênero e classe, mas trouxe tais exemplos para demonstrar os entraves que vivenciei enquanto realizava campo. Entraves estes que tiveram origem por questões que me constituem enquanto pessoa e que influenciaram os modos pelos quais conduzi a pesquisa, mas que também falam das relações de classe que permitem a constituição do comércio popular, assim como a própria relação entre os comerciantes que, como mencionarei adiante neste trabalho, também são pautadas por certo controle quanto ao uso legítimo de mercadorias irregulares. A desistência em manter uma interação profissional com Júlio redirecionou meu trabalho, pois este interlocutor permitia-me conhecer melhor os direitos locais dos comerciantes, as dinâmicas das viagens a São Paulo (já que ele viajava semanalmente) e as relações com o Estado. Penso que tal assunto, o de uma mulher jovem em campo e sua interação com interlocutores homens, pode ser mais aprofundado em outro espaço – tendo já sido objeto de atenção de alguns textos presentes em coletânea de Bonetti e Fleischer (BONETTI & FLEISCHER, 2007) –, mas gostaria de destacar que até aqui foram esses os obstáculos que vivenciei devido à relação entre as singularidades de meu campo de trabalho e minhas características pessoais: mulher, jovem, de classe média e estudante universitária. Tal experiência proporcionou-me encarar o campo de modo menos romantizado e perceber que eu e os nativos somos, como diz Roy Wagner (2010), todos antropólogos.

1.4 Interlocutores-chave

Apresentarei abaixo os interlocutores-chave com os quais tive maior proximidade e que me proporcionaram interessantes experiências etnográficas ao longo de minha pesquisa (2009-

2014). Meus interlocutores não foram, necessariamente, camelôs que atuaram nas ruas, e o motivo pelo qual decidi não realizar tal recorte vincula-se aos objetivos desta dissertação. Muitos dos vendedores que não possuem “anos de pedra” (PINHEIRO-MACHADO, 2004, p. 44), ou seja, que não correspondem àqueles comerciantes que atuaram longos anos nas ruas, contribuíram para que este trabalho alcançasse seu propósito.

Amélia

Amélia foi uma de minhas interlocutoras-chave mais importantes. Com 28 anos de trabalho nas ruas, isto é, com “anos de pedra” (PINHEIRO-MACHADO, 2004, p. 44), possui uma loja no “bloco b”. Amélia vende roupas masculinas e femininas e trabalha com suas filhas. Sua trajetória de vida é permeada por dificuldades financeiras, começou a trabalhar desde muito cedo, quando ainda era criança, para ajudar sua família:

A minha fase dos 15 anos até os 18 anos foi cuidando do meu irmão caçula, fazendo e vendendo pastéis pra não passarmos fome. Passei muita necessidade, passei muita fome também, guria... Hoje eu sou muito triste, pois economicamente eu poderia comer o que eu quisesse mas a minha diabetes não deixa. (Entrevista com Amélia em 15/07/2014. Autoria própria)

Após seus 18 anos de idade, Amélia trabalhou como faxineira e ajudante de sua irmã em uma banca de camelô na rua. Com o tempo, a interlocutora decidiu requerer ponto para ter sua própria banca junto à fiscalização. Disse-me que nesse período se vendia muitas mercadorias trabalhando na rua Voluntários da Pátria (rua que dá acesso à entrada principal do camelódromo atualmente), onde vendia chinelos, cintos e mochilas, até que se mudou para a região da Praça XV, vendendo diversos produtos e chegando a trabalhar com CD's piratas.

Melina

Filha de Amélia, Melina, de 34 anos, conheceu as práticas do comércio popular desde criança, quando ajudava sua mãe nas vendas. Disse-me que cresceu junto à atividade de camelô, e que passou a trabalhar de modo efetivo nas ruas quando tinha 22 anos. Melina alterna as datas em que aparece para trabalhar no camelódromo com sua mãe e com sua irmã mais velha. Porém, é a única da família que viaja em busca de novas mercadorias. Tive a oportunidade de viajar com Melina para São Paulo a fim de observar como são realizadas as viagens e as compras que muitos comerciantes praticam com o objetivo de abastecer suas lojas.

Júlio

Conheci Júlio pela internet no começo do ano de 2013 em uma rede social. Virtualmente apresentei-me como antropóloga e explicitiei minha pesquisa, assim como realizei convite para que fizesse parte de minha etnografia. Júlio ficou interessado em me ajudar e a partir de então conversamos com bastante frequência pela internet e meses depois pessoalmente. O interlocutor é um comerciante do “bloco b” do camelódromo, vende eletrônicos e trabalhou como camelô nas ruas durante 10 anos. Assim como muitos vendedores, Júlio realiza viagens frequentes à São Paulo e ao Paraguai buscando mercadorias não somente para si, mas também para seus colegas que fazem encomendas. Tais encomendas proporcionam ao interlocutor comissões pelo feito de viajar e trazer o produto demandado. Foi com Júlio que vivenciei a maior parte dos “imponderáveis da vida real” em minha etnografia, as relações intersubjetivas entre pesquisador e pesquisado que relatei de modo breve anteriormente.

Cristina

Cristina é a atual diretora do *Pop Center*. Pude realizar com ela entrevista que integra o capítulo 3 desta dissertação. Tal capítulo trata da perspectiva da administração do camelódromo sobre esse local, assim como os conflitos pelos quais o ideal da legibilidade enfrenta na prática.

João

João é Diretor da Divisão de Fiscalização da SMIC, o qual tive a oportunidade de entrevistar para compor o capítulo 4 desta dissertação. Tal capítulo aborda as práticas estatais de órgãos fiscalizadores frente às práticas comerciais consideradas irregulares realizadas pelos comerciantes do camelódromo.

Nilson

Nilson foi um dos primeiros interlocutores com que tive contato no camelódromo e o primeiro a estabelecer comigo uma relação de pesquisadora e pesquisado profícua. Com 28 anos de experiência como camelô nas ruas, Nilson, de 54 anos, conciliou diversas atividades laborais ao longo de sua vida. Foi artesão, funcionário de uma companhia de transporte coletivo

e, quando criança, auxiliava sua família vendendo comida em seu bairro. Meu vínculo com Nilson durou dois anos, de 2009 a 2011, quando decidi investir em outro negócio.

Ana

Ainda que não tenha experiência como camelô atuante nas ruas, Ana, de 35 anos, fez parte da experiência etnográfica mais cansativa que tive em campo: a longa busca pelo melhor preço de capinhas de celular nas ruas de São Paulo após 18 horas de viagem em um ônibus. A interlocutora iniciou seu trabalho no camelódromo por conta de ser filha de um camelô.

Maurício

Maurício é vendedor de capinhas para celular, cresceu convivendo com os camelôs nas ruas e possui mais de 10 anos viajando para Paraguai e São Paulo. Atualmente possui um atacado no “bloco b” do camelódromo (nenhuma placa sinaliza tal mercado, o conhecimento é “boca-a-boca”), vendendo mercadorias para seus colegas.

1.5 Organização dos capítulos

O segundo capítulo tem o intuito de apresentar ao leitor o camelódromo de Porto Alegre/RS. Utilizo-me, como os dois dos suportes teóricos mais significativos para minha compreensão da vastidão de eventos que fazem parte do cotidiano dos vendedores no espaço-tempo, os estudos etnográficos de Rosana Pinheiro-Machado (2004) e Moisés Kopper (2012) que investigaram, respectivamente, as práticas comerciais dos comerciantes no período em que atuavam nas ruas e o processo de realocação dos comerciantes no camelódromo. Abordo também o camelódromo como um espaço planejado e construído para facilitar a legibilidade estatal (SCOTT, 1998) sobre o comércio popular constituído por camelôs, ou seja, como um campo constituído por relações de poder; além de trazer à tona a discussão sobre o perfil oficialmente legal do camelódromo, mesmo que com atividades ilícitas ocorrendo em seu espaço. Por fim, destaco o fenômeno da pirataria como uma “margem” global constituída por uma ampla rede comercial de escala mundial que apresenta-se nas práticas cotidianas dos comerciantes.

O terceiro capítulo aborda a questão da legibilidade através da perspectiva da administração do camelódromo, ou seja, da empresa privada que investiu em tal espaço.

Pretendo, neste capítulo, destacar os esforços da gestão do *shopping* popular para que este se enquadre em um discurso menos estigmatizado de comércio associado a camelôs e ilegalidade. Procuo, também, demonstrar as relações por vezes conflituosas entre a gestão do camelódromo e órgãos de fiscalização; e a reconstrução da figura do camelô, instigada a se tornar pequeno-comerciante.

O quarto capítulo trata da construção e operacionalidade do Estado frente às práticas consideradas marginais do comércio popular em questão. Através de duas entrevistas realizadas com a Receita Federal da 10ª Região Fiscal e com a SMIC, procuro demonstrar a constituição do Estado através das práticas “marginais” dos comerciantes. A escolha desses dois órgãos estatais de fiscalização deu-se em razão de sempre fazerem parte das conversas de meus interlocutores quando mencionavam viagens em que adquiriam mercadorias para vender, ou mesmo em falas em que demonstravam receio de que a fiscalização abordasse o camelódromo, como ocorreu algumas vezes. Meu objetivo nesse capítulo é demonstrar a operacionalidade desses dois órgãos frente ao comércio popular de venda de bens considerados ilegais pelo Estado e apresentar alguns instrumentos de legibilidade que são criados a partir das práticas dos comerciantes rearranjando, assim, o próprio ente estatal.

No quinto capítulo apresento as práticas comerciais dos trabalhadores do camelódromo de Porto Alegre a partir de suas economias morais (FASSIN, 2012), compostas pela lógica criativa (DE CERTEAU, 1996) de produção de mecanismos regulatórios locais. O foco nas regras locais dos vendedores se dá em razão de tal aparato estar, de modo fundamental, em diálogo contínuo com as normas oficiais do Estado, o que proporciona visualizar a produção das margens como uma coprodução com as autoridades oficiais. Nesse sentido, percebo tais regras internas a partir do que Boaventura de Sousa Santos (1988) considera como pluralismo jurídico, ou seja, uma miríade de distintos direitos em que não somente o oficial é ponderado, mas também as regras internas dos grupos que coexistem em mesmo espaço e dialogam com as regras estatais.

O sexto capítulo mostra a perspectiva de comerciantes sobre a rota de viagem Porto Alegre/São Paulo, assim como práticas de obtenção de mercadorias na capital paulista. Tive a oportunidade de viajar junto com Melina, minha interlocutora-chave para a cidade de São Paulo a fim de perceber tais práticas e, também, as motivações que permeiam as viagens à metrópole. Meu objetivo com tal capítulo é demonstrar uma rota que vem, ao longo dos anos, tomando grandes proporções em razão de suas peculiaridades, como o bom preço, produtos com qualidade e riscos memorizados. Os riscos aqui estão diretamente envolvidos com as atividades estatais e correspondem às baixas abordagens e apreensões de mercadorias pelos órgãos

fiscalizadores se comparado a outras rotas bastante visadas pelos comerciantes, como a rota Porto Alegre/Ciudad del Este.

2 CAMELÓDROMO: NOVA CONFIGURAÇÃO E (I)LEGIBILIDADES

Para compreender as relações de poder que se manifestam no camelódromo, busco apresentar, neste capítulo, esse novo espaço que abarca os camelôs regularizados pela prefeitura⁸ que atuavam, há dezenas de anos, nas ruas da cidade. Além de sua apresentação, meu objetivo também é evidenciar a construção do *shopping* popular como parte de um processo de produção de legibilidade estatal (DAS & POOLE, 2008; SCOTT, 1998) e perceber como tal processo é compreendido e vivenciado pelos comerciantes. Através de conversas, observação participante e entrevistas com os vendedores, procurarei demonstrar as transformações que estes vivenciam ao confrontar a sua experiência atual com o comércio de rua, ao qual muitos eram vinculados até a construção do camelódromo.

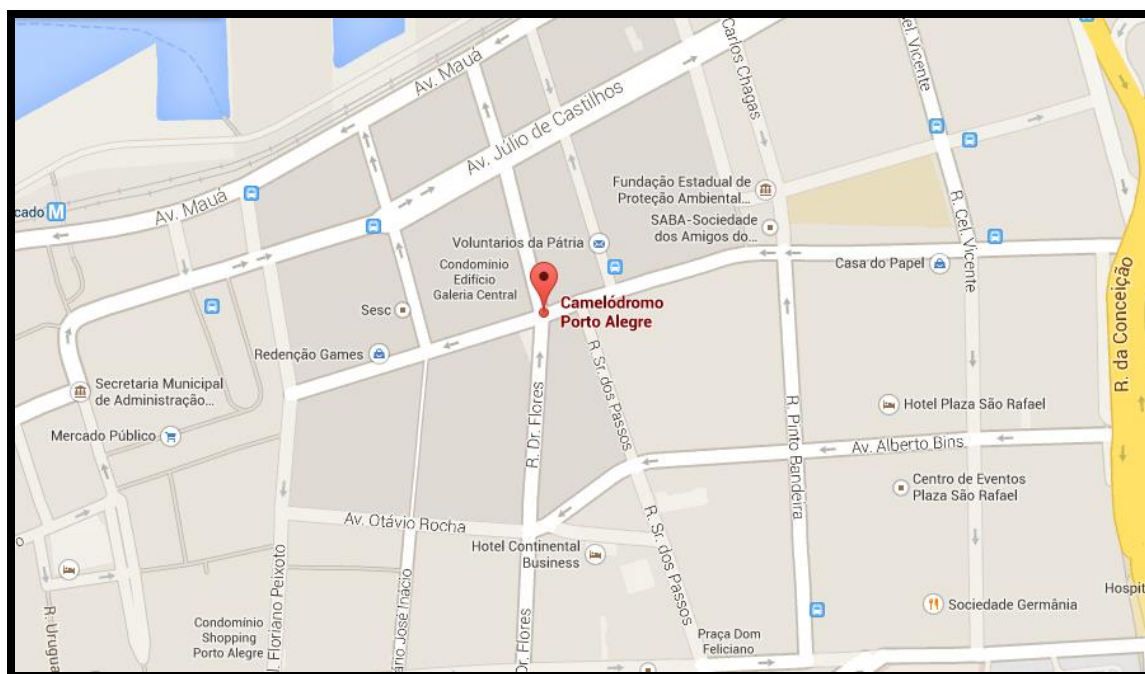
O argumento que proponho é que é possível compreender a construção do camelódromo como um projeto de produção de legibilidade, e que tal produção não se dá sem conflitos, tensões e práticas que recolocam, *no* camelódromo, margens móveis entre legalidades e ilegalismos. Para pensar as “margens móveis”, enfatizarei os produtos conhecidos como “piratas” comercializados no *shopping* popular por antigos camelôs que trabalhavam nas ruas e também por novos comerciantes, em uma tentativa de elucidar a coexistência e interseção entre o ilegal e o legal. O objetivo deste capítulo consiste em i) apresentar, historicamente e descritivamente, ao leitor o camelódromo porto-alegrense; ii) discutir o Pop Center como um instrumento de legibilidade que visa controlar de modo mais efetivo os comerciantes populares; iii) perceber como os comerciantes concebem a proposta legalizadora do camelódromo; iv) perceber como os vendedores encaram o novo espaço iv) debater a pirataria como ilegibilidade presente no *shopping* popular em questão.

2.1 Camelódromo de Porto Alegre: uma apresentação

⁸ O último cadastramento dos camelôs pela prefeitura deu-se no ano de 1989, quando foi criado o camelódromo da Praça XV. Tais cadastramentos visavam a regularização dos comerciantes no que diz respeito à venda de bens considerados lícitos pelas autoridades, o que acabou não acontecendo. Para mais informações ver: PINHEIRO-MACHADO, Rosana. *A Garantia “soy yo”*: Etnografia das práticas comerciais entre camelôs e sacoleiros nas cidades de Porto Alegre (Brasil) e Ciudad del Este (Paraguai). Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

Os camelódromos brasileiros correspondem a um fenômeno urbano recente, que abarca comerciantes informais em lugares concentrados, como prédios, geralmente organizados e construídos por parcerias público-privadas. Na capital gaúcha, a transferência de parte do comércio popular que atuava nas ruas⁹ teve como finalidade, de acordo com o governo municipal, revitalizar a cidade (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, s.d). O camelódromo porto-alegrense, inaugurado em 9 de fevereiro de 2009, situa-se no Centro Histórico de Porto Alegre, mais precisamente entre a Avenida Mauá e a rua Voluntários da Pátria, cruzando a Avenida Júlio de Castilhos (Figuras 1 e 2).

Figura 4 - Mapa localizando o camelódromo na região central porto-alegrense



Fonte: Google Maps.

⁹ Foram transferidos comerciantes populares que atuavam nas ruas e que eram cadastrados pela prefeitura da cidade.

Figura 5 - Mapa aéreo com indicações de fotografias



Fonte: adaptado pela autora a partir de Google Maps.

Os jogos de poder entre camelôs e Estado envolvendo os espaços de atuação do comércio popular encontram-se presentes na cidade desde o século XVIII, período em que o comércio porto-alegrense crescia através de negociantes e açorianos (FRANCO, 1983). Já no século XIX, o imaginário social da figura do camelô enquanto ator social praticante de atividades marginais emerge de modo substancial (PESAVENTO, 1994). Muito frequentemente vinculado à venda de peixes nos períodos acima referenciados, o comércio popular situava-se na região central da cidade, região de interesse de atores sociais de camadas economicamente abastadas que procuravam adequar a região central ao discurso modernizante da época.

Assim, políticas de higienização urbana, ou o que se pode dizer atualmente, de gentrificação, visavam realocar os comerciantes em outro local (idem). As alterações de espaços de coletivos indesejados por aqueles que possuíam e possuem poder político-econômico é uma constante urbana no tempo. Em 2009, mas sem uma aparente desvinculação histórica, os camelôs cadastrados há 20 ou mais anos pela prefeitura tornaram-se grupo de interesse de um projeto proposto pelo governo municipal, no qual seus espaços de atuação não mais envolveriam barracas montadas nas ruas, mas sim um prédio com lojas (ou *boxes*), o camelódromo.

Atualmente, o camelódromo de Porto Alegre chama-se “Pop Center”¹⁰, e sua construção deu-se através de parceria público-privada realizada junto à construtora Verdi, vencedora de licitação. Tal parceria trouxe, além de um prédio fixo para a atuação dos comerciantes, novidades às atividades laborais destes, como o pagamento de aluguel (custo semanal de aproximadamente R\$ 138,00); pagamento de condomínio (custo mensal de aproximadamente R\$ 200,00); máquinas de cartões de crédito; cursos de capacitação financeira; e horários de funcionamento pré-definidos (das 08h30 às 20 horas)¹¹.

Figura 6 - Pop Center, entrada principal pela Rua Voluntários da Pátria



Fonte: elaborado pela autora.

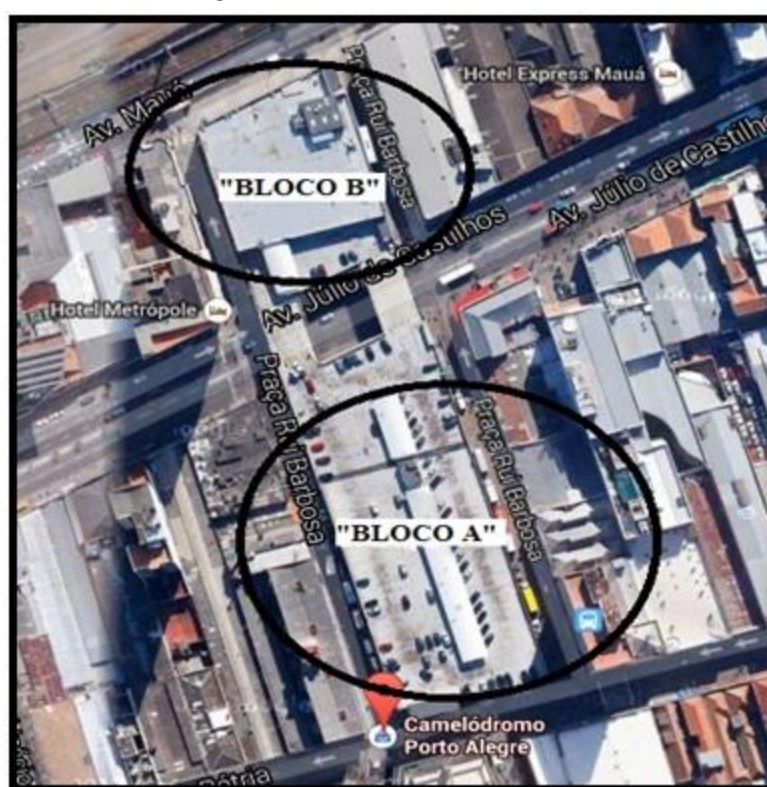
De acordo com o projeto inicial do *shopping* popular, o prédio visaria abarcar 800 camelôs cadastrados pela prefeitura. No entanto, o que preliminarmente fora um plano para a

¹⁰ Desde sua inauguração o prédio trocou de nome três vezes: “Centro Popular de Compras”, “Shopping do Porto” e, atualmente, “Pop Center”.

¹¹ O comerciante também pode usar o espaço em outros horários com autorização prévia da administração. Geralmente isso ocorre quando os vendedores chegam, antes do horário das 08h30 da manhã, de viagens em que foram buscar mercadorias e precisam dispô-las nas lojas.

instalação de comerciantes que trabalhavam nas ruas, acabou abarcando outras categorias de vendedores, muito em razão de alguns camelôs não conseguirem arcar com as novas despesas, disponibilizando, assim, lojas para novos comerciantes. Ao longo dos anos em que estive envolvida com pesquisas no Pop Center pude encontrar instalados no novo espaço artesãos que trabalhavam anteriormente na Rua da Praia¹²; pessoas que nunca antes atuaram como vendedoras desempenhando papel de funcionárias para os donos das lojas; e parentes de camelôs que também não exerceram nenhuma atividade relacionada à camelotagem nas ruas.

Figura 7 - “Bloco A” e “Bloco B”



Fonte: adaptado pela autora a partir de Google Maps.

É importante destacar, também, a logística do espaço, pois muitas estratégias comerciais, e mesmo conflitos com o poder público e com a administração do local, baseiam-se no binário espacial “bloco A” e “bloco B”, especialmente nos primeiros anos de inauguração do camelódromo. O primeiro bloco compreende a área onde as vendas são consideradas, pelos lojistas, mais abundantes, já que seu principal acesso compõe-se através da Rua Voluntários da

¹² Rua bastante tradicional do Centro de Porto Alegre em que muitos ambulantes e artesãos vendem seus produtos. Para mais informações ver: CUNEGATTO, Thais. *Etnografia na Rua da Praia: um estudo antropológico sobre cotidiano, memória e formas de sociabilidade no centro urbano porto-alegrense*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, 2009.

Pátria, rua com elevado movimento de pessoas e zona majoritariamente comercial. Já o “bloco B” – ou ala Cais do Porto – recebe menor fluxo de transeuntes devido ao parco movimento de pessoas em seus acessos que compreendem zonas contíguas à Avenida Mauá, região substancialmente transitada por veículos automotores. O “bloco B”, deste modo, recebe grande parte de sua clientela através do “bloco A” quando os transeuntes atravessam tal bloco, para chegar à ala Cais do Porto.

