

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Rafael Rocha Cardozo

Trabalho de Conclusão de Curso

CAMELÔS E A NOVA CONFIGURAÇÃO SOCIO-ESPACIAL:
O CENTRO POPULAR DE COMPRAS

Porto Alegre, 2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Rafael Rocha Cardozo

Trabalho de Conclusão de Curso

CAMELÔS E A NOVA CONFIGURAÇÃO SOCIO-ESPACIAL:
O CENTRO POPULAR DE COMPRAS

Trabalho de Conclusão de Curso
de Graduação em Ciência Sociais
na Universidade Federal do Rio
Grande do Sul

Prof. Dr. Arlei Sander Damo
Orientador

Porto Alegre, 2012

RESUMO

Esta pesquisa analisa a reconfiguração sócio-espacial vivenciada pelos comerciantes transferidos da rua para o Centro Popular de Compras de Porto Alegre/RS. O espaço foi construído através de uma Parceria Público Privada (PPP) e faz parte do projeto de revitalização do centro da capital. O trabalho segue um protocolo qualitativo, no qual busca-se privilegiar como método a etnografia, utilizando a observação participante e entrevistas como principais recursos metodológicos. Com o objetivo de abrigar 800 comerciantes, o “camelódromo”, como é chamado popularmente, reorganiza o universo dos ex-camelôs, tanto em sua configuração espacial, quanto social, imprimindo novas estruturas, até certo ponto, estranhas a estes sujeitos. Atualmente, após o período inicial repleto de conflitos entre administração e comerciantes, o shopping popular passou a se constituir como empreendimento de sucesso econômico, tanto para a empresa responsável pela administração, quanto para os comerciantes que conseguem se manter no local. As estratégias e arranjos que são encontrados pelos comerciantes para exercer suas atividades no novo contexto mesclam características atribuídas ao novo lojista (categoria incentivada pela administração do shopping popular) e ao antigo camelô (categoria extinta das ruas), identidades que estão em constante negociação.

Palavras-chave: camelódromo, camelô, lojista, identidade profissional, Porto Alegre.

SUMÁRIO

RESUMO	3
INTRODUÇÃO	5
1. O CAMELÓDROMO E SUAS NOVAS CONFIGURAÇÕES	8
1.1 Objetivos	10
1.2 Metodologia.....	11
1.3 Justificativa	11
2. CONTEXTO SOCIAL	13
2.1 Histórico da construção do Centro Popular de Compras	16
2.2 Sobre o Bloco A.....	23
3. RE-CONFIGURAÇÃO ESPACIAL	26
3.1 Remanejamento humano.....	28
4. RE-CONFIGURAÇÃO SOCIAL.....	31
4.1 Identidade e <i>Habitus</i>	33
5. CASOS.....	39
5.1 O caso de Rejane.....	39
5.2 O caso de Jeni.....	42
5.3 O caso de Pedro.....	43
5.4 O caso de João.....	45
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	50

INTRODUÇÃO

A construção do Centro Popular de Compras (CPC), no centro de Porto Alegre/RS, trouxe diversas mudanças ao universo dos camelôs transferidos para o local. Estes comerciantes ocupavam a região central do município há décadas e tiveram de se adaptar ao novo espaço, aceitando as condições impostas pela empresa responsável pela administração e pelo poder público. Esta pesquisa se concentra na análise da nova configuração que se estabelece com a transferência destes comerciantes para dentro do CPC, abordando, entre outras questões, a adaptação à nova realidade, a percepção de si e do grupo, as mudanças no *modus operandi*, formas de organização e de interação entre seus pares e com os clientes.

Na tentativa de compreender a realidade examinada, faço uso do arcabouço teórico apresentado por Elias (1999) referente à configuração social, fruto da interação entre indivíduos, interpenetração de suas ações e dos diversos jogos articulados em diferentes níveis pelos atores sociais. Além disso, procuro refletir sobre as possíveis mudanças nas identidades do sujeito-objeto, carregadas de características próprias do grupo em questão (PINHEIRO-MACHADO, 2004). Estas características são tratadas como *habitus* compartilhado, que, como nos mostra Elias (1994), no caso de uma reconfiguração social e espacial, não muda rapidamente, pelo contrário, precisa de tempo para adaptação à nova configuração. A reconfiguração social, no caso analisado, se dá a partir de uma reestruturação espacial que ocorre no momento em que é construído o CPC. A adaptação ao novo modelo, imposto pelo empreendimento construído a partir de uma parceria público privada, se mostra, enquanto processo, inacabada.

Busco inserir neste trabalho o ponto de vista dos próprios comerciantes como uma forma de expressar objetivamente os elementos empíricos e as questões simbólicas que permeiam a realidade destes indivíduos. Como afirma Geertz (1995), “O mundo é aquilo que uma pessoa bem desperta e sem nenhuma complicação

acha que é (...). Não é preciso, e mais, é um erro fatal, negar a obviedade do óbvio.” (p.135). Por isso, e pelas experiências em campo, acredito que ninguém melhor do que o próprio comerciante para relatar aquilo que é vivenciado cotidianamente. Qualquer interpretação antropológica, mesmo que tentando dar sentido aos fatos analisados a partir de teias de significados que se pretendam próprias da cultura do grupo estudado, será sempre uma interpretação antropológica, passível de erros interpretativos.