A seguir exponho passagens de diários de campo que realizei ao longo de minhas pesquisas no camelódromo. Tais diários contêm percepções de comerciantes sobre a realocação espacial pela qual passaram – os relatos são, portanto, de comerciantes que trabalhavam nas ruas –. É importante destacar que o grupo dos vendedores que atuam no camelódromo corresponde a um grupo heterogêneo, e os fragmentos de meus diários de campo abaixo refletem percepções que se mostraram a mim, em minha etnografia, preponderantes entre os trabalhadores.

Data: 05/03/09, quinta-feira – entrevista com uma comerciante

Perguntei sobre a situação da mudança de local de trabalho para minha interlocutora e sua amiga, uma vendedora vizinha, frequentemente respondia às minhas perguntas:

Só pra pior, a chuva atrapalhava, mas a gente colocava lona, mas quando chegava a noite a gente ia com dinheiro pra casa e ia com tudo pra casa para dar para as crianças, pros filhos. Aqui a gente tá indo, não tá indo tudo molhada pra casa mas tá indo sem dinheiro, então não é vantagem pra gente, vantagem pra gente é ir pra casa com dinheiro. Aqui está sendo só uma tortura pra nós. Que alguém faça alguma coisa pela gente (...) que venham pra cá, que olhem pra cá, que não fiquem só na frente dos camelôs lá na frente (referindo-se ao “bloco A”), que venham aqui pra praça de alimentação que tem camelô aqui. Nós estamos no ponto de pedir socorro, que venham ver como é que está aqui, como é aqui, todo mundo fala que aqui é são os pobres, nós podemos ser pobres, mas ricos de consciência, e estamos aqui lutando.

Data: 10/04/09, sábado – entrevista semi-estruturada com Nilson

A mudança de local de trabalho de acordo com Nilson:

Nós achamos que estamos sendo prejudicados, então acredito que gradualmente nós nos moldaremos até entrar no sistema. É que nem tirar um passarinho da natureza e colocar na gaiola, né. Até tinha muita gente que já tinha lojinha, que era camelô, mas que já tinha lojinha, mas muitos não. Aqui o pessoal vai se moldando com o tempo, com o tempo vai se moldando. Até cair a ficha assim... Mas eu já vi mais ou menos como é porque eu conversei com muitos amigos meus que tem loja e eles disseram que vai ser difícil no começo, até eu me adaptar... Meu projeto é trabalhar esse ano, trabalhar até o fim do ano e montar, né. Me manter e ano que vem me ajeitar e no terceiro ano, ganhar um dinheiro. A minha meta, pra eu ficar bem, pra minha banca ficar legalzinha é vender de 300 a 500 pila por dia. Mas eu tenho que trabalhar em cima disso aí né.

Data: 15/07/2014, terça-feira – entrevista semi-estruturada com Amélia

Passei o dia entrevistando Amélia, por causa das dores no corpo que a interlocutora sentia me senti responsável, já que ela estava me concedendo uma entrevista de modo voluntário, a ajudá-la com as vendas arrumando manequins, oferecendo mercadorias à clientela e cuidando da loja enquanto Amélia ia ao banheiro ou precisava falar com uma colega de trabalho de outra loja [...]. A entrevista foi realizada quando esperávamos a clientela, sentadas nos bancos dispostos na loja de Amélia. O enfoque de minhas perguntas residiu na temática da pirataria no camelódromo, assim como sobre a nova configuração legalizada do espaço. [...] A interlocutora ao abordar as questões que mais afetaram os comerciantes na transferência das ruas para o prédio Pop Center destacou a questão econômica dos vendedores que, desacostumados com o pagamento de encargos, sentiram-se em uma situação nova e difícil:

“As pessoas achavam que aqui não ia dar certo, agora eu te digo assim, eu não digo que não deu certo, mas só que lá na rua as pessoas trabalhavam diferente. Lá na rua a gente pagava R\$ 200,00, aqui a gente paga R\$ 1.000,00, tem uma grande diferença. Praquelas pessoas que não estavam acostumadas a pagar, muitos até levavam as mercadorias pra casa né, muito até saíram, ficou muito difícil”

Os diários com as falas dos comerciantes destacam uma questão cara ao comércio: o lucro. Nos anos iniciais do empreendimento do camelódromo, especialmente os comerciantes do “bloco B” compreendiam que vender e lucrar era mais interessante do que estar alojado em

um espaço com paredes e teto. Hoje, muitos dos ex-camelôs que foram realocados não mais trabalham em suas lojas. Dentre os variados motivos para tanto, está a falta de condições em se manter no *shopping* popular. Tal falta de condições está relacionada à questão da adaptação ao novo espaço – apontada por Nilson em 2009 – e que ainda é uma questão latente no local, devido não somente ao perfil formal do camelódromo, mas também ao novo modo de vender e lucrar.

2.2 O camelódromo porto-alegrense como um esforço de legibilidade

O camelódromo da cidade de Porto Alegre, assim como em outras cidades brasileiras, teve como um de seus objetivos realocar os antigos camelôs cadastrados pela prefeitura que vendiam informalmente suas variadas mercadorias nas ruas. Planejado em meados dos anos 2000, o camelódromo porto-alegrense foi alvo de múltiplos conflitos envolvendo comerciantes, líderes locais e governantes ao longo de suas negociações (KOPPER, 2012). Planejado a partir de licitação e de parceria público-privada com a construtora Verdi – que edificou o prédio e lucra até o momento com tal empreendimento –, o processo de remoção dos camelôs no ano de 2009 baseou-se no discurso do nascimento de um novo comerciante regularizado de acordo com as leis estatais. A construtora prometeu proporcionar ao comerciante realocado a possibilidade de crescimento em seu ramo; a superação do *status* de camelô para ser reconhecido enquanto empresário; além de novas condições de trabalho que incluíam lojas protegidas de chuva e sol forte, *marketing* do espaço, banheiros e cursos de capacitação profissional.

O *shopping* pode ser percebido como mais uma tentativa estatal de controlar as práticas comerciais que os camelôs regularizados e cadastrados pela prefeitura desempenhavam, há seis anos, nas ruas. Tais práticas de venda e de apropriação do espaço público eram percebidas pelo imaginário social, e reforçadas pela mídia e pelo poder público, como marginais (MARQUES et al., 2013; PINHEIRO-MACHADO, 2004; SOILO, 2013). Mais do que admitir tal marginalidade como um atributo pejorativo direcionado aos comerciantes, a noção de “margem”, entretanto, pode ser interessante para compreendermos a própria criação do camelódromo como uma tecnologia de produção de legibilidade ao comércio popular na cidade de Porto Alegre.

As margens comumente nos sugerem o reconhecimento de situações de resignação estatal em que grupos encontram-se excluídos, de certo modo, da sociedade. No entanto, procuro pensar as margens como Veena Das e Deborah Poole (2008), ou seja, como vivências

criativas que, ao definirem os limites da legibilidade estatal, produzem mecanismos de regulação próprios que acabam por colonizar leis oficiais. A relação entre margens e legibilidade é crucial para que os processos de produção do Estado e de espaços/práticas marginais sejam compreendidas. Conforme James Scott (1998), a legibilidade consiste em tecnologias de controle do Estado moderno que visam supervisionar as ações de sua população. Tendo em vista a vastidão de diferentes grupos sociais em um Estado, este necessita de instrumentos simples e amplos que abarquem satisfatoriamente e tornem legíveis as informações mais relevantes para o controle da população¹³. As margens e sua relação com a (i)legibilidade são, como dizem Das & Poole (2008), uma relação de coprodução, pois o Estado ao deparar-se com ilegibilidades ou mesmo com suas ameaças reforça-se a si mesmo produzindo novos mecanismos de controle¹⁴; e as práticas estatais, por sua vez, definem sujeitos e práticas que encontram-se à sua “margem”.

Ao perceber muitos dos comerciantes do camelódromo enquanto atores sociais que são considerados como se vivessem às margens do Estado devido à atividade de camelotagem nas ruas, quero ressaltar que não entendo a posição de “estar à margem” como uma situação de exclusão do aparato estatal. Como Das & Poole argumentam, as ditas “margens” são supostos necessários do Estado, “de la misma forma que la excepción es a la regla” (DAS & POOLE, 2008, p. 20), assim como constituem “no tanto como sitio que queda por fuera del estado, sino más bien como ríos que fluyen al interior y a través de su cuerpo” (idem, p. 29). Desse modo, é possível apreender o projeto do camelódromo como uma tecnologia de poder na qual o Estado procura manejar e pacificar as populações que considera estarem à sua margem, tanto através da força, quanto da “pedagogia de la conversión intentando transformar a estos ‘sujetos rebeldes’ en sujetos legales del estado” (idem, p. 24). Tal noção parece adequada para pensar o prédio do camelódromo de Porto Alegre que em seu processo de planejamento e construção, acabou por tornar-se uma realocação compulsória, apresentando em seu discurso a revitalização do Centro Histórico da cidade através, dentre outros recursos, da promoção da imagem do espaço, considerada negativa e marginalizada (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, s.d); e da superação da informalidade, muito associada a atividades sem respaldo estatal (POP CENTER, s.d).

¹³ Exemplos desses instrumentos podem ser percebidos em sobrenomes familiares que têm característica duradoura e censos.

¹⁴ Ao contrário do que poderíamos pensar, as autoras sugerem que o ente estatal não é, assim, formado por sua legibilidade baseada em documentações e estatísticas.

2.3 O comércio ilegível: pirataria

Assim como o espaço, as mercadorias vendidas no camelódromo também desempenham papel relevante na identidade legal/ilegal, formal/informal do comerciante e contribuem para pensar zonas de (i)legibilidades. Desse modo, trago para a discussão neste trabalho a presença de bens piratas no comércio popular, bens historicamente emblemáticos no que diz respeito à ilegibilidade. É importante ressaltar que nem todos os vendedores que atuam hoje no *shopping* popular porto-alegrense foram camelôs que exerciam suas atividades nas ruas, mas suas relações com a pirataria são as mesmas, ou seja, vendedores – ex-camelôs ou não – trabalham com bens piratas. Nesse contexto, abordo as mercadorias piratas a fim de apresentá-las como categorias de bens que enquadram-se no conceito de ilegibilidade, ou seja, de situação não apurada e controlada pelo Estado.

A definição estatal acerca do que vem a ser pirataria deu-se após a realização da CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) da Pirataria ocorrida no ano de 2004. Posteriormente a essa investigação foi promulgado o Decreto nº 5.244/2004 que conceituou, juridicamente, a pirataria enquanto “a violação aos direitos autorais de que tratam as Leis nº 9609 e 9610 ambas de 19 de fevereiro de 1998” (BRASIL, 2004). No campo antropológico a pirataria pode ser entendida como “uma expressão comumente usada pelos poderosos para se referir à atividade de reprodução e venda de cópias não-autorizadas de mercadorias valorizadas pelos consumidores contemporâneos” (RIBEIRO, 2010, p. 27). Ribeiro também a entende como uma ameaça aos direitos de propriedade sobre algumas mercadorias, o que consequentemente afetaria, sobremaneira, a reprodução e o núcleo do capitalismo¹⁵.

Nesse sentido, é quase inevitável não relacionar o fenômeno da pirataria ao fenômeno da globalização, especialmente no que concerne a esta pesquisa, pois o comércio que estudo comercializa bens dos mais variados locais do mundo, além de constantemente ser abastecido através de viagens realizadas pelos vendedores. Apresento, assim, a globalização como fenômeno caracterizado pela intensidade da circulação de pessoas, informações e coisas (RIBEIRO, 2008) atuando em diversos campos da vida social, mesmo que não possua uma

¹⁵ O regime da propriedade intelectual corresponde a um dos pilares do atual sistema capitalista, sendo fundamentado por tratados internacionais, especialmente pelo Acordo TRIPS (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights). Tal acordo corresponde a um pacto realizado no ano de 1994 com a intenção de regulamentar a propriedade intelectual dos países membros da OMC (Organização Mundial do Comércio), abrangendo cerca de 160 países e podendo instituir sanções aos países que infringem seus preceitos. Conforme Leal & Souza, esse acordo domestica “novas tecnologias e produções culturais às estruturas de propriedade e mercado hegemônicas” (2010, p. 14).

estrutura uniformizada ou homogeneizadora sobre em que ou quem atua (COMAROFF, 2003; GIDDENS, 1991).

Em um cenário de relações permeadas por redes fluidas e de longo alcance como a globalização, valho-me das noções de Gustavo Lins Ribeiro (2010) acerca do “sistema mundial não hegemônico” e da “globalização popular” para compreender a pirataria enquanto margem produtora do Estado e de si mesma (DAS & POOLE, 2008). Ribeiro (2010), a fim de destacar as perspectivas dos atores que integram mercados populares e estudar as complexas relações entre o que é considerado lícito e ilícito pelo poder estabelecido, sugere pensarmos sobre um sistema mundial não hegemônico em contraponto ao sistema dominante formado pelo Estado e pelo capital privado. Por sistema não hegemônico, o autor entende uma rede composta de mercados inseridos na globalização popular que, ao se interconectarem, estabelecem relações de longo alcance. A globalização popular compreenderia, desse modo, os fluxos de mercados populares realizados por atores sociais “que, em geral, não são considerados nas análises sobre globalização ou, quando são, figuram apenas como migrantes ou ‘transmigrantes’” (RIBEIRO, 2010, p. 21).

Assim, a margem representada pelas práticas comerciais realizadas no camelódromo possui, para além de uma existência local, uma base global que a impulsiona e que a reforça através de suas redes de compra e venda (PINHEIRO-MACHADO, 2004 e 2009), produzindo-a e produzindo, deste modo, o(s) Estado(s) modernos.

2.3.1 Diversidades legais: pirataria com alvará

Atualmente o camelódromo pode parecer, à primeira vista, um local paradoxalmente dotado de regras convergentes com os preceitos estatais, onde bens piratas coexistem com alvarás de funcionamento. Tal espaço, como diz Moisés Kopper, “está amparado por um projeto moderno de legalização e visibilização da mão-de-obra trabalhadora, de vez que passa a concentrar vendedores ‘ambulantes’ [...] em uma região geopolítica estratégica para a vigilância e o esquadramento de suas movimentações e ações” (KOPPER, 2011, p. 106). No entanto, mesmo com o apoio estatal e com fiscalizações frequentes, mercadorias piratas, consideradas ilegais por legislações nacionais e internacionais, ainda correspondem à maioria dos produtos oferecidos pelos vendedores que lá atuam.

A palavra “paradoxalmente”, a qual citei acima, apenas pode ser contemplada em seu significado de contradição se a observarmos a partir da perspectiva legal e ideal, na qual opõe-se Estado e ilícito. Se examinarmos a partir de uma lógica de comércio fundamentada

historicamente no comércio informal, a continuidade da presença da pirataria no cotidiano dos comerciantes do camelódromo representa o modo de subsistência tanto dos vendedores quanto da própria administração do local. Um ciclo em que a pirataria torna-se parte do sistema capitalista através dos pagamentos realizados pelos vendedores e que se mantém ao proporcionar a estes sua continuidade no espaço. Nesse sentido, apresento a seguir o diálogo que tive com Amélia sobre a presença da pirataria no camelódromo:

Andressa: Quando tu entrou pra cá, tu parou de vender pirataria?

Amélia: Tirei, e aí eu me quebrei.

Andressa: Mas ninguém tirou, não é?

Amélia: Ninguém tirou, mas a burra “véia” aqui tirou.

(risos)

Andressa: Mas agora tu não está com pirataria na loja e está vendendo, não está?

Amélia: Não, tem umas coisinhas, tem umas coisinhas... Pouca coisa mas tem. Tem que ter, porque se não, não sobrevivo né.

De acordo com Amélia em outra parte de nossa conversa gravada, a pirataria “é uma coisa boa de se vender mas a gente sabe que é errado, não é?”. A interlocutora, em outro diálogo que estabelecemos, me relatou sobre o controle da administração do camelódromo no que concerne à pirataria. No diálogo abaixo, pode-se perceber a característica negocial do legal dentro do *shopping* popular, ou seja, o legal/ilegal adapta-se às circunstâncias que permeiam o espaço:

Andressa: E como a administração daqui controla a pirataria?

Amélia: Por enquanto eles não incomodaram ninguém. Antes da Copa do Mundo eu falei com o secretário, ele falou "não bota nada da Copa que vai ser proibido pirataria". E eu não coloquei nada da Copa.

Andressa: E todo mundo colocou?

Amélia: Todo mundo colocou, todo mundo se deu bem e eu não.

Andressa: Que nem da outra vez.

Amélia: Eu não sou esperta.

Contudo, nem todos os comerciantes vendem bens piratas, Maurício, por exemplo, diz não gostar de vender tais mercadorias, pois não gosta de receber reclamações de clientes no dia seguinte¹⁶. Diz ser desagradável lidar comercialmente com tais bens, mas que a razão é puramente esta, pois é contra o regime de propriedade intelectual, acreditando que é um regime que não contempla os mais desfavorecidos economicamente. Júlio, vendedor de pirataria,

¹⁶ Lucia Mury Scalco também mostra em seu artigo sobre camelódromo e propriedade intelectual a preocupação de alguns camelôs que não vendiam bens piratas - no período em que ainda atuavam nas ruas – no que concerne a seus vizinhos que comercializavam tais bens. Nesses casos, a presença de pirataria incomodava quem não as vendia pois tais bens chamavam a atenção da fiscalização. Ver: SCALCO, Lucia Mury. Camelódromo: a repercussão do regime transnacional de propriedade intelectual em nível local. In: *Do regime de propriedade intelectual: estudos antropológicos*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2010.

coaduna com a impressão de Maurício no que diz respeito às desigualdades sociais dizendo ser um “Robin Hood”, diz roubar dos ricos para fornecer aos pobres, uma metáfora que faz referindo-se à inclusão de camadas sociais baixas a bens com baixo preço.

Júlio: Pirataria é uma coisa assim, ó. Pirataria a gente já entraria em uma outra questão social porque eu acho assim, ó: te falei e tu viu que eu defendo a questão do imposto. Eu acho que o imposto é justo, se ele é justo e no valor adequado e se essa arrecadação é direcionada para o que foi determinado. Tu tá me entendendo? Veja bem, não sou um anarquista. Eu acho que a sociedade deu certo, só o que deu errado e o que dá errado na sociedade é a administração. É o topo da pirâmide que não tem consciência da base. [...] Pirataria são marcas, Marcas pra mim são rótulos. Rótulos pra mim é uma coisa que alguém inventou, é meu e ninguém pode copiar. Eu acho que isso não existe. Na vida tudo se cria nada se copia. Eu não acredito em marca, em coisas assim: rótulo, marca. Se a pessoa... Claro que a gente acaba em função... Não é uma coisa tão simples também. A marca tem toda uma história atrás dela, às vezes, né. Tem toda uma história de qualidade. Tu compra um produto de qualidade. E tu sabe o que tu está comprando. Está comprando tecnologia, está comprando anos de experiência do fabricante, entendeu? Então a marca eu acho que é uma coisa muito relativa. Quando tu paga a gente sabe que na verdade tu está pagando muitas vezes não pelo produto e sim pela marca e eu sou contra isso aí, entendeu? Eu pago pela marca se eu quiser.

Maurício e Júlio, assim como grande parcela dos comerciantes do camelódromo, entendem que os bens, para parafrasear Douglas & Isherwood, “podem ser usados como cercas ou como pontes” (2006, p. 36). A antropóloga Rosana Pinheiro-Machado (2012) também percebe as perspectivas móveis acerca da pirataria ao pesquisar cópias chinesas. A autora, ao estudar a pirataria praticada na China e a história de tal prática nesse país, demonstra que a cópia estabelece distintas relações com a sociedade “percebendo-as não como expressão criminosa ou como poluidora da aura da autenticidade, mas especialmente como expressão de prestígio, como reforço da autoridade, da tradição e até como fonte de inovação” (PINHEIRO-MACHADO, 2012, p. 12). Se a pirataria é frequentemente observada enquanto um desvio, uma contravenção, o exemplo das cópias chinesas pode ser esclarecedor para questionar sua pluralidade de interpretações.

Assim como as cópias chinesas, a pirataria no camelódromo de Porto Alegre, como pude perceber em campo, adquire dimensão diversa da criminosa: representa o sustento pessoal dos comerciantes aliado à revolta do grupo frente ao governo estatal no que concerne às oportunidades de trabalho e corrupção política. Muitos comerciantes, mesmo aqueles poucos que não vendem bens piratas, não concordam com as altas taxas de impostos vinculados às mercadorias, pois o cidadão de baixa renda não possui acesso a tais bens, assim como não sabem ou não concordam com a destinação desses impostos. Desse modo, a pirataria é percebida pelos vendedores do *shopping* como um modo de subsistência tolerável no cenário capitalista competitivo e excludente; ao mesmo passo que proporciona acesso às camadas populares – das

quais muitos comerciantes provêm – que não possuem condições de adquirir bens originais devido a seus preços.

Por fim, o que procurei destacar, é o contexto atual do camelódromo, sobretudo uma questão de espaço e poder, que promove novas relações entre o legal e o ilegal em âmbito comercial. Se essas relações não são totalmente modificadas com a transferência dos camelôs para um espaço que empenha-se em difundir o discurso de formalidade, como venho mostrando e ainda mostrarei a seguir, um novo fator é agregado para repensar o ilegal no *shopping* popular em questão: o maior controle e presença da administração do camelódromo no que concerne aos comerciantes. Como explorarei a seguir, ao mesmo tempo em que há esse maior controle e presença da administração do *shopping*, por outro lado, há a produção de novos sujeitos comerciantes e novas relações com as tecnologias de poder.

2.4 Notas conclusivas

Neste capítulo procurei apresentar o camelódromo de Porto Alegre e alguns dos arranjos comerciais que são percebidos como novidades para grande parcela dos comerciantes. A partir desses arranjos, pude perceber que a instauração do novo modelo de comércio popular baseado na legalização de práticas irregulares é permeado por insatisfações parciais e mesmo conflitos entre Estado, gestão do camelódromo e comerciantes. A legibilidade pretendida no *shopping* popular encontra-se em descompasso com o histórico modo de vida dos camelôs, fundamentando-se apenas em relações informais e venda de bens piratas. Contudo, práticas consideradas ilegais como a pirataria constituem a subsistência da maioria dos comerciantes no camelódromo, fazendo com que (i)legibilidades sejam constantemente renegociadas.

Não se trata, porém, de uma debilidade estatal em alcançar as zonas consideradas marginais, mas sim de compreender que existem outras racionalidades atuantes e coexistentes com a racionalidade do Estado. Dentre as razões que motivam tal comércio considerado informal está a desigualdade social baseada no regime de propriedade intelectual, condição que apresenta-se como legítima para a realização e manutenção desse mercado entre os vendedores. O Estado ao produzir tais condições de desempenho das margens, constrói-se a si mesmo através de suas tecnologias de controle como, por exemplo, no combate ao crime de pirataria. Trata-se de um fortalecimento mútuo em que os limites entre o que é permitido e proibido são construções relacionais evocadas por duas racionalidades que negociam suas produções de legitimidades constantemente.

3 GESTÃO DAS MARGENS: LIMITES E TOLERÂNCIAS

Planejado pelo poder público e construído e administrado pela empresa Verdi, o camelódromo, ao mesmo passo que tenta regularizar de acordo com a lei estatal as práticas que ocorrem em seu interior, tenta também, por intermédio de ações voltadas à promoção do comércio, manter-se enquanto um empreendimento em que milhões de reais foram investidos. Os objetivos do Estado e da construtora Verdi com o *shopping* popular, não são objetivos excludentes. Ambos indicam em seus discursos o propósito de formalizar as práticas desempenhadas no novo espaço. Contudo, as dimensões administrativa e estatal podem, devido à autonomia de suas funções, divergir em determinadas situações. Essas situações são apresentadas quando órgãos fiscalizadores realizam abordagens no camelódromo fazendo com que animosidades entre comerciantes e fiscais afetem a emergente imagem formalizada do *shopping* popular, que é constantemente trabalhada pela administração do local.

Este capítulo demonstra, assim, as relações da administração do camelódromo não só com órgãos fiscalizadores, mas também com comerciantes do local no que diz respeito a esse novo rearranjo calcado na superação histórica da ilegalidade comercial. Procuo, desse modo, demonstrar como a gestão do *Pop Center* relaciona-se com a nova configuração comercial a partir das práticas dos comerciantes e das tecnologias de controle. Tal capítulo é composto basicamente a partir de entrevista que realizei com a diretora do camelódromo, com exceção do último tópico, que conta com percepções de vendedores acerca da produção de um novo sujeito comercial.

Meu contato com a direção do *shopping* popular deu-se por intermédio de e-mail endereçado ao gerente do espaço, e-mail este que consegui através de minha colega Luciana Sieber, que também realiza pesquisas no camelódromo. O contato com tal gerente oportunizou-me uma entrevista com a diretora do local, a qual chamarei de Cristina. A entrevista (semi-estruturada) que realizei com Cristina deu-se às 16 horas do dia 06/11/2014. Em pesquisas anteriores que tratavam sobre o camelódromo, não relacionei-me diretamente com a administração do local, em razão de tal contato não ter se mostrado necessário para minhas investigações. Esse fato muitas vezes fazia-me “comprar” o discurso de meus interlocutores a respeito das experiências, geralmente sofridas, que vivenciavam no local.

No período em que me abstive de contatar o setor administrativo este parecia-me uma esfera complexa e ambígua, especialmente pela razão que já destaquei nos capítulos anteriores: o discurso estatal e gestor baseado na regularidade de um empreendimento com práticas visivelmente ilícitas. Procurei, então, para enriquecer a dissertação de Mestrado, compreender

de que modo a direção do camelódromo percebe e lida com tal assunto, já que a questão das margens e (i)legibilidades também relaciona-se com as ações gestonárias do local através das promoções de um espaço regular que constantemente é alvo de tecnologias de controle. Assim, objetivo neste capítulo i) apresentar os esforços da administração do camelódromo em torná-lo um comércio de acordo com os parâmetros da legibilidade; ii) apontar as relações da administração com os órgãos fiscalizadores e; iii) mostrar as implicações locais da emergência de um novo sujeito comercial idealmente baseado nos critérios estatais: o pequeno-empendedor.

3.1 Envolvendo-se com o camelódromo

O planejamento do camelódromo pelo governo municipal foi um planejamento puramente espacial, com o objetivo de ceder espaço concentrado para que os camelôs cadastrados atuassem. Esse projeto não contemplava a questão subjetiva dos vendedores, ou seja, não contemplava a noção de interesse pelas vivências e situações laborais. Conforme entrevista com Cristina, a questão da visibilidade do comerciante deu-se em momentos tensos, passados enquanto era diretora do local. Cristina disse-me que o plano acordado com o governo municipal compreendia somente a construção do espaço, na qual foram investidos R\$ 25 milhões, e que, após o prédio estar pronto, a construtora lucraria com o empreendimento durante 25 anos, passíveis de serem prorrogados por mais 10 anos.

Assim sendo, o objetivo da construtora Verdi restava somente em construir o camelódromo e lucrar com o local. Contudo, tal objetivo, enquanto exclusivo, foi sendo desconstruído a partir do momento em que diversos atores sociais, muitos com envolvimento político, entraram em cena no processo de construção e de realocação dos camelôs no novo espaço. Conforme Cristina: “eles não tinham nada e ainda tinha um sistema, uma força política muito grande que colocava na cabeça deles que eles poderiam ser donos disso aqui.” A força política que prejudicava a gestão de Cristina, conforme seu relato acima, era constituída por vereadores que, conforme a diretora, diziam para os comerciantes que eles poderiam ser donos do camelódromo no lugar da empresa privada¹⁷. Tal período de exaltações resultou em alguns episódios, como o de uma reunião noturna em que disse ter visto comerciantes com garrafas

¹⁷ Para mais informações ver: KOPPER, Moisés. *De camelôs a lojistas: etnografia da transição do mercado de rua para um shopping popular em Porto Alegre-RS*. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

pet e gasolina a fim de atear fogo no local¹⁸; além de outras ocasiões em que os vendedores fechavam coletivamente as lojas fazendo barulho e dizendo que haviam sido enganados.

Percebendo que tais eventos estavam sendo desencadeados por insatisfações de grande parte dos comerciantes, Cristina disse que decidiu, após os conflitos, “abraçar a causa” do camelódromo envolvendo-se diretamente com o problema social dos camelôs que precisava ser melhor administrado. Tal envolvimento deu-se, de modo efetivo, no ano de 2010, quando percebeu que se a administração continuasse a abster-se de sua proximidade com a situação social dos vendedores, o empreendimento não prosperaria. Sua estratégia foi direcionar esforços para que o camelódromo, enquanto comércio, se desenvolvesse de modo positivo, dando atenção, assim, à pessoa do comerciante e não somente às questões ligadas a investimentos e ao retorno financeiro. Caso não houvesse essa interferência mais subjetiva da gestão, o camelódromo correria riscos de falir, o que conseqüentemente acarretaria em uma ação judicial contra o governo por parte da empresa Verdi, por ter investido no espaço, realizando uma obra de R\$25 milhões, sem encontrar retorno financeiro.

Então o que eu falo sempre é o seguinte – e falei isso agora para o presidente da CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas): **em momento algum está escrito em nenhum diário oficial que a Verdi iria adotar 800 famílias.** O que o edital dizia era que tinha que construir 25.000m e oferecer as condições pra que isso funcionasse, só. **Essa adoção ficou a critério do desespero.** Então o que eu digo assim pra ti ó: digamos que a Verdi não tivesse feito o que fez (esses investimentos). Eu fiz agora um investimento de R\$ 40.000,00 que a Verdi pagou porque o lojista não quer pagar, se ele ajudasse a pagar ia dar R\$ 20,00 para cada um. Ele não quer porque ele não acha importante. Eles não têm essa maturidade. Como nós vamos pôr gente aqui? Precisa de muita gente para alimentar três mil bocas. Que cada um tem que levar pra casa o seu dinheiro. É muita gente. Então eles não entendem ainda isso. Mas o que acontece: eu falo assim ó “Ah bom, então tá. Não querem pagar? Simples.”. Digamos assim, isso aqui não é bom para o camelô? Mas seria muito bom para uma escola pública que ia agradar muito mais gente do que um camelô. Então o camelô não pode mais ser camelô. Ele tem que arrecadar impostos, senão tu está privilegiando uma classe só. **Ele entrou camelô, mas ele não pode ficar camelô. Ele tem que retornar para o Município de outra forma.**

Após essas informações fornecidas a mim através de entrevista realizada com Cristina, o camelódromo mostrou-se a mim como um espaço complexo, não somente para os vendedores que lá trabalham, mas também para a gestão do local. A complexidade, como pude depreender de nossa conversa, decorre principalmente da situação social e histórica na qual a figura do camelô encontrava-se (e ainda se encontra) na sociedade capitalista.

¹⁸ Tal acontecimento também pode ser encontrado na dissertação de Moisés Kopper. Ver: KOPPER, Moisés. *De camelôs a lojistas: etnografia da transição do mercado de rua para um shopping popular em Porto Alegre-RS*. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

E a situação assim: em nenhum momento eu trabalho para a ilegalidade, isso eu falo para quem for - Receita Federal (já fui conversar com o superintendente). Só que nós temos um problema social na mão. Então tu não podes nem ignorar. Tu não pode largar, se largar vai ser pior. Tem que achar o meio termo. Então hoje uma das coisas que eu estou fazendo é chamando as entidades de classe para que venham me apoiar porque eu sozinha não tenho força.

Desta forma, o que inicialmente fora somente um plano de investir e lucrar, tomou proporções mais subjetivas, de envolvimento direto com a imagem e práticas comerciais no camelódromo. Ao longo da conversa com Cristina, esta fez-me perceber o campo administrativo do *Pop Center* como mais do que um simples arrecadador de dinheiro proveniente dos aluguéis das lojas, mas também como um promotor de esforços para que o local se enquadrasse no perfil planejado de comércio popular formalizado e legalizado planejado pelo Estado. Abaixo apresento quadro com algumas das ações realizadas pela gestão a fim de impulsionar as vendas e dar visibilidade ao camelódromo como espaço em vias de legalizar-se:

Quadro 1 - Esforços da administração do camelódromo

PROMOÇÃO DO SHOPPING POPULAR REALIZADA PELA ADMINISTRAÇÃO DO LOCAL¹⁹
Presença de atores famosos – com o quais somente comerciantes que apresentassem notas fiscais poderiam tirar fotos – na inauguração do novo nome do camelódromo.
O espaço tem núcleo de <i>marketing</i> voltado à moda com consultoria.
Organização de desfiles com roupas comercializadas pelos vendedores do local em que os modelos são, em sua maioria, os comerciantes e/ou seus filhos. Tais desfiles, conforme a diretora, são pagos pela própria administração do espaço.
Palestras motivacionais de pessoas que discutem inclusão social, moda e trajetórias de vidas direcionadas aos comerciantes.
Cursos que tratam sobre empreendedorismo, finanças e também cursos de línguas.

Fonte: elaborado pela autora.

Contudo, também pude perceber na entrevista que Cristina me concedeu que a perpetuação do estigma da figura do camelô ainda subsiste na perspectiva do planejamento do

¹⁹ De acordo com as informações do site do Pop Center. Disponível em: <<http://www.popcenterportoalegre.com.br/?pagina=noticias>>. Acesso em: 19 dez. 2014.

edifício e na própria administração que empenha-se em superá-lo. Conforme passagem da entrevista com a diretora, o comerciante que trabalhava nas ruas – o mesmo que é realocado no *shopping* popular – foi percebido pelo governo municipal, durante o planejamento do camelódromo, como um marginal ao necessitar de grades para conviver com o novo rearranjo comercial; além de ser percebido, pela diretora, como uma categoria incapaz de organizar-se normativamente, ou, em suas palavras, “sem regras”:

Cristina: [...] Só que quando nós entramos aqui para administrar isso aqui tinha uma sala com uma gradezinha onde a pessoa passava o boleto para pagamento e era só aquela parte da frente que tinha algum envolvimento com o lojista. **E o projeto era com grades de ferro ainda porque tinha uma proteção pra quem trabalhava aqui dentro porque tu ia lidar com pessoas que eram marginalizadas da sociedade.** Só que esse modelo não ia dar certo. **O que ia acontecer se nós fossemos seguir à risca de não nos envolvermos com os lojistas é que ia virar que nem essas cadeias Carandiru que a polícia vai até uma coisa e depois lá pra dentro são eles que se entendem, entendeu? Porque eles não tinham regras.**

A noção de que no camelódromo não mais poderia haver camelôs, figura estigmatizada socialmente, fazia parte do discurso legalizado de Cristina. Conforme suas palavras, o que a administração do local deseja é “que o Pop Center seja Pop Center, não é camelódromo; eu não sou diretora de camelô, eu sou diretora de pequenos-empresendedores”. A relação de Cristina com as margens é uma relação, como demonstrei, ambígua por representar a empresa que realocou os camelôs, deixando muitos prejudicados financeiramente, e também por representar um esforço comercial no que diz respeito à promoção do espaço e de seu processo em legalizar-se.

3.2 Novas configurações, novos sujeitos: o pequeno-empresendedor e fragmentos de diários de campo (2009-2014)

O espaço do *shopping* em questão pode ser considerado como produto e produtor de relações sociais (LEFEBVRE, 2000)²⁰. Na nova configuração, o camelódromo constitui-se como espaço dotado de características que atuam sobre o comerciante de modo a conferir-lhe determinados aspectos como, por exemplo, o perfil de comerciante legalizado ou em vias de

²⁰ “O espaço não pode mais se conceber como passivo, vazio, ou como de fato não tendo outro sentido, tal como os ‘produtos’, senão o de ser trocado, de ser consumido, de desaparecer. Enquanto produto, por interação ou retroação, o espaço intervém na própria produção: organização do trabalho produtivo, transportes, fluxo das matérias-primas e das energias, redes de distribuição dos produtos. À sua maneira produtivo e produtor, o espaço entra nas relações de produção e nas forças produtivas (mal ou bem organizado). Seu conceito não pode, portanto, isolar-se e permanecer estático. Ele se dialetiza: produto-produtor, suporte das relações econômicas e sociais” (LEFEBVRE, 2000, p. 20).

legalizar-se. A fim de melhor explicitar os discursos que permeiam a transição espacial dos camelôs, e a nova configuração de perfil formal/legal do local, exponho, abaixo, fragmentos da entrevista que tive com a diretora do espaço e de diários de campo, assim como observações participantes que realizei ao longo de minhas pesquisas.

Cristina: Nós tentamos várias coisas aqui, uma das principais é não chamar mais de camelódromo porque o camelódromo é ilegal. Camelódromo é ilegal. Camelódromo é no meio da rua, camelô porque eles carregavam a mercadoria nas costas. Então quando eles deixaram de andar com a mercadoria nas costas eles já passaram a ser pequenos empreendedores. Eles têm endereço, eles têm chave na porta, eles abrem e fecham. Então isso é a minha fonte de energia, digamos. *Pra mim* ter vontade de vir trabalhar todos os dias eu penso nisso, né? Não penso no ilegal, eu penso naquele que levanta cedo, que vem trabalhar, que está pagando seu imposto. [...] Eu tinha uma tristeza porque era “camelódromo e camelódromo” que chamavam e um dia eu levei as crianças com vestidinho, todo mundo lindo na televisão, Jornal do Almoço (fomos de ônibus com as crianças). Chegamos lá a jornalista: “porque o camelódromo...”. As crianças me olhavam com uns olhos assim tipo “Tia, tu vai deixar isso? A gente não veio aqui para dizer que é filho de camelô. A gente veio aqui para dizer que a gente tem loja em *shopping* popular”. Os olhos deles eram muito sérios, aí eu disse: “ai, eles não são filhos de camelô, são pequenos lojistas” e a jornalista: “ah, é verdade!”. Foi muito legal.

Assim como a administração, os comerciantes conseguem se visualizar a partir da perspectiva do pequeno-empendedor, ainda que a figura do camelô para aqueles que vivenciaram as ruas seja, também, uma identidade constante e coexistente (SOILO, 2013). Durante os anos em que estive envolvida em pesquisas no *shopping* popular deparei-me com diversas reações dos comerciantes quando questionados se se consideravam camelôs ou pequenos-empendedores. Muitas das reações expressavam hesitação e incerteza, especialmente nos anos iniciais do camelódromo (2009-2010). Em anos mais recentes pude observar que alguns vendedores – ainda que não todos, pois tal grupo não é homogêneo – denominam-se, de modo mais firme, como pequenos-empendedores especialmente em razão do *status* que tal classificação lhes confere no comércio (idem).

Com a presente configuração de um comércio popular legalizado, em que a figura do camelô (representado no imaginário social enquanto marginal) coexiste e/ou é questionada pela figura do comerciante empreendedor busco apresentar, a seguir, passagens de alguns de meus diários de campo que manifestam a relação entre o espaço simbolicamente legalizado do camelódromo e comerciantes socialmente marginalizados que atuaram nas ruas, destacando que a liberdade de trabalhar sem horários fixos, sem pagamentos de aluguéis e outras cobranças, além do lucro maior que os vendedores obtinham nas ruas, problematizam tal legalidade entre os comerciantes.

Data: 05/03/2009, quinta-feira

[...] Pude realizar hoje entrevista semi-estruturada com Luís. Perguntei-lhe sobre questões que tratavam sobre a mudança dos comerciantes para o camelódromo, sobretudo a questão identitária.

P.: Como o camelô era percebido pela sociedade nas ruas? R.: Era uma visão péssima, né [...] muitas pessoas tratavam o camelô como marginal e na realidade ele não é marginal, camelô está indo pra rua pra sustentar os filhos, ter onde morar [...].

*P.: Como o camelô é percebido hoje trabalhando no camelódromo? Mudou algo? R.: Agora não, a visão foi melhorando, o público já vê o camelô como quase lojista, hoje eles já não olham com uma visão “lá embaixo”, te olham com uma visão parelha porque eles veem que tu tens uma loja, as próprias organizações públicas já abrem caminhos pra ti. É... bancos, por exemplo, chegava para fazer um financiamento, um troço qualquer, e se referia à palavra camelô [...] **hoje não, hoje eles abrem as portas pra ti porque teu poder aquisitivo já melhorou bem mais, a tua posição, teu estabelecimento, tem o alvará [...]**”*

*P.: Qual a diferença que o camelódromo traz para o comerciante que atuava nas ruas? R.: [...] por isso que eu te disse, o camelô na rua é uma coisa, o camelô aqui dentro é outra, né. **Ah, eu estou falando de camelô mas é, é comerciante. É uma diferença muito grande porque na rua tu não tinha imposto, aqui dentro não, aqui dentro tu tens imposto. [...] mas como eu te disse no início da conversa, eu trabalhava dois dias e ficava uma semana em casa, por que? Aqueles dois dias que eu trabalhei eu ganhava a semana toda, por que é que eu vo ta me... né.”***

Data: 10/04/2009, sábado/pré-páscoa

Com 28 anos de trabalho como camelô nas ruas, Nilson, de 51 anos, me concede entrevista na frente de sua loja – devido ao pequeno espaço ficávamos de pé na frente de seu box.

P: O que era ser camelô na rua? R: “Era aquele chamado emprego informal, né? Daí tu chega ali já compra o que tu queres, com pouco dinheiro tu já montava a banca. Ele não vai ter um aluguel que vai te pegar ali, então tu já estavas livre para começar com pouco dinheiro, não

é? A gente vendia pro dia a dia, pra quem tá passando ali na frente, pessoal não se projeta para comprar, a maioria tá passando e também tem aquele freguês que já sabe que eu tenho ponto. Camelô também é aquele cara que dá desconto na hora. O pessoal gosta de comprar no camelô porque é na hora, não tem que conferir cheque, nem que seja uma mercadoria que tu vai comprar por R\$10,00 ele chega, “ai não dá pra tu fazer por R\$ 8,00?”. Camelô não paga imposto, não paga aluguel, não paga nada. Então, pra mim ser camelô é isso aí. E também tem o aprendizado do dia a dia, que é uma escola, que agora não tem mais. Eu aprendi muito nessa escola, e aqui já é outra... É outro jeito.”

P: O que é ser camelô hoje?

*Em um primeiro momento: R: Eu não me considero mais um camelô sabe porquê? Porque quando eu vim pra cá... **Eu não vou deixar de ser um camelô na veia, mas eu estou com a cabeça virada pro lado do empresário porque eu tenho que pensar como um empresário, eu não posso pensar como um camelô.***

*Em segundo momento: R: “Ôôô, ser camelô hoje aqui, aqui do jeito que nós estamos mudou muito, porque agora, em muita gente ainda não caiu a ficha que **não são mais camelôs da rua, são micro-empresários.** Agora eles têm endereço, têm um ponto certo, não vai pegar chuva, não vai pegar vento. **Mas ele tem obrigações, direitos e deveres. Acho até que mais deveres do que direitos. Paga condomínio, paga aluguel.** Tem que comprar aqui dentro, do pessoal que vende aqui dentro. Até quem vendia pra nós na rua vendia fiado, o cafezinho, lanche, e aqui não. Aqui, aqui eu vou ter que... eu já estou me preparando, porque eu não estava acostumado com as contas, estava apavorado: “será que eu vou conseguir pagar? Ai, será que eu vou quebrar?” Aí não, aí eu vi que é ir pagando sem ter que se preocupar com a conta. Tive que pagar, quinta-feira eu paguei uma, vou ver se pago uma hoje. E aqui eu acho assim, quem chegar até o fim do ano trabalhando, vai ganhar dinheiro porque aí o camelódromo como empreendimento vai se estabilizar. Aí eu vou poder me projetar pro outro ano, esse ano eu quero me manter, só deixar o negócio funcionando. No fim do ano eu quero melhorar a mercadoria e no terceiro ano ganhar um dinheiro.”*

P: A passagem da rua para as paredes muda a concepção das pessoas a respeito do camelô? R: “Muda! Muda sim, muda até o tipo de pessoa que compra, porque muita gente que não comprava na rua está comprando aqui. Como a entrevista aqui, está no formal, se de repente tivéssemos na rua e desse uma correria lá tu nem podia ficar.”

Data: 13/08/2014, quarta-feira

Fragmento de entrevista com Júlio.

P.: Você se considera camelô? R.: Eu acho que aquela ideia de camelô, de trabalhador ambulante deve ser extinta no caso. Realmente ela deve ser extinta. Essa ideia de vendedor de rua. Eu sou um lojista e isso com certeza melhora bem mais a autoestima, melhora o teu trabalho. Melhorou algumas coisas. Existem coisa a serem melhoradas ainda, mas com certeza já melhorou coisas assim.

Os diários de campo, assim como outras conversas informais que tive com os comerciantes, demonstram que o espaço do camelódromo é considerado um local no qual resistências e reclamações de alguns lojistas acerca da transferência compulsória coexistem com opiniões positivas de outros vendedores. Além de coexistirem também com o discurso da administração do local, que o percebe enquanto uma solução aos problemas urbanos e aos problemas dos próprios camelôs.

A marginalidade muito relacionada às ocupações dos comerciantes nas ruas da cidade parece ser um ponto-chave para se pensar o caráter legal-oficial do camelódromo. Mesmo os vendedores que se queixavam da transferência para o prédio reconhecem que seu *status* enquanto comerciante é elevado pelo novo local de atuação, ainda que alguns se identifiquem como camelôs. Esse novo *status* é pautado por alvarás de funcionamento, propagandas de *marketing* e pelo discurso empreendedor da construtora Verdi, que se esforça para que a palavra “camelô”, associada ao ilegal, não mais designe os vendedores, e sim a expressão “pequeno-empreendedor”.

O camelódromo também pode ser percebido como um local que atinge simbolicamente a identidade do comerciante que nele atua. Desse modo, podemos pensar o espaço do *shopping* popular como detentor simbólico da legalidade incorporada por muitos comerciantes, deixando, assim, o “ser marginal”. Dentre os diversos mecanismos utilizados pela administração do *Pop Center* para que a formalidade fosse instituída (alvarás, cursos sobre empreendedorismo, cursos de línguas, cursos de finanças, entre outros) procurei ressaltar aqui, de modo breve, a questão do espaço como legitimador parcial de atividades. As ruas para estes vendedores são percebidas como perigo, mas também como liberdade e como lucro, enquanto que o prédio atual está atrelado a melhores condições de trabalho e *status*, mas também a desvantagens pecuniárias.

3.3 Administração e órgãos fiscalizadores: administrar apesar das tecnologias de controle

Saliento neste tópico a relação por vezes conflituosas da gestão do *shopping* popular com os órgãos fiscalizadores. Ainda que não atuando como fiscal, a administração do camelódromo esforça-se, por meio de seu discurso, em demonstrar o processo de formalização do local, ou seja, esforça-se em mostrar ao público que seus comerciantes estão encaminhando suas práticas comerciais para o que se encontra de acordo com as leis oficiais. O empenho em ressignificar as margens comerciais se dá, muitas vezes, na promoção do espaço através de cursos sobre negócios e na ênfase do processo de uma nova configuração do local que se encaminha para a formalidade. Assim, a gestão manifesta-se como um dos instrumentos a favor da legibilidade ao impulsioná-la no *shopping* popular.

No entanto, por vezes tais objetivos sofrem interferências de ações fiscalizatórias. A Receita Federal e a SMIC, como demonstrarei com mais profundidade no capítulo posterior, são órgãos fiscais muito comuns na vida laboral de comerciantes populares. Não em razão de todos serem constantemente fiscalizados, mas porque tais órgãos fazem parte do cotidiano dos vendedores, seja através de fiscalizações, fofocas ou histórias. Tais órgãos podem atuar, respeitando suas competências e atribuições, no camelódromo sem aviso prévio à administração do local, o que, por vezes, ocasiona conflitos entre essas duas dimensões.

Dentre os momentos conflituosos entre gestão e fiscalização, Cristina relata-me a ocasião em que o camelódromo inaugurava seu novo nome: *Pop Center*. Tal nome foi uma sugestão de um arquiteto, pois o antigo, *Shopping do Porto*, não estava sendo utilizado comercialmente. Cristina e o restante da administração do local viram em tal alteração uma oportunidade de divulgação do espaço, convidando a mídia e até mesmo dois atores de novela de uma emissora de grande audiência. Tais atores faziam sucesso na época ao atuarem em uma telenovela que estava no ar naquele período, o que despertou mais a atenção da imprensa e dos próprios comerciantes que, se apresentassem notas fiscais (em uma ação behaviorista por parte da administração frente à comercialização da pirataria), poderiam tirar fotos com os artistas. Muitas camisetas com o novo nome do local estavam sendo distribuídas e, de acordo com a diretora do espaço, nesse ínterim, a Receita Federal adentrou o camelódromo para a realização de apreensões em determinadas lojas, o que acabou gerando discussões e brigas entre os agentes federais e os vendedores.

Cristina: Aí nós estávamos no meio do negócio, eu trouxe dois artistas da Globo, da novela Avenida Brasil não sei se tu lembra. E eles vieram aqui para tirar fotografia com quem tivesse uma nota fiscal. O objetivo era forçar a venda e o cliente comprar ali onde tivesse nota. Nós estávamos lançando a marca Pop Center, nós tínhamos trinta e poucos jornalistas aqui dentro. Mostramos todo o objetivo da troca o porquê estávamos botando um nome curto (Pop Center), que a gente não poderia ser uma mão da ilegalidade. O camelódromo é ilegal, não pode existir. Enquanto a gente fazia essa apresentação a Olenka e o Darkson (que eram os artistas da novela Avenida Brasil) estavam já chegando e entra a Receita Federal... E aí minha querida foi coisa do inferno. Foi uma gritaria porque como tinha os atores globais tinha gente de todo lado e nós lançamos a marca Pop Center e distribuimos mais de mil camisetas. A Receita entrou e foi uma guerra porque bateram nos fiscais, foi uma coisa horrível. A gente não tinha controle nenhum, nós só vimos que eles desceram e a gente foi falar, mas não teve negociação. Eu disse “Pelo amor de Deus, nós estamos né... Autoridades lançando um nome, um projeto de nota fiscal, me deem um...”. Não teve. Aí foi o caos, foi um horror.

Figura 8 - Atores de novela no lançamento do novo nome do camelódromo



Fonte: site Pop Center²¹.

A relação da administração do local com os órgãos fiscalizadores é uma relação de autonomia no que diz respeito às fiscalizações. Cristina disse-me saber conjuntamente com os comerciantes quando uma abordagem fiscal é realizada e diz sempre “ficar com o coração na mão”. Após o ocorrido no dia da divulgação do novo nome do camelódromo, a diretora conversou com o Superintendente da 10ª Região Fiscal da Receita Federal dizendo que “não podia pagar por uma história social e nem poderia, àquela altura, abandonar os comerciantes” sentindo-se ofendida e prejudicada pela operação do órgão. O discurso de Cristina para tentar convencer o Superintendente a, de certo modo, cooperar com sua administração pautava-se na

²¹ Disponível em: <<http://www.popcenterportoalegre.com.br/?pagina=home>>. Acesso em: 08 out. 2014.

educação dos comerciantes e no futuro das crianças que conviviam e que ajudavam os pais nas lojas²².

A diretora disse ter explicado ao Superintendente que a maioria dos comerciantes são mais, em suas palavras, “‘mulas’ do que outra coisa”, pois não sabiam reconhecer os produtos que comercializavam, argumentando que isso poderia ser uma das razões para a continuidade de vendas de bens irregulares, além de que tal fato poderia trazer consequências às novas gerações de comerciantes que também não saberiam reconhecer produtos perpetuando, assim, práticas irregulares. Cristina acredita em uma regularidade no local de acordo com a lei estatal a longo prazo. Contudo, isso se daria através dos filhos dos comerciantes que, por intermédio de informação, poderiam optar por dedicar-se a vender bens considerados regulares.

Cristina: E aí, o superintendente, meio que na hora ele disse: “A senhora tá brincando, vai querer que a Receita Federal fique amiga do camelô”. Eu disse: “Não, eu não quero nada disso eu só queria que o senhor ensinasse. Pro senhor explicar pra eles como reconhecer um produto”. Muitos, em alguns momentos, tinham nota. Isso aí foi a parte pior, eles choravam e vinham com as notas pra mim do produto que a Receita levou. Eu dizia: “Mas como que vocês tem nota e a Receita levou?” eles diziam: “Não, eles não quiseram saber”.

O diálogo que Cristina estabeleceu com a Receita Federal resultou em uma palestra organizada pelo órgão fiscalizador para 350 comerciantes a fim de esclarecer as características dos produtos considerados ilegais como etiquetas, composições de tecidos, entre outros aspectos.

Cristina: Então quer dizer: não educou? Educou, então eles tem que aprender. Não venha ninguém hoje, se a Receita chegar, e dizer que ‘não sabia’. Sabia e se não sabe é porque não foi e faltou aula. Porque teve aula. Entendeu? Então foi pela primeira vez no Brasil que a Receita Federal vai dar treinamento e educação pra compra ilegal. E muitos a partir daquele dia, a gente nota o comportamento deles como melhorou. Eu notei, por exemplo, a nossa administração não cobra, a gente não ganha sobre venda deles nada, é só aquele aluguel. Por isso que eu digo que nós não teríamos nem que estar aqui.

Cristina incluiu o Estado em seu projeto pedagógico e moral direcionado aos comerciantes do camelódromo. Significativo, na dinâmica implementada, é que o ensino dos trâmites de fiscalização estatal aos comerciantes pode ser considerado, em si, uma prática de produção da legibilidade estatal. Fundamental, neste entendimento, é que tais práticas não

²² Muitos filhos de comerciantes populares auxiliam seus pais desde o período das ruas (PINHEIRO-MACHADO, 2004). As lojas atualmente são repassadas hereditariamente.

dizem respeito somente à dimensão legal, mas também envolvem um aspecto pedagógico e moral importante em sua constituição.

3.4 Notas conclusivas

Procurei, neste capítulo, realizar um paralelo entre margens e Estado a partir da perspectiva e das práticas da administração do camelódromo. A novidade do *shopping* popular porto-alegrense apresenta questões que vão além de simples gestão por parte de seus administradores. Tal esfera gestora aparece – especialmente após entraves entre atores sociais como comerciantes, administradores e Estado –, como um instrumento de finalidade semelhante às tecnologias de poder estatais que visam atribuir ao *Pop Center* características formais que se enquadram nos escrutínios da legibilidade.

A construção de um novo sujeito político é um exemplo dos esforços da administração no sentido de conferir legibilidade às práticas comerciais, à compreensão da clientela e da sociedade em geral sobre o que representa o camelódromo. Retrabalhar a identidade estigmatizada e associada à ilegalidade atribuída historicamente ao camelô é uma tarefa que a construtora Verdi viu-se com a incumbência de realizar frente ao novo arranjo comercial. Essa incumbência não necessariamente se deu em decorrência de intenções estatais, mas também por uma questão de sobrevivência do próprio empreendimento, já que a promoção de uma identidade nova, que reconhece o trabalho do comerciante, motiva não somente os vendedores mas também a clientela.

Mesmo adotando as mesmas intenções do Estado no que diz respeito aos esforços legalizantes, a administração do camelódromo encontra, por vezes, dificuldades em operar simultaneamente com órgãos estatais de fiscalização devido às diferentes atuações desses agentes em prol da formalidade do espaço – como demonstrei a partir dos conflitos, muito mais de ordem prática do que de interesses, entre a gestão do local e as ações estatais frente às atividades do comércio popular.

4 PRÁTICAS DE ESTADO E ILEGIBILIDADES: ÓRGÃOS FISCALIZADORES

A (i)legibilidade constitui-se enquanto tema central para esta dissertação pois proporciona pensarmos sobre os limites entre Estado e margens, e conseqüentemente os diversos modos pelos quais tais categorias se constituem ao se relacionarem mutuamente. De acordo com James Scott (1998), o Estado moderno é composto por complexas e ilegíveis práticas locais que tentam abarcar-se em um panorama de monitoramento, ou seja, tentam torná-las legíveis para seu controle. O autor percebe tal racionalização estatal através da construção de mapas sociais resumidos como, por exemplo, os recenseamentos, em que o conteúdo informa o que de fato interessa às autoridades oficiais. Contudo, esses mapas não se constituem somente enquanto mapas descritivos, são também instrumentos que fundamentam, criam e motivam categorias que passam a ter a força da lei. Conforme o autor: “Thus a state cadastral map created to designate taxable property-holders does not merely describe a system of land tenure; it creates such a system through its ability to give its categories the force of the law” (SCOTT, 1998, p. 3).

Entretanto, o Estado, com seus instrumentos de controle e gerenciamento, é constantemente reformulado ao lidar com as ameaças das margens e de suas ilegibilidades (DAS & POOLE, 2008). As criatividades elaboradas pelo e *no* modo de vida dos comerciantes, e presentes nas práticas do comércio popular como, por exemplo, estratégias de vendas e obtenção de mercadorias irregulares, constituem ameaças à legibilidade oficial que pode se reorganizar a fim de que tais ameaças se encerrem, ou mesmo utilizar a força policial para tanto. Tais criatividades podem ser compreendidas como resistência dos comerciantes frente ao poder público, objetivando a permanência do comércio popular. A pedra-de-toque que utilizo para apresentar relações de poder e de rearranjos desses poderes, como já enunciei, é a comercialização de bens classificados como piratas. A partir de tais bens, a construção do Estado e da identidade do comércio popular enquanto margem podem ser percebidas como maleáveis e coprodutoras de si.

Na perspectiva estatal, a comercialização da pirataria enquanto um ilícito é permeada por questões como jurisdições, competências e até mesmo impasses a respeito das definições sobre quais bens poderiam ser classificados enquanto pirataria. As tecnologias de controle frente ao crime de pirataria envolvem procedimentos que, de certo modo, facilitam a continuidade de venda de tais produtos, como a necessidade de denúncia de representantes de marcas lesadas pela pirataria, mesmo que órgãos fiscais tenham ciência do comércio desses bens; e a impossibilidade do Estado em definir, por si só, se um bem é pirata, mesmo que

encontre indícios como o baixo preço do produto; nesses casos, os donos das marcas suspeitas devem se pronunciar. A esse respeito, o Superintendente da Receita Federal da 10ª Região Fiscal diz:

Isso aí (verificação da originalidade do produto) tem que ser ou no âmbito da justiça com a lei de propriedade intelectual (porque só quem pode questionar, na verdade, é o dono da marca, né), ou então se faz uma perícia. (Entrevista realizada com o Superintendente da 10ª Região Fiscal em 29/08/2014).

Além de tais dinâmicas na própria construção e verificação da legalidade dos bens, pode-se dizer que as relações entre agentes fiscalizadores e comerciantes não é, sempre, de mão única. Há casos em que comerciantes vizinhos denunciam a existência de bens “piratas”, convidando propriamente os agentes fiscalizadores a habitar o camelódromo. Permeado por relações de poder, o camelódromo de Porto Alegre interage com órgãos fiscalizadores e seus representantes que fazem parte do cotidiano dos vendedores. As fiscalizações, quando realizadas por representantes estatais são, a depender dos produtos que virão a ser apreendidos, recebidos com grande alvoroço e resistência coletiva por parte dos comerciantes, como o capítulo anterior apontou. Isso ocorre quando mercadorias como roupas, eletrônicos, brinquedos e acessórios em geral são apreendidos. No caso de produtos controversos no que diz respeito à moralidade dos comerciantes (como medicamentos irregulares, armas de fogo e drogas), as apreensões são menos tumultuosas em razão de que tais casos são, geralmente, acionados por comerciantes vizinhos. É importante salientar, entretanto, que a presença de tais órgãos de fiscalização e controle nem sempre se dá de modo materializado, mas majoritariamente simbólico, através de medos, fofocas e histórias.

Neste capítulo destacarei dois órgãos estatais que frequentemente fazem parte de conversas no comércio popular, seja em falas temerárias de possíveis apreensões no *shopping* ou nos ônibus que retornam de viagens; seja através de fofocas sobre o que ocorreu com determinado comerciante que vendeu certa mercadoria: Receita Federal e SMIC. Este capítulo é baseado em duas entrevistas, uma com a Receita Federal e outra com a SMIC, dois órgãos fiscalizadores de substancial relevância no cotidiano das práticas comerciais do camelódromo. O capítulo tem o objetivo de i) apresentar a operacionalidade da Receita Federal e da SMIC no que concerne à fiscalização de bens irregulares ligados ao camelódromo e; ii) apontar práticas de produção do Estado a partir de suas novas tecnologias de controle.

4.1 SMIC

No dia 27 de outubro de 2014 realizei entrevista com o diretor da Divisão de Fiscalização da SMIC, ao qual chamarei de João. Tal órgão, assim como a Receita Federal, me pareceu essencial para tentar entender as produções de Estado e margens no camelódromo, devido não só aos bens ilegais oferecidos, mas também à histórica relação que se estabelecia entre a fiscalização municipal e os camelôs das ruas. Meu acesso a esse órgão foi menos simples, necessitei enviar vários e-mails, apresentar meu projeto de pesquisa e a assinatura da professora orientadora da dissertação para que pudesse ser recebida; e isso levou mais tempo do que imaginava. Ao finalmente conseguir entrevistar o Diretor da Divisão de Fiscalização, tive a oportunidade de ouvir, pela primeira vez em anos de pesquisa no camelódromo, o discurso da SMIC. Nossa conversa foi reveladora para mim em diversos sentidos, reforçando a noção de que o Estado não é um ente racional e transcendental em si.

Na perspectiva de João, a ideia de criar um camelódromo com parceria público-privada é, em suas palavras, uma ideia “brilhante”, pois favorece aos comerciantes um local fixo e salubre para trabalharem, além da oportunidade de buscarem regularidade junto ao fisco federal/estadual e também à junta comercial. Conforme seu relato, o camelódromo, com arquitetura de prédio, fez parte de projetos de partidos políticos que antecederam o governo do prefeito José Fogaça, que governou o Estado no período do planejamento e inauguração do *shopping* popular. Nas palavras de João:

João: [...] é bom que se ressalte nessa linha de raciocínio que outros governos também, governos do PT que antecederam o governo que na época foi o governo do Fogaça também tiveram alguma ideia de criar os Centros Populares de Compras. A única diferença é tinha nesses projetos é na forma como iria se dar. Me lembro bem que no tempo do governo do Partido dos Trabalhadores eles tinham ideia de colocar os camelôs dentro de espaços físicos, um por exemplo na Voluntários da Pátria, outro na Vigário José Inácio, outro na Rua dos Andradas. Havia alguns espaços ociosos no centro histórico, então a ideia que se tinha era de alocar então esses recursos, esses comerciantes populares (ditos camelôs, né) dentro dessas áreas físicas ali. Evidentemente que haveria um ônus ao Município. A moldura do projeto era: o poder público entra com espaços garantindo esses espaços do ponto de vista do aluguel, da manutenção, e os comerciantes saíam espontaneamente da rua pra ir dentro dessas edificações ali. Esse projeto me lembro bem que um dos precursores dele desse projeto foi a Adeli Sell que foi na época vereador da capital e hoje é até suplente e na época ele era inclusive secretário da SMIC. Então se tinha essa ideia de retirar das ruas os comerciantes populares, até porque não só por uma questão de segurança, mas tem também o viés da questão da saúde do trabalhador porque esses, digamos assim, não costumam dizer camelôs, né. Eles são pessoas, são seres humanos que estão tendo essa oportunidade de serem comerciantes populares inclusive se legalizar do ponto de vista fiscal, né. Essas pessoas tinham grandes problemas, por exemplo, para sua sobrevivência como comerciantes, por exemplo. Eles tinham que montar suas barracas, ficavam a mercê do tempo, chuva, sol, vento, frio... Então também era uma forma do governo ao mesmo tempo em que retira esses comerciantes da rua,

oferecendo mais espaço para os transeuntes e cidadãos poderem passar, também ofereciam uma condição melhor do ponto de vista – até mesmo do ponto de vista do trabalhador, né. Então, voltando aí para o Pop Center Addressa, a ideia do governo... Eu trabalho na fiscalização há vinte e quatro anos, né. E sou funcionário de carreira no caso. Eu acho assim que foi uma ideia brilhante do ponto de vista assim, da ideia. De criar uma parceria público-privado onde alguém da iniciativa privada arca com todos os custos, por exemplo, da edificação, dando condições daquela pessoa ter um local pra poder fazer suas vendas; ao mesmo tempo essa pessoa constituir, por exemplo, um alvará de localização e funcionamento (que antes eles não tinham né). Eles não tinham antes porque eles não tinham local fixo pra trabalhar e agora eles têm. Favorecendo também com que eles buscassem a sua regularidade junto ao fisco federal/estadual e também a junta comercial. Então é uma série de fatores ali que fizeram essa passagem, esse ponto de viragem entre camelô e hoje um comerciante de pequeno porte digamos assim. (Entrevista realizada com o Diretor da Divisão de Fiscalização da SMIC realizada em 27/10/2014 – Autoria própria)

O diretor ressalta que o novo espaço pode não agradar a todos os comerciantes, mas proporciona a eles condições comerciais privilegiadas na cidade, como a localização no Centro de Porto Alegre que oferece quantidade favorável de clientela e aluguel relativamente baixo. Além de achar que os comerciantes estão se regularizando aos poucos, pois hoje alguns vendedores possuem CNPJ, cadastro na Receita Federal e alvará de localização. Contudo, em sua opinião, a pirataria ainda é fenômeno presente no *shopping* popular, muitas vezes não estando exposta nas lojas, mas escondidas e negociadas através do “boca-a-boca”. De acordo com João, muitas das mercadorias que a SMIC consegue apreender originam-se de denúncias realizadas para o órgão. Essas denúncias, assim como as efetuadas para a Receita Federal, são praticadas pelos próprios vizinhos comerciantes:

[...] a gente recebe com uma certa constância reclamação de vizinhos “Oh, não vou me identificar, mas a banca tal tem relógio escondido, tem óculos de grau escondido”, isso acontece com frequência. Aí a gente vai lá e apreende. [...] E não acontece só aqui (em Porto Alegre), muitas vezes a denúncia já vem do local onde eles compraram. Eu sei de casos que chegaram, por exemplo, que a pessoa comprou em Foz do Iguaçu e aí disse para a Receita “Olha, o cara tem banca na loja tal lá dentro do *shopping*”. E aí vieram aqui buscar o material. (Entrevista realizada com o Diretor da Divisão de Fiscalização da SMIC realizada em 27/10/2014 – Autoria própria)

A principal relação da SMIC com o camelódromo encontra-se no que concerne à regularidade do alvará de funcionamento, à regularidade administrativa. Esse alvará, no entanto, não tem nenhuma relação com a presença de bens piratas ou irregulares no estabelecimento de venda, ou seja, um vendedor de produtos piratas pode ter seu alvará de funcionamento. O cancelamento do alvará realizado pela SMIC pode ocorrer quando a fiscalização da Receita Federal entende que algum estabelecimento realiza atividade que lesa sobremaneira o fisco. Desse modo, a autoridade municipal é comunicada para que o alvará de tal loja seja cancelado. Mas a SMIC também atua diretamente na fiscalização de produtos, especialmente nos casos em que tais bens podem ser nocivos à saúde da sociedade em geral

como óculos, bebidas alcoólicas, medicamentos, instrumentos de precisão, produtos inflamáveis, réplicas de arma de fogo, artigos pirotécnicos, entre outros. Em se tratando de tais bens a SMIC direciona maior atenção conferindo um *status* de bens mais visados pela fiscalização.

[...] é uma espécie de gradação. É uma espécie de preferência por gradação. Nós deixamos aqueles produtos que são de origem, que a gente sabe que são de origem falsificada, para que os órgãos da Receita Federal, da Polícia Federal, da Receita Estadual identifiquem e façam sua ação. Inclusive, é bom que se diga que existe um comitê interinstitucional de combate à pirataria no município que é composto pelo Ministério Público, pela Receita Federal, pela Polícia Civil, pela Polícia Federal, pela Polícia Rodoviária Federal, que é um organismo independente, mas que ele congrega estes – e nós (SMIC) também fazemos parte desse grupo - organismos federais e estaduais, sobretudo nesse quesito pirataria articulando ações. (Entrevista com o Diretor da Divisão de Fiscalização da SMIC realizada em 27/10/2014 – Autoria própria)

João acredita que, quando uma loja que vende bens que podem causar danos à população, seus comerciantes vão para as ruas, o que torna mais difícil o trabalho da fiscalização, pois muitas vezes o produto oferecido nas ruas encontra-se em outro local, um local secreto. A preferência em fiscalizar bens nocivos à sociedade em geral decorre do que salienta ser uma deficiência na estrutura da SMIC: o órgão, conforme João, é composto por um reduzido número de fiscais que atendem toda a cidade, não só no que concerne à pirataria, mas também fiscalizar lugares como casas noturnas, feiras, bares, postos de gasolina e comércios em que alguma atividade estiver funcionando sem alvará de funcionamento. Tal fato permite-nos pensar o Estado como um ente ilegível e contraditório em sua própria estrutura (DAS & POOLE, 2008) ao não ser capaz de cumprir suas leis, flexibilizando-as em sua prática ao tratar de certos bens como mais relevantes que outros.

A ação do fiscal da SMIC ocorre frequentemente no centro de Porto Alegre, principalmente na área do ‘Perímetro Central’, mas ela também acontece por denúncias em outras áreas da cidade, por exemplo – Assis Brasil, Azenha, Cavallhada – então a cidade é muito grande e o recurso que a gente tem (recursos humanos) é muito pequeno.

Produtos como CD’s e DVD’s têm uma característica especial: são apreendidos de ofício, ou seja, em virtude do cargo de fiscais sem necessidade de acionar a Receita Federal ou a Polícia Federal. Como já mostrou Scalco (2010), tais produtos são designados como ações públicas incondicionadas, ou seja, não necessitam de queixa crime ou denúncia, contrariamente do que ocorre com bolsas, camisas, tênis de marca falsificados que precisam de representação de empresas responsáveis por tais marcas. Caso os fiscais venham a apreender estes últimos

produtos sem a representação de suas marcas para tal feito, incorrerão em abuso de autoridade.

De acordo com João:

Se tu me disser assim “João, vi uma camiseta da Nike que é pirata” – eu digo – “Ah, como tu sabe?” – “Ah, é pirata. Com certeza é pirata”. Então tem certos indícios que para nós é pirataria: o preço baixo, a qualidade do produto, mas se o detentor da marca nos disser “Olha, loja tal tem pirataria. Eu quero que vocês recolham”, a gente vai lá e recolhe. Mas daí a gente tem – não uma denúncia – mas a gente tem uma formalização do dono da marca dizendo que aquele produto é pirata.

O cancelamento do alvará²³ de funcionamento das lojas ocorre quando a Receita Federal, após reiteradas apreensões de mercadorias, adverte o comerciante que continua a vender tais bens. Assim, a Receita Federal comunica a SMIC para que não renove o alvará de funcionamento de tal loja. O cancelamento também pode se dar quando são encontradas determinadas mercadorias como medicamentos e armas de fogo na loja. Desse modo, esta é interdita e é dever da SMIC abrir processo administrativo de cancelamento do ponto e indicar um outro comerciante para ocupar o lugar²⁴.

Minha intenção, ao abordar esse órgão, era basicamente perceber de que modo a prática de fiscalizar a pirataria presente no camelódromo se dava e qual sua relação com tal espaço, mas o diálogo foi muito mais do que isso: foi uma ampliação da minha percepção sobre a falta de recursos do Estado frente ao fenômeno global da pirataria²⁵. Ao conversar com João sobre a SMIC e o propósito do órgão em fiscalizar a regularidade do comércio popular, o diretor, de modo um pouco abatido diz que em sua avaliação acha que o órgão se encontra, em suas palavras, em um nível “razoável beirando o ruim”, mas acredita que os convênios que estão realizando com a Brigada Militar trarão mais recursos, o que oportunizará um acompanhamento de mais policiais militares para que possam fazer efetivamente o trabalho de fiscalizar esse comércio de rua²⁶. Conforme o diretor, a SMIC não tem perfil de serviço de inteligência, em

²³ Até este momento 42 lojas foram interditas e tiveram seus alvarás de funcionamento cancelados.

²⁴ Atualmente, para ser comerciante no Pop Center, o interessado deverá requerer licenciamento ao município. Assim, entrará em uma lista de espera para ocupar uma loja no local caso ocorra cancelamento do alvará desta. Outra forma de ser comerciante do camelódromo é através da compra e venda.

²⁵ Por exemplo: como estive durante tempo considerável atenta somente aos bens comercializados no *shopping* popular e, de certo modo, naturalizando que mercadorias piratas apenas existiam em comércios populares e informais, fiquei surpresa ao saber, a partir dessa conversa, que a pirataria também se apresentava em comércios reconhecidos por serem frequentados pela classe média e que a SMIC fiscalizava tais segmentos.

²⁶ O apoio da Polícia Militar implica em coibir as resistências dos comerciantes, nas palavras de João o comerciante “tenta driblar o poder público para se safar, para poder fazer a venda”.

suas palavras “nós somos um brucutu que olha se tem alvará ou se não tem. Nós somos um ser assim, que diz ‘ah, tu tem alvará. Então tá’”.

João: Sim, eu acho que as pessoas ficam se perguntando “Mas como?”. É uma parceria público-privada, o município está acobertando aquele tipo de prática ilegal? Eu diria que não. Eu acho que a gente tem que separar as coisas da seguinte forma: primeiramente a gente tem que ver que o município, ele tem a sua área de competência. A área de competência do município é quanto à regularidade administrativa. Aquela pessoa que está lá praticando comércio, ele tem que ter um alvará de funcionamento, se ele não estiver lá, o auxiliar que está lá tem que estar regularizado. Esse é o ponto um do município. Agora, concordo contigo se tu me disseres assim “Tá, João, mas vocês poderiam também agir no sentido de coibir isso aí”. **Sim, a gente age no sentido de coibir, mas daí a gente tem aquelas prioridades. Por que as prioridades? Porque o município entende o seguinte: primeiro que o município não compactua com ilegalidades, que fique bem claro. Mas a gente tem que entender também, Andressa, que esse processo de camelô para comerciante popular tem um tempo de maturação que nem eu mesmo sei qual é que é.** Porque nós estamos tratando com pessoas que são seres humanos que foi dada a condição para eles pelo município para serem alguém, para terem uma identidade do seu comércio, para terem condições de fazerem compras com mais capacidade de compra no sentido de que eles têm um lavar de localização e funcionamento, tem um CNPJ. E se a gente for falar em pirataria como um todo é só a gente ir nos grandes *shoppings* aí.

A fala de João congrega as mesmas incertezas da diretora do camelódromo a respeito da legalização de tal comércio, que para eles não possui previsão para tornar-se, de fato, um local que abandone sua atmosfera de ilegitimidade.

4.2 Receita Federal

Neste tópico, apresento a operacionalidade dos instrumentos de legibilidade (SCOTT, 1998) da Receita Federal frente às práticas do camelódromo de Porto Alegre. A Secretaria da Receita Federal (mais conhecida como Receita Federal) é o órgão estatal “responsável pela administração dos tributos de competência da União, inclusive previdenciários, e aqueles incidentes sobre o comércio exterior, abrangendo parte significativa das contribuições sociais do País” (RECEITA FEDERAL, s.d)²⁷. O órgão tem jurisdição em território nacional, composto por Regiões Fiscais que atuam nas áreas em que são designadas: no caso do Rio Grande do Sul, a Região Fiscal é a 10ª Região Fiscal. O órgão também visa prevenir e combater, dentre outros crimes previstos na legislação nacional, a pirataria, crime que impulsiona esta pesquisa.

²⁷Para mais informações sobre as atribuições da Receita Federal ver: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/srf/conhecacarb.htm>>.

A ideia de contatar tal órgão surgiu quando as mercadorias de Júlio, conjuntamente com as de mais de 50 outros comerciantes, foram apreendidas no dia 08/08/2014, assim como o ônibus organizado pelo comerciante Luciano, que transportava tais mercadorias. A apreensão ocorreu quando o veículo em que os comerciantes estavam retornava de São Paulo. Júlio informou-me do ocorrido e convidou-me para ir com ele e com seus colegas²⁸ ao depósito da Receita Federal em São Leopoldo, cidade próxima a Porto Alegre, às 9 horas do dia 12/08/2014. Aceitei o convite. Contudo, algumas regras me foram impostas pelo interlocutor para que eu pudesse viajar com ele: eu teria que agir como uma comerciante prejudicada pela apreensão, sem parecer que estava realizando pesquisa, ou seja, meu diário de campo ficou na mochila neste dia. É importante salientar que o pedido de discricção feito por Júlio a mim estava diretamente vinculado à integridade de sua imagem frente a seus colegas. Muitos comerciantes não compatibilizam com alguém pesquisando junto a eles, e uma pessoa estranha ao grupo junto a Júlio poderia causar-lhe problemas no que concerne às suas relações sociais no trabalho. Eu acatei o pedido e tentei agir como uma comerciante que tentaria resgatar suas mercadorias no depósito da Receita Federal (mesmo sem ser chamada pelos fiscais).

Para que tentassem reaver seus produtos, um ônibus rumo a São Leopoldo foi organizado pelos comerciantes, nos levando até o depósito do órgão fiscal em questão. Por estar junto aos vendedores no veículo, pude ouvir conversas sobre o momento em que perceberam que o ônibus que os trazia de volta à Porto Alegre estava prestes a ser abordado por autoridades. Alguns diziam que haviam notado a presença de um carro branco os seguindo desde Torres, município situado no litoral gaúcho. A abordagem da polícia federal foi realizada em Tramandaí, outro município gaúcho praiano, enquanto um pequeno número de comerciantes dormia. No veículo com destino ao depósito essa conversa também assumiu um caráter jocoso, pois comentavam, rindo, que receberam a notícia sobre a polícia “no susto” do sono, de modo abrupto, não sabendo se estavam tendo pesadelos ou não.

Chegando ao depósito da Receita Federal de São Leopoldo, fomos recebidos por um guarda que nos encaminhou à recepção. Disse-nos que seríamos chamados aos pares para averiguar a tentativa de resgate das mercadorias. Após certo tempo fomos liberados a esperar na frente da garagem do local, onde os bens apreendidos e o ônibus lacrado estavam. A cada par de pessoas que entravam, a porta da garagem era aberta e rapidamente fechada e trancada por agentes federais, o que não me dava chance de visualizar o interior do depósito. A atmosfera de tensão (com momentos de descontração) estava instaurada desde que os comerciantes

²⁸ O interlocutor e os outros comerciantes foram intimados a comparecerem em tal depósito, procedimento normal em casos de apreensões realizadas em estradas.

entraram no ônibus que nos levou a São Leopoldo, porém, quando vendedores eram chamados e saíam da garagem sem nenhuma mercadoria recuperada, a inquietação aumentava nos comerciantes que aguardavam a sua vez de serem chamados. Muitos saíam desolados da garagem dizendo, por vezes com água nos olhos, “sem nota, sem mercadoria”. Não tinha como escapar de tal clima de tristeza, o semblante das pessoas era desolador e as piadas já não mais cabíveis. Mesmo não estando envolvida no comércio eu acabava me comovendo. Muitos já sabiam que não recuperariam seus produtos e enquanto esperavam serem chamados, conversavam sobre pirataria, negócios e angústias.

Júlio e eu ficávamos quietos, respeitando a aflição dos comerciantes mais desesperados. Algumas vezes tentávamos ouvir o que eles relatavam ao sair de dentro do depósito e a cada informação nova, Júlio me cutucava para eu prestar atenção em determinada fala de seus colegas. Das conversas que o interlocutor realizou com outros comerciantes, disse-me que daquela apreensão muitas pessoas perderam quantias significativas de dinheiro, como um homem que perdeu R\$ 30.000,00 em mercadorias. Júlio disse que perdeu R\$ 3.000,00, e que não se pode investir tanto dinheiro em viagens que envolvem produtos piratas e sem nota fiscal, ainda mais em períodos comerciais, como no caso, o dia dos pais do mês de agosto, marcado para dois dias depois das apreensões e da viagem a São Paulo.

Quando todos os comerciantes já tinham sido liberados sem os bens que adquiriram em São Paulo (incluindo Luciano que não conseguiu recuperar seu ônibus), eu, Júlio e outro homem que interagi conosco enquanto aguardávamos, voltamos para Porto Alegre de trem. No trajeto que fizemos até a estação, que em minha perspectiva era longe de onde estávamos, eu ficava para trás com meus passos. Júlio virava para trás constantemente, até que em uma dessas vezes disse: “Tu não queria ser muambeira? Tem que correr!”. Eu me lembrei imediatamente de minhas passagens pela Ponte da Amizade. Nas travessias Brasil/Paraguai, Paraguai/Brasil tive a mesma impressão: os comerciantes caminhavam de modo rápido demais, eu mal acompanhava.

Após o incidente com o ônibus que retornava de São Paulo, entrei em contato com a Receita Federal, via e-mail, expondo minha pesquisa e minha intenção em entrevistar funcionários que lidassem com a questão do comércio informal e pirataria. Meu e-mail foi respondido rapidamente pela Assessoria de Comunicação Social da 10ª Região Fiscal do Rio Grande do Sul, concedendo-me entrevista, no dia 29/08/2014 com o Superintendente que trouxe

juntamente à nossa conversa o então chefe da Divisão de Repressão ao Contrabando e Descaminho (DIREP) da Receita Federal na 10ª Região Fiscal.

A Receita Federal, é importante dizer, trabalha com mercadorias de entrada irregular no Brasil independentemente de serem piratas ou não, logo, produto nacional pirateado está fora da competência deste órgão. Desse modo, limitei-me a realizar perguntas que envolvessem bens estrangeiros e irregulares que são apreendidos com comerciantes populares e a operacionalidade da Receita Federal frente a tal ingresso de mercadorias no país.

Nas falas com os agentes, frequentemente a noção de “cumprimento da lei” em suas atividades de fiscalização era-me reforçada. Minha percepção era a de que tal noção, a de somente cumprir a lei, denotava uma atmosfera de desculpa por parte dos agentes frente a uma pesquisadora que havia passado alguns anos trabalhando com os comerciantes. Desse modo, destacaram-me que o trabalho da Receita é um trabalho, conforme o Superintendente, “sem paixão”, baseado na legislação, mesmo reconhecendo as dificuldades da categoria dos comerciantes populares:

Nós entendemos a realidade social que essas pessoas estão lá, estão se defendendo, estão sobrevivendo, estão mantendo suas famílias... Tudo isso não se discute... Mas há todo um comércio formal estabelecido que também está sustentando as suas famílias e enquanto tem alguém vendendo o produto pirata ali, e essa pessoa não paga os impostos, não paga nem Previdência Social, e no futuro ela vai precisar dos benefícios da Previdência Social, tem alguém lá, um comerciante estabelecido que também está trabalhando, que também está mantendo empregos formais, que paga salário, que paga fundo de garantia pro seu empregado, que paga previdência social. E essa pessoa (o comerciante popular) consegue vender mais barato porque está na informalidade, ele compete de certa forma até deslealmente com quem está de forma estabelecida, não é? Então isso é o que fundamenta a legislação que rege o nosso trabalho, e o nosso trabalho é um trabalho técnico, é um trabalho sem paixão, então quando se aborda alguém e se apreende as coisas dele é porque ele está fora da norma. (Entrevista realizada com o Superintendente da 10ª Região Fiscal em 29/08/2014)

Algumas questões acerca da fala do agente estatal são passíveis de serem debatidas no plano da legibilidade de James Scott (1998), como o reconhecimento da desigualdade social frente à lei oficial e a concorrência desleal no plano econômico entre mercados formal e informal. O combate dos agentes estatais às práticas ilegíveis, ou seja, práticas que desfiguram o controle do poder público, reconhece parcialmente a sensibilidade jurídica (GEERTZ, 2006)²⁹ dos comerciantes no que concerne à compra de bens irregulares. Tal reconhecimento do sentido de justiça do vendedor popular deve-se às desigualdades sociais mais amplas, que estão fora da

²⁹ A sensibilidade jurídica, noção apresentada por Geertz, diz respeito às diferentes concepções de grupos sociais sobre o significado de justiça. Tal noção está atrelada aos saberes locais e ao modo como cada coletivo lida com fatos, leis e interpretações destas no campo prático.

jurisdição da Receita Federal. Contudo, se a relativização da norma – ou uma apreciação menos positivista desta – é apresentada, o peso da verdade produzida pelo Estado é rapidamente recuperado e colocado como contrapeso ao identificar pessoas afetadas com as práticas irregulares dos vendedores em questão. Nas práticas de controle do Estado coexistem sensibilidades oficiais e locais que são confrontadas e reconhecidas tanto por agentes estatais ao saberem das dificuldades de pessoas que vivem “nas margens”, quanto de alguns comerciantes que sabem que estão realizando uma contravenção frente à lei oficial.

O diálogo e a fluidez entre (i)legibilidades é constante. Durante a entrevista com os agentes da Receita Federal foi-me apresentada a informação de que, muitas vezes, as denúncias realizadas contra um ônibus que retorna com mercadorias irregulares de jurisdição da Receita são mobilizadas pelos próprios comerciantes; tal prática também me foi relatada por alguns vendedores. As denúncias realizadas por estes, conforme os agentes estatais, são comuns e correspondem a rixas internas no grupo. Tais rixas me foram apresentadas enquanto realizava campo no camelódromo. Luciano que tivera o ônibus lacrado, por exemplo, competia por clientela, de modo velado, com outra comerciante que também promovia viagens para comércios populares fora de Porto Alegre.

O ato de fiscalizar da Receita Federal é realizado, em grande parte, através de mandados. Em situações como flagrantes casos de contrabando ou descaminho de bens, o órgão fiscal pode atuar apreendendo tais bens mesmo que o procedimento adequado não tenha sido iniciado. As abordagens da Receita Federal nas lojas do *Pop Center* de que tive conhecimento sempre apresentaram relatos envolvendo denúncias prévias de donos de marcas que se sentiam prejudicados, como no caso de Amélia, ou mesmo denúncias que envolviam bens que, para o órgão federal, são de elevada importância, como medicamentos³⁰, cigarros e armas de fogo irregulares. Estes últimos medicamentos, como já apontei, às vezes são denunciados pelos próprios comerciantes vizinhos que não coadunam moralmente com a venda de tais mercadorias, que além de prejudicarem de modo direto as pessoas, causam medo em quem lá trabalha³¹.

Nesse sentido, outros bens que, conforme o Superintendente, são produtos que despertam a atenção do órgão federal por serem bens causadores de danos diretos à saúde das pessoas, são algumas bijuterias provenientes da China. Essas bijuterias são facilmente

³⁰ A comercialização de medicamentos irregulares encontra-se no rol de crimes hediondos (Lei 8072/90) desde o ano de 1998, período em que ocorreu um boom de efeitos colaterais provenientes dessas substâncias que fez com que a população e a mídia exigissem providências do Estado.

³¹ Amélia é uma das comerciantes que disse-me sentir medo da presença de armas de fogo no camelódromo.

encontradas em lojas do mercado informal e podem possuir substâncias de metais perigosos. Brinquedos também são produtos de risco, pois muitos carecem de certificação do INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia Normalização e Qualidade Industrial). Conforme o entrevistado:

Muitas vezes a questão de não ter feito a importação regular, para não ter pago o imposto acaba sendo, assim, dos riscos associados o menor, entende? Pra sociedade de um modo geral. Quer dizer, o dano causado por uma determinada banca não ter pago imposto é muito menor do que o risco à saúde pública, de ter alguém exposto a esses produtos. Enfim, ou usar um desses cremes, medicamentos, ou uma bateria dessas que vaza e tem metais pesados, entendeu? Então ainda que não se ignore que essas pessoas estão lá ganhando o seu ganha pão, não é algo assim tão inofensivo pra sociedade de um modo geral.

O trabalho desempenhado pela Receita Federal nas estradas é um trabalho, segundo os agentes estatais, cotidiano, mas que de acordo com alguns comerciantes intensifica-se mais quando datas festivas se aproximam, em especial o natal e o dia das mães. Tais datas comemorativas, como pude perceber, influenciam as expectativas dos comerciantes quanto às viagens: quanto mais próximo de uma data significativa para o comércio, maior o medo de assaltos e de fiscalizações. As apreensões realizadas pela Receita Federal em estradas são viabilizadas somente após análise de recursos disponíveis e investigações a respeito do alvo da interceptação. Após averiguadas tais questões e ocorrida a abordagem, o veículo interceptado com irregularidades é direcionado para o depósito da Receita Federal mais próximo, e então procede-se a fiscalização para a identificação das mercadorias e dos respectivos proprietários³².

A produção do Estado pelas margens pode ser percebida, além das práticas de fiscalização, por leis que visam mitigar o mercado de bens irregulares, como a Lei 11.898/2009 que trata sobre o RTU (Regime de Tributação Unificado). Essa lei também é conhecida como Lei do Sacoleiro e mencionada pelos participantes da entrevista como uma tentativa de legalizar as importações realizadas no Paraguai. A RTU é, basicamente, um modo pelo qual microempresas optantes do Simples Nacional transportam de modo reconhecido pelo poder público determinadas mercadorias via terrestre, do Paraguai ao Brasil, pagando uma taxa única sobre as mercadorias³³. Conforme os entrevistados, a Receita Federal organizou palestras informativas para os comerciantes do camelódromo a fim de esclarecer os benefícios da RTU. Contudo, conforme o Superintendente, a maioria dos vendedores “preferem correr o risco e

³² Tais procedimentos são realizados com base na Lei 10.833/2003.

³³ Para mais informações sobre a RTU ver: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/rtu/perguntas.htm>> Acesso em 03 nov. 2014.

trazer sem fazer a importação simplificada. Trata-se de legislação criada especialmente para favorecer, para que eles venham pra legalidade. A adesão à RTU é baixíssima”.

A alíquota a ser paga em tal regime é de 25%, não estando incluso o ICMS (Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação). Na lei, algumas especificidades são encontradas, como a determinação de mercadorias passíveis de serem importadas através da RTU, assim como a necessidade de CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) e limites de valores anuais e trimestrais. Assim, a RTU pode ser percebida como mais uma tentativa de integrar as práticas marginais do comércio popular à legibilidade estatal em uma clara demonstração da flexibilidade das leis no sentido malinowskiano (MALINOWSKI, 2003)³⁴: sentido em que o cumprimento pode ser parcialmente satisfatório e não somente integral. Contudo, enquanto estive envolvida com os comerciantes não soube de nenhum vendedor que tenha aderido à lei.

A construção do Estado a partir das margens pode ser percebida, no caso do camelódromo, a partir de duas questões que demonstram margens móveis na relação entre (i) legibilidades. A primeira é uma questão de classes, em que a situação de desigualdade social que fundamenta as práticas comerciais irregulares é reconhecida pelos representantes estatais, ainda que estes apenas digam cumprir o que a lei diz. A segunda questão é a própria flexibilidade dessas leis que, tendo em vista o caráter contínuo das compras no Paraguai por comerciantes, são remodeladas a fim de que tal prática encontre um modo de ser legalizada (Lei dos Sacoleiros), redefinindo os limites entre margens e Estado.

É interessante perceber também que as dificuldades do Estado em realizar apreensões de bens irregulares consistem em suas próprias leis, como, por exemplo, a necessidade de representação de donos de marcas que se sintam prejudicados pela pirataria, ou mesmo do reconhecimento do que vem a ser uma mercadoria pirata. Tais exemplos acabam por corroborar com o que Veena Das & Deborah Poole (2008) asseveraram sobre o Estado ser permeado e definido por ilegibilidades, não só de suas margens, mas também da própria impossibilidade em realizar completamente sua própria racionalidade.

³⁴ Malinowski ao realizar trabalho empírico junto aos trobriandeses da Melanésia percebe que as leis possuem caráter coercitivo. Contudo, observa possibilidades de flexibilização de seu cumprimento, indo de encontro à noção presente no início do século XX de que as leis constituem-se pela rigidez de suas execuções. “[...] Também está claro que embora o tipo de regras que estamos discutindo sejam indiscutivelmente regras compulsórias da lei, elas não têm o caráter de mandamentos religiosos estabelecidos de modo absoluto, obedecidos rígida e integralmente. As regras aqui descritas são essencialmente elásticas e ajustáveis deixando um considerável espaço no qual seu cumprimento é considerado satisfatório” (MALINOWSKI, 2003 [1926], p. 30).

4.3 Notas conclusivas

Procurei abordar, neste capítulo, as práticas do Estado na margem do comércio popular do camelódromo gaúcho. Como demonstrei, a ideia do Estado como um aparato investido de racionalidade é ameaçada por ele mesmo e não somente por suas margens, ou seja, o ente estatal e suas tecnologias de controle apresentam-se incompletos em sua própria estrutura. As práticas de fiscalização que visam combater irregularidades nas margens encontram ilegibilidades em seus próprios instrumentos de combate que muitas vezes veem-se sem possibilidade de agir por conta de sua própria formação.

Os objetivos do Estado não parecem claros em sua prática nas margens. Como pude demonstrar através das entrevistas com órgãos fiscalizadores, determinados produtos considerados ilegais são tolerados pelas autoridades enquanto que outros são fortemente combatidos, ainda que com os entraves internos que as leis escritas apresentam. Os próprios limites do Estado são ampliados frente à sua incompletude, como se pode depreender da implantação da RTU ou Lei dos Sacoleiros que, de certa forma, ajusta as leis estatais às práticas comerciais exercidas pelos vendedores em suas compras no Paraguai.

Desse modo, como mostram Das & Poole (2008), o Estado não se mostra completamente legível e completo em suas ações na margem comercial em questão, o que desconstrói a ideia de que a ilegibilidade de suas regulações decorreria da incompreensão de camadas mais populares (DAS, 2004).

5 MARGENS EM AÇÃO

Though the formal legal institutions may enjoy a near monopoly on the legitimate use of force, they cannot be said to have a monopoly of any kind on the other various forms of effective coercion or effective inducement. (FALK-MOORE, 1973, p. 721)

Como demonstram Veena Das e Deborah Poole (2008), o Estado não se apresenta ausente, enfraquecido ou desarticulado quando lida com o que chamamos de “margens”. Pelo contrário, estas o são necessárias como são as exceções às regras. As micro-relações de poder

entre o ente estatal e as margens constituem, de acordo com as autoras, as melhores situações para que seja percebido o refazer constante do Estado e de seus referentes marginais. Isto posto, apresento neste capítulo o limite da legibilidade, ou seja, a ordem cotidiana presente no ofício dos comerciantes do camelódromo. Busco demonstrar que tais normas são definidoras não só de sua organização, mas também da organização do Estado. Meu foco neste capítulo será direcionado às regras locais existentes no *shopping* popular porto-alegrense a fim de compreender o diálogo e a coprodução entre Estado e sua margem comercial. Ressalto a relacionalidade das categorias (Estado e margem) a partir das próprias práticas que os fundamentam, ou seja, da legibilidade estatal e da tradução das margens de tal legibilidade.

Apresento, neste capítulo, códigos de conduta que norteiam as práticas comerciais dos comerciantes do camelódromo no contexto do pluralismo jurídico. Encaro tais códigos como direitos locais desses vendedores, ou seja, como princípios e regras que tornam justificáveis suas condutas, além de demarcarem o que pode vir a ser litígio e o modo de sua resolução (SOUSA SANTOS, 1988). A partir dessa definição compreendo que os códigos que fundamentam a sociabilidade no camelódromo, por não constituírem-se através de leis escritas, alicerçam-se na lógica interna do grupo, uma coerência muitas vezes baseada na moral tanto interna, quanto do Estado, e em sua própria criatividade (DE CERTEAU, 1996). É importante destacar, contudo, que o camelódromo não é um espaço composto por atores sociais homogêneos, pelo contrário, a heterogeneidade do grupo é uma de suas características mais marcantes, e tal aspecto se reflete em suas normatividades. Desse modo, o que apresento como “direito do camelódromo” deve ser percebido como práticas e valores que se mostraram a mim, através de entrevistas, comentários e observação, mais recorrentes em minha etnografia.

Com a intenção de demonstrar tais códigos de conduta presentes no Pop Center para compreender a dinâmica de coprodução do Estado e da margem comercial aqui investigada, utilizo-me do arsenal teórico de três autores de fundamental relevância para a compreensão do estudo de modos de regulação locais: Didier Fassin, James Scott e Claudia Fonseca. Tais autores contribuem para pensar o comércio popular em questão como um espaço capaz de produzir seus próprios códigos de conduta, ou seja, como um espaço que, ainda que considerado margem, tem sua racionalidade.

Compreender os comportamentos aceitáveis e não-aceitáveis pelas pessoas que trabalham no comércio popular investigado nesse trabalho, envolve perceber os códigos de conduta não só através de suas práticas, mas também de economias morais que estabelecem no comércio noções locais de certo/errado. Didier Fassin entende economia moral como produção, distribuição, circulação e uso moral dos sentimentos, valores, normas e obrigações no espaço

social contextualizado historicamente (FASSIN, 2012). O autor destaca a instabilidade de tal economia em seus estudos, pois esta economia é permeada por eventos políticos e históricos, possibilitando a produção de novas formas de entender o mundo. Desse modo, atento-me, para além das práticas, aos princípios morais que norteiam as atividades comerciais e relações sociais no *Pop Center*.

As normatividades locais que pude perceber estão atreladas, e até mesmo correspondem em alguns momentos, a resistências frente ao sistema mundial hegemônico (RIBEIRO, 2010). Tais resistências assumem diversas formas, podendo, de modo mais visível, traduzirem-se em rebeliões violentas ou mesmo em práticas cotidianas mais discretas, em que as ações dos atores sociais correspondem a uma não-cooperação com os atores dominantes (SCOTT, 1985). Com estudos sobre as formas cotidianas de reações de camponeses frente ao poder estabelecido e análise histórica de outros grupos sociais, James Scott (idem) mostra que ações como pequenos furtos, fofocas, sonegações fiscais, sabotagens, deserções, fugas e falsa ignorância fazem parte de modos de defesa de interesses de grupos que assumem posições de submissão a regras de grupos dominantes.

Destaco uma dimensão da vida laboral dos comerciantes que em minha etnografia mostrou-se amplamente praticada: a fofoca. Enquanto estive em campo, a fofoca, como demonstrei na introdução deste trabalho, não apenas envolveu os comerciantes em redes de informações, mas também a mim, quando não soube lidar com determinados boatos sobre um interlocutor que me eram repassados por outra interlocutora. As redes de fofocas são intensas e permeiam sobremaneira os códigos de conduta dos vendedores. Para abordar tal questão não somente como uma estratégia de resistência (idem), mas também como um princípio regulador de condutas, utilizo-me do trabalho realizado por Claudia Fonseca em uma comunidade de camada popular de Porto Alegre/RS, na qual a autora percebe tal prática como definidora, dentre outras características, da honra das pessoas, questão igualmente importante para este trabalho, pois define os limites de atos toleráveis e intoleráveis.

Assim como James Scott, não tenho a pretensão de romantizar as resistências nem os códigos de conduta dos comerciantes enquanto práticas que se situam em mesma hierarquia que as práticas de governo de escala estatal, o que Laura Nader já criticou em trabalho sob o pluralismo jurídico (NADER, 2002). O que procuro demonstrar é, sobretudo, modos de organização e códigos de conduta de vendedores do camelódromo em constante fluxo e diálogo com as práticas de produção do Estado. Desse modo, apresento a seguir as relações sociais entre os comerciantes do comércio popular em questão que mais se apresentaram ao longo da etnografia como definidores de códigos de condutas locais. O objetivo desse capítulo é,

portanto: i) apresentar os meios de regulação de condutas dos comerciantes do camelódromo
 ii) estabelecer diálogo entre tais normas locais e a coprodução entre Estado e margens.

5.1 Cooperação, confiança e lealdade

Pertencer a um grupo, mesmo que heterogêneo como o grupo dos comerciantes do camelódromo de Porto Alegre, evoca categorias de sentimentos importantes para a sustentação do coletivo, como os sentimentos de confiança e lealdade. Para Koury, a noção de confiança corresponde a “um aspecto da constituição e da ação ambígua do medo do outro e a sua ultrapassagem, em um fundamento de códigos de semelhança onde a confiabilidade é sentida como uma prática entre iguais.” (KOURY, 2002, p. 152). Procurando destacar normatividades locais que constituem a vida laboral dos comerciantes, percebo em minha etnografia que a confiança e a lealdade correspondem a princípios norteadores de condutas. A confiança pode apresentar-se em simples ocasiões do cotidiano dos comerciantes como, por exemplo, o confiar das lojas a vizinhos quando é preciso ausentar-se; a necessidade do vendedor em ter a confiança de um colega seu para que ocorra empréstimo de dinheiro (prática muito frequente); a necessidade de pedir a outro comerciante para que em suas viagens lhe traga novas mercadorias. Essas necessidades compõem uma rede de cooperação entre os comerciantes que torna o comércio, de certo modo, possível por oferecer garantias de que todo o vendedor do local carece em seu negócio.

Já a lealdade pode ser percebida em momentos nos quais o poder público, por intermédio da lei oficial, adentra os limites de tais códigos locais realizando ações que prejudicam os comerciantes, o que acaba por estimular o sentimento de pertencimento de grupo por parte dos vendedores, incentivando a lealdade entre colegas. Se alguém é prejudicado por conta de fiscalizações de órgãos estatais, por exemplo, é comum o tumulto, o fechar coletivos das lojas, o barulho advindo do bater das mãos dos comerciantes nas portas de ferro de seus estabelecimentos, e palavras que lembram que, apesar dos bens ilegais, a necessidade e a vontade de trabalhar existe: “queremos trabalhar!”³⁵. Nessas ocasiões, o Estado é percebido como um perturbador da ordem, pois desequilibra a organização dos comerciantes, além de que nesses eventos, o ato de trabalhar, mesmo que com produtos piratas, constitui uma reivindicação

³⁵ Um dos conflitos gerados pela polícia federal ao fiscalizar lojas no camelódromo e a reação dos comerciantes pode ser vista no vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Kp6yGnibtMQ>>. Acesso em: 04 nov. 2014.

moral dos vendedores na qual a intervenção dos órgãos fiscais é percebida, muitas vezes, como uma violação de seus direitos.

A presença de órgãos fiscalizadores ou mesmo de agendas políticas que vão contra os interesses dos comerciantes reforçam o sentimento de pertença do grupo. De acordo com o depoimento de Nilson, pode-se perceber a articulação e resistência do coletivo, uma resistência pautada nas estratégias de burlar as regras estatais:

A grande parte dos comerciantes dos quais eu trabalho aqui são de dividir as coisas. Acampar, mandar mercadoria pro outro. Há amizade também. Um grupo quando tá unido, aah... Tem uma coisa que nós definimos entre nós mesmos que é que somos pior que o vírus da AIDS porque eles não conseguiram acabar com nós, tiveram que construir esse lugar, porque não adianta, camelô vai vender. Camelô não morre e a firma de camelô não quebra, nós dissemos que ela só enverga. Não quebra porque a gente tem muita saída, muito jogo de cintura não é? (Entrevista com Nilson, 10/04/09. Autoria própria)

Outro caso representativo da união do grupo dos comerciantes do camelódromo, e de sua lealdade frente a um comerciante que está sendo prejudicado, é o fato ocorrido com Amélia e com suas mercadorias. Amélia, durante certo período, disponibilizava à venda em sua loja 3.000 bonés piratas que sofreram denúncia do fabricante original. Após a denúncia, agentes fiscais dirigiram-se à loja de Amélia para a apreensão de tais produtos. A interlocutora fala que, em meio às assinaturas de papéis que lhe foram apresentados para serem assinados e a tristeza de ver sua mercadoria ameaçada, viu seus colegas comerciantes iniciarem um conflito físico com os policiais:

Eles vieram (polícia), tudo bem eu estou errada o que eu vou dizer, não é? Vieram, bem queridos os senhores, estava cheio de cima a baixo, do lado. Imagina, eu comprei 3.000 bonés. Aí ele disse assim ‘oi tia, tem documento aí? Eu sinto muito, mas vou ter que levar seus bonés.’ Eu disse tá, se quiser levar, pode levar, sem problema nenhum. Estou assinando os papéis e começou a dar quebra-quebra (entre os vizinhos e a polícia), os guris pegaram os bonés de novo.

A ajuda mútua entre os comerciantes, quando um ente estatal passa a prejudicar algum vendedor que não seja imoral para a maioria, pode ser interpretada como uma reação à ocupação indevida no campo de atuação dos comerciantes. Tais modos de agir em conjunto, constituem códigos e resistências do grupo. Conforme Scott, essas ações são voltadas a rejeitar ou amortecer demandas das classes superiores sendo uma questão relacionada à luta de classes envolvendo questões como “a apropriação da terra, do trabalho, dos impostos, das rendas, e assim por diante” (SCOTT, 1998, p. 223). A moralidade também pode ser percebida nesses casos, quando somente vendedores que não fazem parte da rede de fofocas difamatórias, ou

seja, aqueles vendedores que são reconhecidos positivamente por seu trabalho, são passíveis de mobilizarem grandes grupos de comerciantes a seu favor. Desse modo, tais comportamentos de resistência frente à intervenção de órgãos fiscalizadores aciona uma rede de cumplicidade capaz de estender-se a um amplo grupo de vendedores. Essa rede objetiva, sobretudo, a viabilização dos negócios dos comerciantes em momentos em que o legível e o ilegível disputam a prevalência de suas verdades sobre as práticas irregulares.

A lealdade também assume seus limites. Quando da apreensão das mercadorias de Júlio no retorno da viagem realizada a São Paulo, a qual narrei no capítulo anterior, pude perceber que tal interlocutor considerava Luciano, o organizador do ônibus que também fora apreendido, como um “pai de coração”. Júlio apresentou-me a Luciano chamando-o de pai, pois era um grande amigo e constantemente aconselhava Júlio sobre negócios e sobre a vida em geral. Contudo, ao ter seu ônibus lacrado pelo Receita Federal, Luciano assumiu uma dívida de R\$30.000,00 com a possibilidade de perder o veículo se não pagasse o devido valor. Um pouco surpresa com o valor da dívida, perguntei à Júlio se os comerciantes não poderiam se mobilizar para ajudar Luciano a quitar sua dívida, o que me foi respondido que “infelizmente não, cada um com seus problemas ... o que eu faço é ser fiel à firma ...”.

A resposta me espantou um pouco, pois Júlio apresentou-me Luciano como seu “pai de coração”, no entanto, percebi mais tarde que se tratava de um jogo de lealdade com limites, pois “ser fiel à firma” correspondia somente a sempre viajar no ônibus de Luciano e não em ônibus que outros comerciantes organizavam. Em entrevista, Júlio disse-me que a fidelidade à Luciano

[...] também vale para quando eu quebrar e não ter dinheiro e o ônibus tiver subindo. Eu viajo mesmo não tendo dinheiro para a passagem. Só que só se usa isso se for preciso, último caso. Fidelidade, esse é o nome. (ENTREVISTA. Autoria própria. Realizada com Júlio em 15/08/2014)

Procuro demonstrar aqui que as relações de cooperação estabelecidas pelos comerciantes impulsionam seus negócios ao mesmo passo em que constituem e delimitam suas regras locais. Tanto a confiança quanto a lealdade prevalecem como importantes princípios em tal comércio, regendo as condutas dos vendedores frente a situações cotidianas e a conflitos com as tecnologias de controle do Estado. Tais tecnologias são percebidas como se estivessem transpondo limites de atuações, nos quais tanto os comerciantes, como os fiscais sentem-se legitimados a operar.

5.2 Comércio popular, fofoca e honra

Em minha etnografia muitas vezes deparei-me com as relações entre fofoca e honra. A prática da fofoca no camelódromo é frequente e afere aos vendedores diferentes reputações, a depender de quais valores e práticas a economia moral de tal grupo considera aceitável. Atribuída especialmente pelos próprios colegas, a honra representa o prestígio e o respeito conferido a um comerciante – o vendedor honrado, por exemplo, poderia mobilizar maior número de colegas de modo mais fácil caso estivesse sendo prejudicado por abordagens de fiscais do que o vendedor com baixo prestígio –. Pretendo, assim, demonstrar a interação entre fofoca e honra como reguladoras de comportamentos e delimitadoras do que é ou não prática aceitável entre os comerciantes do camelódromo.

Como mostra Claudia Fonseca em seu estudo junto à Vila do Cachorro Sentado em Porto Alegre, a fofoca pode, dentre outras finalidades, desempenhar papel determinante sobre a reputação de uma pessoa em seu grupo. Logo, a fofoca que envolve “o relato de fatos reais ou imaginados sobre o comportamento alheio” (FONSECA, 2000, p. 19) será utilizada, neste trabalho, com a função de servir como um construtor de identidades, ao mesmo passo em que regula as ações de um grupo. Já a honra, associada à questão de poder, corresponde a ideias e a reproduções dessas ideias em um determinado segmento social, podendo refletir-se em um sentimento individual, ou seja, “o esforço de enobrecer a própria imagem segundo as normas socialmente estabelecidas” (FONSECA, 2000, p. 14), ou mesmo a um “‘código de honra’, um código social de interação, onde o prestígio pessoal é negociado como o bem simbólico fundamental de troca” (idem).

Neste trabalho, o que destaque é o sentimento social da honra, aquele sentimento que confere coerência ao grupo sem, contudo, representar harmonia e consenso unânime entre todos os integrantes, mas sim como uma constante luta entre alguns vendedores pelo domínio da definição de condutas aceitas (PERISTANY & PITT-RIVERS, 1992). Ressalto a honra social por proporcionar maior visibilidade aos códigos de condutas entre os comerciantes. Como os moradores da comunidade estudada por Cláudia Fonseca (2000), a heterogeneidade do grupo de comerciantes é marcante e pode ser percebida na moralidade difusa do coletivo.

Alguns comportamentos, mesmo condutas que fizeram parte do passado dos vendedores, influenciam o modo como são tratados e percebidos por seus colegas. Como mostra Das (1999), os rumores permeiam o instável equilíbrio entre a honra e a desonra. Conversas que desencadeiam perguntas como “Você viu o que fulano está fazendo para ganhar a vida?” são comuns entre os vendedores e anunciam uma honra questionável a respeito daquele de quem se está falando. Em algumas situações, Amélia comentava-me sobre Júlio e suas condutas,

dizia-me que ele andava com “gente da pesada” referindo-se ao seu passado como presidiário³⁶. O tom das palavras de Amélia, assim como suas expressões faciais, condenavam as atitudes de Júlio. Não somente o passado como presidiário do interlocutor fazia parte das fofocas de Amélia, mas também seu presente, pois a interlocutora afirmava que o comerciante ainda não havia aprendido com o castigo que recebera. Isso em razão de Amélia achar que Júlio ainda “se envolvia com gente ruim” (remetendo à presença de uma moça com a qual o interlocutor conversava e que Amélia dizia ser “batedora de carteira”). A interlocutora ainda dizia-me que tentava “abrir os olhos” do comerciante dando-lhe conselhos para que não se envolvesse mais com pessoas que pudessem lhe fazer mal.

Ao conversar com Júlio sobre assuntos envolvendo honra, este me disse que sabia o que diziam a seu respeito e que muitas pessoas fofocavam sobre a vida dos outros, mas que não se importava com isso. Ainda que soubesse de tais rumores, Júlio reconheceu que Amélia e Melina são pessoas que trabalham para “ganhar o seu, para sobreviverem”, ou seja, que não se envolvem em situações em que o ilícito trespassa a fronteira do aceitável e que merecem respeito por isso. Desse modo, ficou aparente para mim que entre meus interlocutores as fofocas permeavam suas relações, não de modo necessariamente hostil, mas de modo a classificar suas interações e identidades comerciais.

Assuntos como drogas ilícitas, armas de fogo e medicamentos irregulares ou falsificados são questões moralmente delicadas entre os comerciantes. Em conversas informais que tive com Nilson, Ana e especialmente com Melina, soube que alguns comerciantes, apesar de venderem mercadorias comuns ao camelódromo, comercializavam, também, de modo velado, substâncias abortivas em suas lojas. Tais comerciantes eram encarados por Melina e por sua mãe Amélia como pessoas que não mereciam respeito, pois prejudicavam as mulheres (podendo levá-las à morte), além de matarem fetos. Melina disse-me que certa vez uma mulher veio lhe procurar, grávida de seis meses à procura de alguém que vendesse substâncias abortivas. Mesmo sabendo de pessoas que vendiam tal mercadoria, Melina recusou-se a dar tal informação, pois era, conforme suas palavras, “totalmente contra o aborto”.

Medicamentos e armas de fogo são produtos pelos quais o diálogo entre (i)legibilidades se torna mais notório, pois são alvos de denúncias realizadas aos entes estatais pelos próprios comerciantes. Muitos vendedores não toleram tais práticas por sentirem-se trabalhando ao lado de criminosos e desejando que tal comércio acabe. Os comerciantes dessas substâncias, ao longo de minhas pesquisas, surgiam somente em conversas com tons de sigilo, e mesmo quando

³⁶ Júlio ficou quatro anos detido por conta do crime de receptação enquanto atuava como camelô.

vi a possibilidade de conseguir conversar com um desses vendedores por intermédio de um informante, o mesmo me proibiu de continuar com tal interesse. Estava claro para mim que das comercializações consideradas ilegais realizadas no camelódromo, a comercialização de medicamentos estava nivelada entre as mais ilegais por serem percebidas como infringindo códigos morais, não só do Estado, como também de grande parcela dos comerciantes.

Outras práticas também eram questionadas e condenadas pelos comerciantes que tive acesso, como vender a mesma mercadoria que o vizinho. Alterar os produtos da loja, ou apenas iniciar um negócio com os mesmos artigos do que o vizinho, disputando com este a clientela através de um duelo de preços é uma prática que todos os vendedores com que tive contato diziam ser inaceitável. Para ter uma boa relação no comércio popular é preciso, dentre outras ações, respeitar o espaço no qual se está situado, respeitar a atividade dos vizinhos estabelecidos, caso contrário, é comum que represálias como fofocas denegridoras da imagem da pessoa e uma má relação entre os outros vizinhos que perceberam tal contrassenso aconteçam.

“Torrar” a mercadoria também corresponde a uma prática amplamente condenável entre os vendedores nos quais tive contato. Tal termo significa vender o produto a preço excessivamente baixo, com baixa margem de lucro a fim de atrair a clientela. De acordo com Júlio, tal prática é condenável pois desmerece o esforço do comerciante que se arriscou para conseguir as mercadorias, além de prejudicar a dinâmica de venda de outros comerciantes desestabilizando o comércio popular em geral. A honra do vendedor que “torra” a mercadoria também sofre sanções através de fofocas desfavoráveis ao comerciante.

Desse modo, procurei demonstrar que a fofoca constitui-se como um dos princípios reguladores que orientam práticas comerciais no camelódromo, baseando-se na economia moral dos comerciantes. Tratando-se de um grupo heterogêneo de diversas práticas e opiniões, procurei destacar tal pluralidade a partir do que pude perceber em campo. Além de ser utilizada como punição àqueles vendedores que não enquadram-se nos padrões de conduta do grupo, a fofoca também indica uma “margem dentro da margem” ao perceber um comerciante que não merece respeito em seu grupo.

5.3 Notas conclusivas

O camelódromo de Porto Alegre abarca um grupo heterogêneo de comerciantes onde as práticas comerciais assumem diversas operacionalidades. Mesmo com a variedade do coletivo, o que procurei demonstrar foram códigos de condutas que permeiam, constroem e organizam o

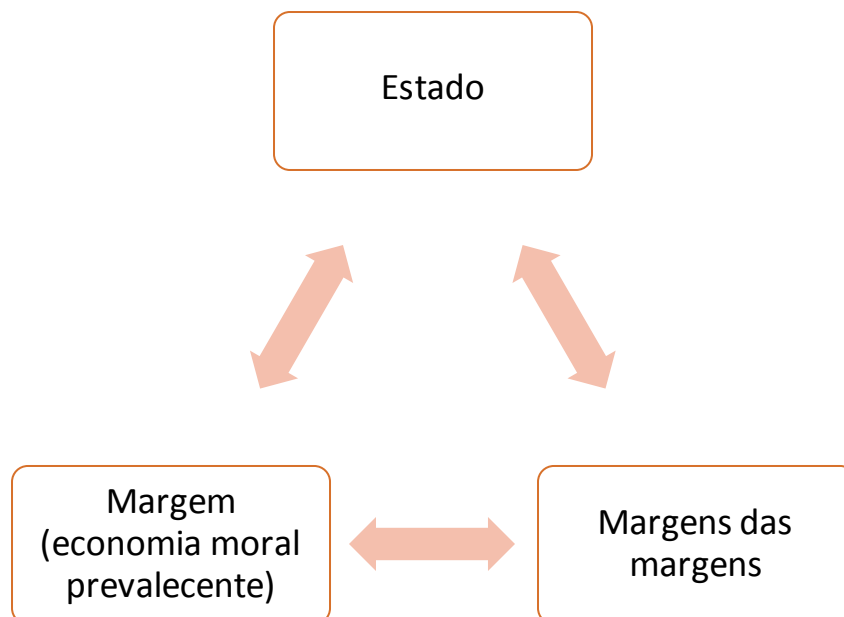
camelódromo, ou seja, sua racionalidade interna que reforça o local enquanto margem. A pluralidade jurídica presente no espaço ajuda-nos a compreender os modos pelos quais o camelódromo mantém sua racionalidade e lógica interna que refletem seus modos de vida, suprem suas necessidades e preservam a sobrevivência do comércio. Das & Poole comentam sobre uma colonização de leis oficiais por outros modos de regulações formulados pelas margens:

Estos lugares (márgenes) no son sólo territoriales; son también, y quizás de forma más importante, lugares de prácticas en los que la ley y otras prácticas estatales son colonizadas por otras maneras de regular que emanan de las urgentes necesidades de las poblaciones de asegurar su supervivencia política y económica. (DAS & POOLE, 2008, p. 10)

Dentre as colonizações de leis oficiais por regulações locais dos comerciantes do *Pop Center* estão, como um fundamento de grande parte do “direito do camelódromo”, as redes de solidariedade internas. Essas redes são situacionalmente estabelecidas, envolvendo fatores como a reputação do comerciante para que seja mobilizada. O Estado nessas situações é percebido como perturbador da ordem desequilibrando o funcionamento da margem.

Como destaque novamente, a heterogeneidade do comércio não permite estabelecer uma única economia moral entre os vendedores, porém, existem economias morais que prevalecem sobre outras, ou seja, assumem reconhecimento de grande parcela dos comerciantes. Trata-se de um pacto velado do grupo considerado marginal que norteia suas ações e reações. Tal pacto, calcado em moralidades assemelha-se, por vezes, à moralidade estatal como, por exemplo, a reprovação da maioria dos vendedores no que diz respeito àqueles que comercializam bens de características que transpõem a questão da propriedade intelectual e passam a ameaçar a vida das pessoas. Nesses casos, a economia moral que prevalece é a de repulsa a tais comerciantes, o que acarreta aos órgãos fiscais receberem denúncias de vendedores vizinhos ao negociante estigmatizado.

Percebo que nas margens, outras margens são construídas. Uma produção frequente de espaços/práticas/linguagens que demarcam princípios reguladores e que estão em constante conflito e negociação com o Estado. Aqui, o jogo das (i)legibilidades assume caráter dinâmico permitindo que interesses dialoguem entre si a fim de atenderem a seus próprios interesses:



Os três modos de organização que destaco no gráfico acima correspondem a uma interpretação analítica baseada na economia moral heterogênea que fundamenta os códigos de conduta dos comerciantes. O Estado mantém distintos, ainda que relacionais, diálogos com diferentes níveis de margens. A margem que comercializa bens piratas considerados de menor relevância e de menor possibilidade de ação para o Estado, como produtos que envolvem marcas e a manifestação de seus representantes, é menos visada por órgãos fiscalizadores. Já a margem que comercializa bens que atentam tanto ao Estado, quanto à economia moral da maioria dos comerciantes, estabelece relação bem mais conflituosa e persistente com o Estado que conta com os vendedores do próprio camelódromo para operarem em tais espaços e práticas. A relação entre a margem estigmatizada e a economia moral que prevalece no *shopping* é de respeito, pois se encontra fora dos limites de valores aceitáveis.

Desse modo, a produção do Estado e das margens nas margens pode ser percebida por fatores como: redes de solidariedade baseadas em valores como honra e lealdade; economia moral que compreende a pirataria como prática de venda aceitável e; gradações de práticas moralmente aceitáveis pelo Estado e pelas próprias margens.

6 O RISCO É A REGRA: O CAMELÓDROMO DE PORTO ALEGRE VAI AO COMÉRCIO POPULAR DE SÃO PAULO

As viagens em busca de mercadorias em outras cidades, ou mesmo países, é uma constante no cotidiano de grande parte dos comerciantes de comércio populares. Ao longo da pesquisa percebi que semanalmente o camelódromo apresentava quantidade significativa de comerciantes que abriam grandes sacolas e caixas com mercadorias em suas lojas, renovando, assim, seu estoque. Na maioria dos casos, tais sacolas e caixas continham produtos comprados em Ciudad del Este, Rivera e São Paulo. As viagens a esses lugares eram-me constantemente contadas pelos vendedores ou eu simplesmente as ouvia quando eles conversavam entre si. Meus interlocutores comentavam sobre a necessidade de apresentar novidades em suas lojas periodicamente – pois a moda é dinâmica –, especialmente Melina e Júlio.

As viagens que destaco são referentes a Porto Alegre/São Paulo; São Paulo/Porto Alegre. Ressalto que não se trata de um trajeto novo, praticado recentemente pelos comerciantes, como apontou Pinheiro-Machado (2004), mas sim um trajeto que ganhou expressivo número de adeptos nos últimos anos e que atualmente se constitui como uma das mais visadas rotas pelos comerciantes. Tal percurso mostrou-se interessante não só por tornar-se circuito importante para os negócios dos comerciantes no que diz respeito a preços e produtos diferenciados (produtos com qualidade, por exemplo), mas também por apresentar características que são importantes para se pensar a relação da coprodução entre Estado e suas margens no camelódromo. A relação das viagens à São Paulo e o objetivo de minha pesquisa – qual seja, o de salientar a construção conjunta do Estado e de sua margem no comércio popular – encontra-se nas motivações e práticas dos comerciantes quando de sua jornada à capital paulista.

Destacarei os interlocutores-chave Melina e Júlio para compreender a dinâmica das viagens até São Paulo em razão de ambos os comerciantes trabalharem com produtos comprados na metrópole. Existe, contudo, uma diferença entre os dois interlocutores: Melina viaja somente quando possui dinheiro suficiente para comprar suas mercadorias, ou seja, dinheiro da passagem do ônibus, da alimentação e dos produtos que, em termos de custo-benefício, devem ser comprados em grande quantidade; Júlio viaja semanalmente para a capital paulista em busca de suas mercadorias e das mercadorias de seus colegas que realizam encomendas e que dão à Júlio comissões pela viagem. O que basicamente difere estes dois comerciantes e sua relação com São Paulo são os distintos modos de operar com o comércio

popular (compra para revenda direcionado à clientela comum e compra no formato atacado direcionado aos próprios colegas vendedores), além da questão financeira.

São Paulo é um atrativo comercial por alguns motivos, dentre eles estão a qualidade, o baixo preço e a diversidade de produtos. Outros atrativos relacionam-se com o que estou salientando nessa dissertação, como a fiscalização de órgãos estatais e outros baixos riscos que tal rota proporciona, como pequeno número de assaltos aos ônibus. Nos relatos de meus interlocutores a questão dos riscos tornou-se bastante inequívoca. Evitar riscos em um trabalho que é, conforme a expressão de Júlio, “baseado na sorte”, envolve estratégias e cuidados por parte dos vendedores. Assim, os objetivos deste capítulo consistem em: i) apresentar as relações entre Estado e comércio popular (“margem”) a partir da rota Porto Alegre - São Paulo e; ii) etnografia das práticas comerciais que envolvem tal rota.

6.1 Vendo como um comerciante: a rota para São Paulo e seus atrativos

Neste tópico apresento a perspectiva de dois interlocutores-chave, Melina e Júlio, sobre a rota Porto Alegre/São Paulo. Pretendo demonstrar as relações de tais comerciantes com as viagens e compras realizadas na metrópole paulista, além das implicações que tal rota desencadeia no cenário da legibilidade. Para isso frisarei duas entrevistas que realizei em 2014 com os interlocutores sobre o assunto.

6.1.1 Melina

Melina trabalha com roupas femininas há alguns anos e já viajou para o Paraguai quando também comercializava com sua mãe, Amélia, produtos como bonés e roupas masculinas. A interlocutora relata que começou a viajar para São Paulo no ano de 2008 quando a rota para tal local não era tão visada pelos comerciantes populares que conhecia. O trajeto, conforme Melina, era algo muito novo e até mesmo a atual característica “bate-volta” da viagem, ou seja, a característica da compra rápida³⁷, era inexistente. Sua atração pelo mercado de São Paulo deu-se através de uma conversa que teve com um amigo, que lhe indicou o local em razão da variedade e da qualidade de mercadorias que eram compatíveis com as que Melina trabalhava. A interlocutora e sua mãe Amélia vendiam roupas em 2008, especialmente roupas femininas (e

³⁷ A viagem “bate-volta” é uma característica das atuais viagens comerciais à São Paulo em que geralmente os comerciantes saem de Porto Alegre pela manhã e chegam na capital paulista na madrugada do dia seguinte, período em que vão às compras. Os comerciantes retornam para Porto Alegre no começo da tarde desse mesmo dia.

ainda vendem), uma mercadoria que se destaca no comércio popular de São Paulo, pois são produtos que, além da qualidade e do baixo preço, apresentam-se em variedade, diferentemente de outros comércios populares que abastecem o comércio gaúcho, como o paraguaio.

Conforme Melina, os bens que adquiria em tal época (2008) eram, em suas palavras, “ótimos porque eram coisas que só eu tinha, não precisava botar o preço mais acima do que eu pagava, entendeu?”. Atualmente São Paulo é uma rota visada por diversos comerciantes, e conseqüentemente, a interlocutora agora enfrenta problemas com as vendas de suas mercadorias. Isso se dá em razão da concorrência, não só presente nos diversos corredores do camelódromo, mas também no comércio popular da cidade. Tal disputa pelo cliente entre os comerciantes do camelódromo e os lojistas populares tornou-se mais comum após a transição dos camelôs para o Pop Center, pois o local conta com novos custos.

6.1.2 Júlio

Júlio diz viajar a São Paulo há cerca de 15 anos em busca de suas próprias mercadorias e, mais recentemente, em busca da mercadoria de outros comerciantes que lhe pagam comissões pelo feito. De acordo com o interlocutor, tratar de São Paulo enquanto uma rota é um equívoco, pois ela não é, ainda, devidamente percebida pelo Estado. A seguir demonstro fragmento da entrevista que realizei, em 2014, com Júlio:

Andressa: De onde vem a mercadoria vendida no comércio popular de São Paulo? Você sabe?

Júlio: Eu acho que os chineses estão cortando a rota do Paraguai e essa mercadoria está sendo despejada diretamente em São Paulo pelo porto de Santos. Eu acho porque são duas possibilidades que estão acontecendo. A primeira: São Paulo desde 1999 - eu trabalho desde 1999 já com o Paraguai e São Paulo - sempre teve uma, não vou dizer uma fama, mas uma forma de trabalho deles. Se tu pegar um ônibus de turismo e botar duas ou três pessoas dentro dele e atolar até o teto de mercadoria com as cortinas fechadas, é provável que passe. Eles sempre tiveram isso aí. Eles carregam demais, talvez, e sempre cobraram mais barato o serviço deles e tu vê que a distância, talvez a dificuldade de chegar a São Paulo e a dificuldade de chegar aqui em Porto Alegre é quase a mesma em termos de distância e riscos e perigos que tu vai enfrentar, né...

Andressa: Quais são os riscos?

Itamar: Polícia Rodoviária e Receita Federal esse é o risco do contrabandista, do contrabando. Tá me entendendo? Porque o que acontece é o que eu falei: eles largam a mercadoria lá no Paraguai – outra coisa, o Paraguai também tem aquela coisa de não exigir qualidade, de não ter fiscalização em cima de produto que faz mal ao consumidor e essa coisa toda. Então eles largam lá “as ganha” o lixo deles lá no Paraguai. O Brasil é simplesmente um consumidor. É uma forma de ganhar dinheiro, uma forma de sobrevivência de muita gente. É uma forma de tu comprar esse lixo no

Paraguai e vir aqui revender pra pessoa que não tem possibilidade de ter um produto original, de ter um Apple, de ter um Samsung, de ter um Nokia. Ninguém está sendo enganado.

Andressa: E quais são os diferentes riscos de São Paulo e Paraguai? Existem diferentes riscos?

Júlio: A questão toda é uma só: a fiscalização. No Brasil nada é fiscalizado, entendeu? A fiscalização é inadequada, é só fiscalização. Paraguai é toda uma rota que é uma rota visada, entendeu? Ela é uma rota visada. O que está acontecendo agora no momento que está havendo com certeza uma fiscalização mais intensa nessa rota (do Paraguai), ela está funcionando só por intermédio de como tem que funcionar mesmo que é pelo sistema de cota. Então se a Receita Federal te parar eles estão fiscalizando e estão derrubando sem dó nem piedade. Eles estão fazendo o trabalho deles, é isso aí.

Andressa: A fiscalização é menos praticada em São Paulo?

Júlio: Não, não existe São Paulo. Veja bem, é isso que está acontecendo: ela não existe. Existe uma rota, mas existe uma rota que – como é que vou dizer – tu está fazendo uma pesquisa de algo que está surgindo agora. Ainda não existe, está existindo, está nascendo, está se formando.

Andressa: E o que tu pode me falar desse começo?

Itamar: Que é ótimo. Porque tudo está dentro aqui do Brasil, tudo está funcionando dentro do Brasil, gerando recursos pra nós mesmos aqui dentro, pra dentro do Brasil. Eu acho ótimo que tenha mudado, que tenha ficado tudo aqui dentro de Porto Alegre. Se existe alguém a ser fiscalizado é essa mercadoria na hora de entrar na aduana no Brasil através dos portos. Essa é a fiscalização que deveria ser feita e que eu tenho certeza que não está acontecendo.

Júlio, em sua entrevista, apresenta questões pertinentes para que a legibilidade no camelódromo seja pensada. A rota para São Paulo implica perceber as mercadorias como bens que já não tiveram a devida fiscalização de órgãos responsáveis por sua entrada no Brasil. Conforme palavras do interlocutor, a mercadoria que compra para revender em sua loja é “despejada no Brasil com a permissão das autoridades”, o que faz com que os limites entre as práticas de Estado e as práticas de comerciantes do comércio popular tornem-se nebulosas.

6.2 Etnografia em São Paulo

Para buscar mais informações acerca das relações de coprodução entre Estado e margens no comércio popular dispus-me a viajar à São Paulo para acompanhar a dinâmica de tal rota, já que ouvia de muitos interlocutores acerca dos acontecimentos de tais viagens, como estratégias para evitar assaltos e encontros com a órgãos fiscalizadores. O primeiro interlocutor a me apresentar tal rota foi Júlio, que viajava toda a semana. Percebi que poderia acompanhar o interlocutor em uma de suas viagens, pois, devido à sua constância em percorrer tal rota,

mostrava-se conhecedor do comércio popular paulista, além de conhecer organizadores de ônibus que faziam descontos em suas passagens, o que me ajudaria muito. No entanto, ao mencionar a possível viagem com Júlio para São Paulo às interlocutoras Amélia e Melina, ambas recomendaram-me que não o fizesse, pois Júlio não era de confiança em se tratando de comércio e que poderia me colocar em encrenca.

Eu estava com pouco tempo para realizar meu trabalho de campo e nenhum outro interlocutor com quem havia estabelecido contato além de Júlio viajava frequentemente à São Paulo. Pensei que poderia correr o risco, contudo minha relação com tal informante estava degradante e cansativa, permeada por diversos jogos psicológicos envolvendo subjetividades e meu trabalho, como expus na introdução desse trabalho. Neste período, decidi romper o vínculo que tinha com Júlio e arriscar a possibilidade de não viajar para a capital paulista.

Resolvi tentar, então, combinar viagem com Melina, que não viajava constantemente, mas que todo o ano ia no mínimo duas ou três vezes para São Paulo, e que naquele ano ainda precisava renovar sua loja. Como suas vendas estavam escassas e semanalmente eu percebia que empréstimos eram realizados por ela e sua mãe, Amélia, para que pudessem continuar em seus negócios, disponibilizei-me a contribuir financeiramente para que Melina fosse à São Paulo o mais rapidamente possível comigo. Ela concordou, contudo, nossa viagem demorou mais do que eu esperava, por constatar que não tinha condições financeiras de ajudar Melina de modo satisfatório. Eu poderia somente contribuir para nossas passagens de ida e volta e, com isso, aguardei até que as interlocutoras pudessem arcar com o resto dos custos – eu ainda me encarregaria das passagens.

Ao saberem que eu e Melina iríamos viajar juntas para renovar suas mercadorias, os interlocutores logo me falavam, com um misto de seriedade e de jocosidade sobre os riscos que permeavam a viagem, como assaltos e apreensões realizadas pela polícia na estrada. As histórias envolvendo assaltos no percurso Porto Alegre-São Paulo me deixavam atônita, pois envolviam agressões a pessoas que possuíam consigo baixa quantia de dinheiro no ônibus, já que a maioria dos comerciantes levava quantias relativamente altas, além de uma história em particular na qual os passageiros foram despidos e trancados no bagageiro de um ônibus. Meu temor era um temor pessoal, já que eu me encaixava no perfil da pessoa que sofreria no assalto por não possuir dinheiro. Contudo, percebi que a aflição dos comerciantes residia, de modo substancial, na outra direção da viagem, no percurso São Paulo-Porto Alegre, pois a polícia agia com mais frequência do que os assaltantes.

O processo de planejamento e de realização de nossa viagem durou cerca de três meses. Nesse processo, lidamos com questões como empréstimos que não eram liberados, meus

compromissos com o Mestrado, doenças que eu e Melina tivemos e fofocas e palpites acerca de qual ônibus seria abordado pela fiscalização da Receita Federal. As viagens realizadas por ônibus organizados por camelôs, como já tive a oportunidade de mencionar, envolvem disputas pela clientela e as fofocas acerca de qual ônibus será capturado fazem-se, por vezes, cruciais na escolha do vendedor que pretende viajar. Tais rumores decorrem de supostas denúncias para as autoridades, rumores estes confirmados pelos próprios órgãos fiscalizadores, a respeito do dia, horário e trajeto do ônibus da concorrência.

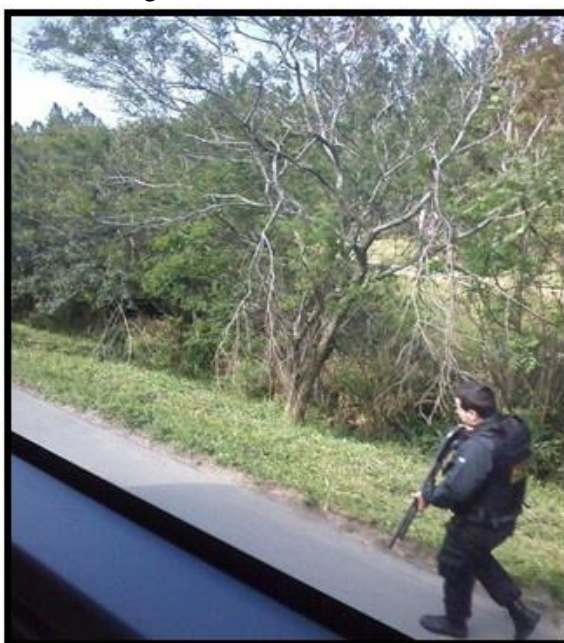
Perder as mercadorias no retorno à Porto Alegre é um risco demasiado grande para qualquer comerciante e tais fofocas influenciam sobremaneira no momento de decidir qual o melhor momento para viajar. Melina, por exemplo, desmarcou uma viagem que faríamos pelo único motivo de ter ouvido rumores sobre uma possível denúncia realizada contra o ônibus de sua amiga, no qual embarcaríamos. Disse-me que estava com mau pressentimento sobre tal fofoca e que de todos os ônibus organizados pelos comerciantes do camelódromo, o de sua amiga era o único que ainda não fora “pego”. Minha interlocutora viu-se no impasse de comentar ou não com sua amiga sobre tal fofoca, esse impasse se dava por medo de que sua amiga desmarcasse a viagem e deixasse de lucrar caso o rumor fosse falso. Contudo, Melina optou por contá-la e sua resposta foi a de que “sempre fazem esses boatos”. No entanto, eu e minha interlocutora optamos por não ir. Minha impressão era a de que Melina tinha mais informações a respeito do rumor e que não havia me contado, pois o ônibus, alvo das fofocas da semana, foi de fato apreendido em sua viagem de retorno à Porto Alegre.

Como ficaríamos mais uma semana sem viajar sugeri à Melina que fossemos com outro comerciante organizador de viagens, porém, a lealdade fundamentava a relação de minha interlocutora com o resto de seus colegas. Melina tinha sua amiga e não poderia deixar de viajar em seu ônibus por causa de boatos. Seria melhor não ir do que ir com outra pessoa, o que seria interpretado como traição. A interlocutora mantinha a mesma relação que Júlio com Luciano: a lealdade era uma regra e quem a descumprisse poderia cair na rede de fofocas como pessoa não-confiável.

Após a confiança de Melina em viajar com sua amiga ser restaurada, fomos, no dia 21 de setembro, juntamente a outros comerciantes do camelódromo rumo às compras no comércio popular paulista. O ônibus em que embarcamos deixou o estacionamento da rodoviária da cidade às 08:10 horas e, com a previsão de 18 horas de viagem, todos os passageiros procuravam se acomodar da melhor maneira possível em seus assentos. A qualidade dos ônibus era um dos assuntos mais recorrentes nas conversas dentro do veículo. Uma senhora dizia que viajou 15 anos para o Paraguai em ônibus que possuíam assentos que machucavam sua coluna,

além de não terem espaço suficiente para as mercadorias em seu bagageiro, o que fazia com que os produtos adquiridos dividissem espaço com os comerciantes, dificultando a ida ao banheiro no final do veículo. Conquistar a clientela parecia um objetivo bastante claro no serviço de bordo: poltronas bastante reclináveis (para que se possa dormir melhor na longa viagem), filmes, sanduíches, salgados, sucos, refrigerantes e bom humor fizeram parte da ida à São Paulo. A segurança também parece ser um diferencial e uma novidade, pois nem eu e nem Melina sabíamos sobre a escolta de dois homens armados que nos acompanharam durante toda a viagem, ficando no andar de baixo do ônibus, junto aos motoristas, e saindo do veículo sempre que ocorresse um engarrafamento, ou uma parada em um restaurante.

Figura 9 - Escolta em ônibus



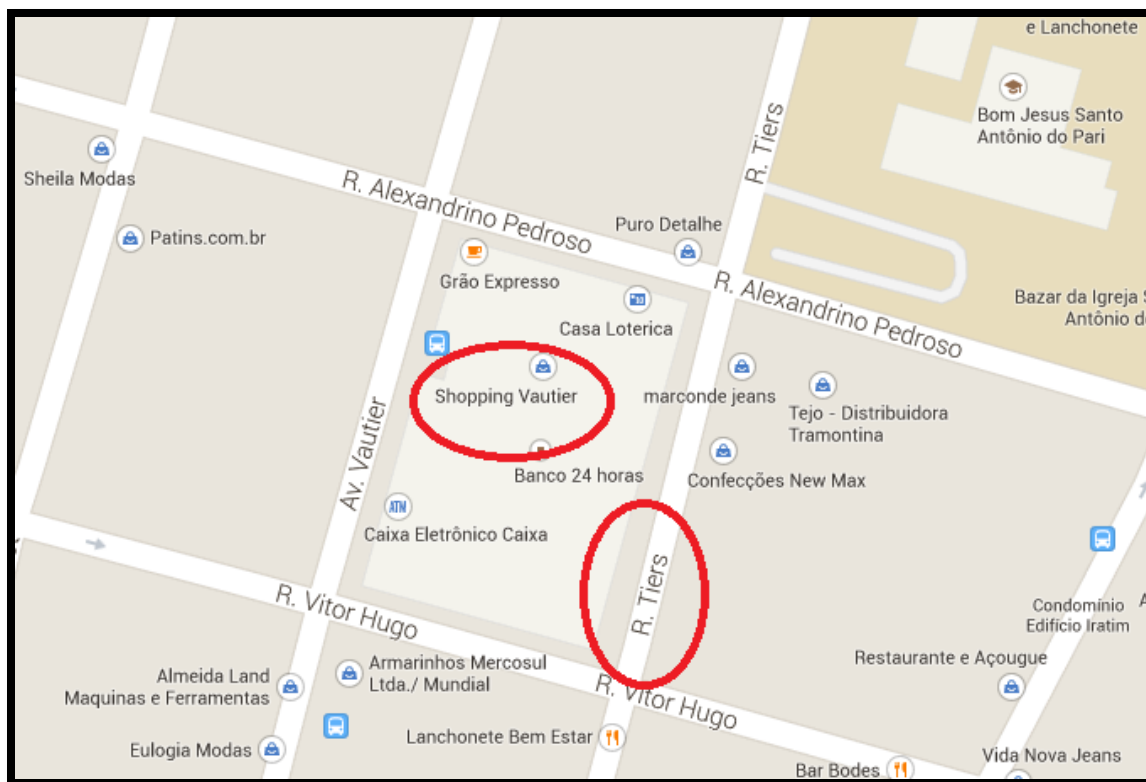
Fonte: elaborado pela autora.

As conversas sobre negócios e sobre o próprio comércio popular eram frequentes, mas também os momentos silenciosos em que todos, tacitamente, entendiam que deveriam fazer, também eram. Tal silêncio denotava respeito coletivo, pois todos sabiam que precisavam estar bem descansados para as próximas horas de caminhadas em busca de mercadorias e de melhores preços. Após 18 horas de viagens com duas paradas em restaurantes, chegamos ao destino final, o estacionamento em frente ao *Shopping Vautier*³⁸ na Rua Tiers no bairro do Brás, às 02 da

³⁸ O *Shopping Vautier* corresponde a um comércio popular de ampla estrutura arquitetônica conhecido pelos comerciantes populares de todas as regiões do Brasil pelo baixo preço de seus produtos.

manhã de segunda-feira, momento em que muitas lojas abriam e muitos ambulantes organizavam seus produtos no chão para mais uma madrugada de vendas.

Figura 10 - Mapa da localização do Shopping Vautier/SP.



Fonte: Google Maps.

Figura 11 - Estacionamento em frente ao *Shopping Vautier*.



Fonte: Google Earth.

Uma das características do comércio popular do Brás me deixou bastante surpresa: a funcionalidade comercial no horário da madrugada. A outra surpresa foi perceber que muitas pessoas, naquele horário, chegavam em ônibus e lotavam o *shopping*. A maioria dos vendedores que chegaram de Porto Alegre logo saíram para comprar, enquanto que outros decidiram ficar no ônibus para descansarem a fim de iniciarem suas compras ao amanhecer. Melina e eu logo saímos às compras, nos acompanhavam suas amigas do camelódromo, também comerciantes, com as quais me relacionei nas horas que sucederam. Ao todo somávamos cinco mulheres caminhando pelo Brás, porém, nos dispersávamos quando a mercadoria de uma era mais vantajosa em outros pontos do bairro. Nesses momentos ficava com Melina, que pedia-me opinião acerca das roupas que planejava comprar.

Acompanhei Melina em suas compras durante 3 horas no *Shopping Vautier*. Após voltarmos para o ônibus e largarmos nossas mercadorias, reencontramos suas amigas que continuariam a buscar mercadorias. Melina estava cansada e fiquei sabendo que Ana iria à Rua 25 de Março à procura das mercadorias que vendia: capinhas para celulares. O relógio apontava para as 06 horas da manhã e pegamos um táxi para irmos a tal rua, famosa por seu comércio popular. Diferentemente do comércio que percebi no Brás, a 25 de Março abria suas portas no início da manhã, e Ana e eu aproveitávamos a rua ainda parca de gente para escolhermos as novidades com calma. A comerciante carregava consigo um carrinho muito comum entre os vendedores que servia para auxiliar o carregamento de mercadorias – carrinho similar aos vistos em feiras-livres –, e visitava incansavelmente todas as lojas que avistávamos e que pudessem levar novidades para sua loja em Porto Alegre.

Com o passar das horas e com o carrinho ficando cada vez mais pesado, auxiliei a interlocutora com seu deslocamento: ela comprava as mercadorias enquanto eu aguardava e vigiava, parada em algum canto das lojas, o carrinho com os produtos. Tais carrinhos são visados em furtos e os comerciantes cuidam de modo rigoroso suas mercadorias alocadas neles.

Meu auxílio com o passar do tempo tornou-se um fardo para mim mesma, pois estava cansada, com fome e sono. E sinceramente não aguentava mais ver capinhas de celulares. Ana ainda quis comprar presentes para seu enteado, o que causou mais transtornos, pois a 25 de março já começava a lotar de pessoas e caminhar com diversos produtos em um local cheio de pessoas estava me deixando angustiada.

Próximo ao meio-dia voltamos para o estacionamento em frente ao *Shopping Vautier*. Tínhamos que organizar as compras no bagageiro do ônibus, tomar banho e almoçar, pois o ônibus não pararia em nenhum restaurante quando saísse do local, somente a noite, na janta. Eu estava há 10 horas em meio ao comércio popular paulista, caminhando, ajudando minhas interlocutoras a escolherem mercadorias que pudessem agradar sua clientela e experienciando o que falavam da viagem “bate-volta”. A viagem “bate-volta” é uma viagem de curta estadia em São Paulo, afinal, os comerciantes não estão fazendo turismo. O ônibus partiria da cidade às 14 horas do mesmo dia em que chegamos (chegamos às 02 horas da manhã), por isso apressar-se para tomar banho e almoçar era uma questão importante ao fim de nossa viagem. Ao voltarmos, encontramos Melina e as outras comerciantes nos arredores do ônibus, conversando com o motorista e seus amigos. Decidimos ir tomar banho em um pequeno hotel próximo dali onde pagamos R\$ 10,00 para que usássemos somente o banheiro dos quartos rapidamente. Após, fomos almoçar em uma lanchonete na esquina do estacionamento.

Às 14 horas o ônibus partiu da cidade de São Paulo com destino à Porto Alegre. A maioria dos comerciantes estava cansado, mas o medo de serem abordados pela fiscalização era sempre uma constante no itinerário. A cada parada inusitada, os vendedores ficavam aflitos e curiosos a respeito do que estava acontecendo. Eu particularmente sentia-me preocupada com Melina, sentiria-me culpada caso ela perdesse a pouca mercadoria que pudera comprar com o dinheiro que conseguira emprestado, sentia-me como se a tivesse pressionado a viajar comigo. Porém, felizmente, após outras 18 horas de viagem, chegamos à rodoviária de Porto Alegre com as mercadorias sem assaltos nem apreensões. Os comerciantes esperavam, do lado de fora do ônibus os organizadores da viagem chamarem seus nomes, que estavam nas malas que continham suas mercadorias, para que se manifestassem e apanhassem seus produtos. Após tal feito, os vendedores foram ao camelódromo deixar suas compras e eu, exausta, despedi-me de Melina.

A viagem para São Paulo com os comerciantes foi, para mim, uma viagem elucidativa no sentido de conhecer melhor as práticas do comércio popular do camelódromo que estudava há alguns anos. Fez-me perceber as permanentes relações com o Estado e com a ilegitimidade que tal ente apresenta em suas ações frente à margem, com suas debilidades práticas

situacionais que fazem com que o comércio popular seja uma atividade, como diz Júlio, “baseada na sorte”. Basear-se na sorte, não só em viagens para São Paulo e para outros centros comerciais, mas também nas vendas em Porto Alegre contempla uma interpretação não só da margem, mas também do desempenho do Estado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurei, com esta dissertação, perceber os modos pelos quais o Estado com suas tecnologias de controle e o camelódromo de Porto Alegre/RS – concebido neste trabalho como “margem”, nos termos de Das & Poole (2004) – são relacionalmente produzidos. Busquei refletir o Estado não como um ente racional dotado de coerência e completude interna, estaque dos grupos sociais que controla, mas como uma categoria flexível, relacional e incompleta em suas práticas e estrutura. Flexível pois se ajusta, em determinadas situações, a práticas sociais; relacional por se manter em constante interação com suas margens; e incompleto em razão da necessidade de ser continuamente imaginado e reafirmado através de suas leis e de suas construções sociais de espaços ordenados e desordenados.

Neste trabalho, a fim de perceber teoricamente a produção do ente estatal e de sua margem comercial, me utilizei da perspectiva do livro organizado por Veena Das e Deborah Poole chamado *Anthropology in the Margins of the State* (2008) em que o Estado não é mais percebido como ente homogeneizado, mas incompleto, estando em constante diálogo com suas margens – diálogo este que o produz –. Não busquei, contudo, destacar somente a produção do Estado e de suas tecnologias de controle a partir de espaços, atividades e linguagens marginais, mas também a produção das práticas de controle internas do camelódromo porto-alegrense a partir das ações do Estado. Enfim, procurei compreender a construção mútua entre Estado e margem.

A margem a que me referi nesta dissertação é constituída por espaços e práticas históricas, em que características como estigmatização e desigualdade social permearam sua relação com as autoridades oficiais ao longo de décadas. O Estado, ao propor um projeto que visava realocar os comerciantes populares conhecidos como “camelôs” em um prédio semelhante a um *shopping* center, mobilizou não somente seu aparato administrativo para dar ao grupo de vendedores uma nova roupagem identitária, mas também mobilizou esforços da empresa privada Verdi, que construiu o *shopping* popular. Os interesses da construtora e do Estado, desde a transferência dos comerciantes, são interesses convergentes que se empenham para que uma nova configuração de aspecto formal emerja de um comércio historicamente informal. Assim, algumas das intervenções da administração do camelódromo, como cursos sobre empreendedorismo, palestras sobre o reconhecimento de mercadorias piratas e eventos que motivam as vendas de bens originais, podem ser percebidas não somente a partir de um aspecto legal associado ao Estado, mas também como uma expressão pedagógica que contribui para a produção de legibilidade das práticas de comércio popular.

Nesse contexto, procurei, também, destacar as atividades da Receita Federal e da SMIC frente à prática de venda de bens que atentam ao regime de propriedade intelectual, e nesse cenário a incompletude do Estado tornou-se ostensiva. Isso em razão das constantes tentativas de se impor frente às práticas que considera ilegais. Assim, quando o Estado incompleto relaciona-se com o sistema mundial não-hegemônico (RIBEIRO, 2010), seus limites são ajustados, em algumas ocasiões, a fim de ampliar sua margem de legibilidade. O exemplo que ressaltar foi a criação da RTU, ou Lei dos Sacoleiros, que permite pensarmos em uma relação flexível entre Estado e margens (móveis), em que suas fronteiras apresentam-se nebulosas e movidas por interesses de ambas as categorias.

As limitações de minha pesquisa no que tange à percepção da atuação da administração do camelódromo e dos órgãos fiscalizadores junto à margem comercial reside no escasso período em que pude me envolver com tais agentes, assim como nas ponderações práticas que tive que assumir em campo. O breve período em que tive contato com a gestão do *Pop Center* e com os órgãos estatais fiscalizadores se deve, em alguns casos, à morosidade da aceitação de minhas entrevistas pelos agentes, como no caso da SMIC, assim como à demora em encontrar agendas compatíveis entre mim e os agentes do Estado; e também à administração de meu tempo junto aos comerciantes. Já as ponderações a que tive de me ater em minha investigação, ocorreram quando fui convidada pelo Diretor da Divisão de Fiscalização da SMIC a participar de algumas “batidas”, ou fiscalizações. Como já mencionei, eu, a fim de evitar possíveis conflitos com comerciantes os quais já estava em contato no camelódromo – a possibilidade de me verem junto aos fiscais poderia ser interpretada como uma traição –, decidi restringir meu contato com a SMIC à entrevista que realizei, assim como a leituras de suas atuações em *sites* e jornais.

Por outro lado, a experiência que tive junto aos comerciantes – passei grande parte da pesquisa no camelódromo junto aos interlocutores – me possibilitou perceber de modo mais profícuo suas interações internas e suas interações com o Estado. Para investigar os limites móveis entre ente estatal e margem comercial, assim como a construção das categorias Estado e margem no cenário do comércio popular, dediquei-me a observar os códigos de conduta do grupo dos vendedores a partir do pluralismo jurídico, o que me proporcionou compreender as relações entre regras locais desempenhadas no *shopping* popular e regras estatais. Como pude demonstrar, os modos de organização dos comerciantes são negociados com as regras do Estado e vice-versa, produzindo, assim, limites, interesses e práticas móveis entre o ente estatal e sua margem em questão. As limitações de tal momento de minha pesquisa corresponderam a questões de ordem pessoal, como já relatei na introdução desta dissertação, como os problemas

financeiros de Melina, que me impossibilitou, durante meses, de realizar viagem para São Paulo com ela e com outros comerciantes; e como os obstáculos na coleta de dados resultantes da afetividade de Júlio.

Apesar das pequenas limitações surgidas ao longo de minha investigação, penso que os objetivos a que me propus averiguar foram alcançados com a metodologia utilizada. No entanto, pesquisa dotada de maior período para sua realização, período além do oferecido pelo Mestrado, pode demonstrar mais detalhadamente as dinâmicas do que faz as margens serem margens e serem móveis, assim como a presença do Estado na vida dos comerciantes do camelódromo.

Por fim, o estudo que realizei contribui antropologicamente para a compreensão do Estado para além de um ente racional e legível em suas práticas, como anunciavam teorias clássicas. Tal compreensão proporciona uma nova perspectiva acerca de sua estrutura e atuação, permitindo observar a margem como categoria composta por atores sociais que empregam sua agência na relação que estabelecem com o Estado. Ou seja, assim como Das & Poole (2008), pretendi contribuir à antropologia, e às ciências sociais em geral, no estudo dos limites de atuação do Estado e no modo pelo qual este ente é experienciado e formado em suas margens; além de perceber os modos de organização e formação local da margem em questão neste trabalho. Na prática, este estudo elucidou algumas negociações entre (i)legibilidades, ou seja, destaca pontos de divergência e convergência entre (i)legalidades que podem auxiliar o planejamento futuro de políticas públicas e legislações oficiais que melhor se ajustem à realidade dos comerciantes populares e mesmo à realidade do próprio Estado.

REFERÊNCIAS

BONETTI, Alinne; FLEISCHER, Soraya (Orgs.). *Entre saias justas e jogos de cintura*. Florianópolis: Editora Mulheres, 2007.

BRASIL. *Decreto nº 5244 de 14 de outubro de 2004*. Dispõe sobre a composição e funcionamento do Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9609.htm>. Acesso em: 20 out. 2014.

CENTRO POPULAR DE COMPRAS, s.d. Disponível em: <[lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/vivaocentro/default.php?p_secao=92](http://proweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/vivaocentro/default.php?p_secao=92)>. Acesso em: 03 set. 2014.

COMAROFF, Jean. *Ethnography on an Awkward Scale: Postcolonial Anthropology and the Violence of Abstraction*. In: *Ethnography*, v. 4, n. 2, 2003.

CUNEGATTO, Thais. *Etnografia na Rua da Praia: um estudo antropológico sobre cotidiano, memória e formas de sociabilidade no centro urbano porto-alegrense*. 138fls. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, Porto Alegre, 2009.

DAS, Veena. *Fronteiras, violência e o trabalho do tempo: alguns temas wittgensteinianos*. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 14, n. 40, jun., p. 31-42, 1999.

_____. *The Signature of the State: The paradox of legibility*. In: DAS, Veena & POOLE, Deborah. *Anthropology in the Margins of the State*. New Mexico: School of American Research Press, 2004.

_____; POOLE, Deborah. *El estado y sus márgenes: etnografías comparadas*. In: *Cuadernos de Antropología Social*, n. 27, UBA, 2008.

DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1996.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. *Etnografia: saberes e práticas*. In: *Revista Iluminuras*, v. 9, n. 21, 2008.

EVANS-PRITCHARD, Edward Evan. *Os Nuer: uma descrição dos modos de subsistência e das instituições políticas de um povo nilota*. São Paulo: Perspectiva, 2011.

FALK-MOORE, Sally. *Law and social change: the semi-autonomous social field as an appropriate subject of study*. *Law and Society Review*, n. 7, 1973.

FASSIN, Didier. “Vers une théorie des économies morales”. In: FASSIN, Didier & EIDELIMAN, Jean-Sébastien (Orgs.). *Économies Morales contemporaines*. Paris: La Découverte, 2012.

FONSECA, Claudia. *Família, fofoca e honra: etnografia das relações de gênero e violência em grupos populares*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2000.

FRANCO, Sérgio da Costa. *Porto Alegre e seu comércio*. Porto Alegre: Associação Comercial de Porto Alegre, 1983.

GEERTZ, Clifford. *O Saber Local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis: Vozes, 2006.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.

KOPPER, Moisés. Entre subjetividades econômicas e economias subjetivas: O camelódromo de Porto Alegre e as experiências do processo de transição. In: *Revista Iluminuras*, v. 12, n. 28, Porto Alegre, 2011.

_____. *De camelôs a lojistas: etnografia da transição do mercado de rua para um shopping popular em Porto Alegre-RS*. 196 fls. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, Porto Alegre, 2012.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. Confiança e sociabilidade. Uma análise aproximativa da relação entre medo e pertença. In: *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, v. 1, n. 2, p. 171-205, 2002.

LEFEBVRE, Henri. *La producion de l'espace*. Paris: Anthropos, 2000.

LEAL, Ondina Fachel; SOUZA, Rebeca Hannemann Vergara de. “Introdução”. In: _____. (Orgs.). *Do regime de propriedade intelectual: estudos antropológicos*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2010.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Os argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

_____. *Crime e costume na sociedade selvagem*. Brasília: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2003.

MARQUES, Juliana Rodrigues; CAVEDON, Neusa Rolita; SOILO, Andressa Nunes. Representações sociais e comércio popular: o caso do Shopping do Porto – Porto Alegre (RS). In: *Revista Confluências Culturais*, n. 1, v. 2, p. 47-58, 2013.

NADER, Laura. *The Life of the Law – Anthropological Projects*. Berkeley, University of California Press, 2002.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. *O trabalho do antropólogo*. Brasília: Paralelo Quinze/ São Paulo: Editora UNESP, 2000.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Os pobres da cidade: vida e trabalho -1880-1920*. Porto Alegre: Edufrgs, 1994.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. *A Garantia “soy yo”*: Etnografia das práticas comerciais entre camelôs e sacoleiros nas cidades de Porto Alegre (Brasil) e Ciudad del Este (Paraguai). 143 fls. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, Porto Alegre, 2004.

_____. China-Paraguai-Brasil: Uma rota para pensar a economia informal. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 67, 2008.

_____. *Made in China*: produção e circulação de mercadorias no circuito China-Paraguai-Brasil. Tese - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

_____. A rua como estilo de vida: práticas cotidianas na ocupação do centro de Porto Alegre por camelôs. *Illuminuras: etnografias nas Ruas*, n. 62. Porto Alegre: Banco de Imagens e Efeitos Visuais, PPGAS/UFRGS, 2004b, p.1-39. Disponível em: <http://www.iluminuras.ufrgs.br/apresenta-revista.php?cod_rev=33>. Acesso em: 14 dez. 2011.

_____. Monalisa Made in China: refletindo sobre cópia e propriedade intelectual na sociedade chinesa a partir do caso de Dafen. In: *Proa: Revista de Antropologia e Arte*, v. 1, p. 2, 2012.

POP CENTER. Disponível em: <<http://www.popcenterportoalegre.com.br/?pagina=sobre>> Acesso em: 13, set, 2014.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. *Viva o Centro*. Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/vivaocentro/default.php?p_secao=133> Acesso em: 7 dez. 2014.

RABOSSI, Fernando. *Nas ruas de Ciudad del Este*. 334 fls. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Museu Nacional – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Conheça a Receita Federal do Brasil. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/srf/conhecacrfb.htm>>. Acesso em: 02 set. 2014.

RIBEIRO, Gustavo Lins. A globalização popular e o sistema mundial não-hegemônico. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 25, p. 21-38, 2010.

_____. *Do nacional ao global: uma trajetória*. Brasília: Departamento de Antropologia, Universidade de Brasília (UnB), 2008.

SCALCO, Lucia Mury. Camelódromo: a repercussão do regime transnacional de propriedade intelectual em nível local. In: *Do regime de propriedade intelectual: estudos antropológicos*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2010.

SCOTT, James. *Seeing like State: how certain schemes to improve the human condition have failed*. Nova Haven: Yale University Press, 1998.

_____. *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*. New Haven: Yale University Press, 1985.

SOILO, Andressa Nunes. *Comércio popular: sociabilidades, identidades e legalidades a partir de um estudo etnográfico do “Pop Center” em Porto Alegre/RS*. Monografia (Graduação em Ciências Sociais), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. *O Discurso e o Poder: Ensaio Sobre a Sociologia da Retórica Jurídica*. Porto Alegre: Sérgio Fabris Editor, 1988.

WAGNER, Roy. *A invenção da cultura*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WEBER, Florence. A entrevista, a pesquisa e o íntimo, ou por que censurar seu diário de campo? In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v. 15, n. 32, 2009.