O primeiro capítulo tem o intuito de introduzir algumas questões empíricas e teóricas que considero importantes para a reflexão sobre a transição dos comerciantes para o CPC, e que auxiliam na construção de um problema de pesquisa. Além disso, nas subseções deste capítulo, estão expostos os objetivos e a metodologia utilizada, bem como argumentos que buscam justificar esta pesquisa.

No segundo capítulo busco contextualizar o CPC, apresentando as principais características do empreendimento em uma breve descrição do local. Apresento também um histórico sobre o processo de construção do prédio, desde sua aprovação na Câmara Municipal de Porto Alegre em 2005, até a inauguração do CPC em fevereiro de 2009. Ainda neste capítulo, apresento algumas características do bloco A, espaço analisado com maior ênfase neste trabalho.

O terceiro capítulo consiste em apresentar uma das formas como a transferência dos camelôs afeta a realidade destes indivíduos. Para isso, tento demonstrar como a reconfiguração espacial reorganiza o universo destes comerciantes, interferindo em suas atividades, impondo horários e limites, ao mesmo tempo em que permite novos arranjos e parcerias. No final deste capítulo trago uma reflexão sobre o remanejamento humano e a forma como ele afetou os camelôs do centro da capital.

O quarto capítulo faz uma análise do processo de reconfiguração social pelo qual passam os ex-camelôs. Neste processo, novas regras são impostas obrigando os comerciantes a incorporarem estratégias, até certo ponto desconhecidas (próprias deste novo “jogo” dentro do CPC) mescladas a antigas ferramentas incorporadas na rua. A possibilidade de ser lojista sem deixar de ser camelô é discutida na subseção deste capítulo, onde procuro refletir sobre os conceitos de *habitus* e identidade.

No quinto e último capítulo apresento alguns estudos de casos com o intuito de ilustrar e retomar as discussões sobre o universo empírico e teórico, agora

associadas a casos concretos. Para isso sigo descrevendo os casos de Rejane, Jeni, Pedro e João, todos comerciantes do bloco A.

1. O CAMELÓDROMO E SUAS NOVAS CONFIGURAÇÕES

Os camelôs desenvolviam suas atividades na rua baseados em estratégias singulares (abordando possíveis clientes de forma ostensiva; criando uma relação informal com o consumidor; expondo suas mercadorias em pleno passeio público; enfrentando diariamente as intempéries e a insegurança da rua; utilizando a sazonalidade e condições imprevistas, como a chuva, para comercializar produtos que, segundo os próprios camelôs, estivessem “saindo” mais; etc.), uma série de ferramentas, mescladas com o improviso cotidiano, que compunham o ofício de comerciantes de rua. Além disso, estes comerciantes constituíam, segundo Pinheiro-Machado (2004), redes de relacionamento baseadas na amizade, na familiaridade e no companheirismo cotidiano, além de uma identidade reivindicada historicamente, definida em oposição aos comerciantes/lojistas estabilizados e aos ambulantes (caixinhas).

Mesmo com a transição para dentro do CPC, muitos comerciantes ainda trazem uma bagagem simbólica do período em que trabalhavam nas ruas. Possivelmente ao entrar no Shopping do Porto se tenha a impressão de que as estratégias de venda dentro do prédio se mantenham as mesmas da época da rua. Isso realmente ocorre com alguns comerciantes no que tange o relacionamento com o cliente, a forma de expor as mercadorias, o tipo de mercadoria comercializada, etc. Porém, o Camelódromo como novo espaço físico e social (BOURDIEU, 2005) carregado de significados, tende a imprimir padrões que eram, até certo ponto, desconhecidos pelos camelôs e que alteram sua realidade como um todo, re-significando seu trabalho e, em muitos casos, suas identidades. O novo espaço altera o “*modus operandi*” dos indivíduos. Se isso é menos visível no ato da venda, é percebido facilmente na disposição das bancas, no relato de alguns comerciantes sobre suas novas responsabilidades, necessidade de organização e planejamento, referindo-se a si como lojista e ao custo que isso representa.

A partir das experiências em campo pude perceber a força com que os aspectos objetivos (movimento, volume de vendas, lucro, despesas, montagem de barraca, localização, etc.) ordenam e estruturam o universo destes comerciantes. Por outro lado, os aspectos simbólicos abstraídos dos discursos sobre si, que em muitos casos se repetem, foram essenciais no entendimento do que significa para o próprio comerciante ser camelô ou lojista. Nas falas dos comerciantes é possível perceber os atos de pertencimento que dão suporte ao que Dubar (2005) chamou de *identidade predicativa de si*. Para este autor a identidade é fruto da articulação entre dois processos identitários heterogêneos: atos de atribuição (identidade para o outro); e atos de pertencimento (identidade para si). Em ambos os casos, são utilizadas categorias socialmente disponíveis para a identificação dos indivíduos. No caso destes comerciantes, quando instigados a falar de suas identidades, estas categorias podem fazer parte tanto do léxico da rua quanto do CPC.

No que diz respeito às características espaciais do camelódromo, o projeto foi concebido originalmente para abrigar 800 camelôs em dois blocos, o bloco A e o bloco B. Além da divisão estrutural, a substantiva diferença no número de clientes que visitam os dois blocos e a forma como foram distribuídas as bancas, concentrando comerciantes da Associação Feira da Rua da Praia (ASFERAP), Praça Osvaldo Cruz, Andradas, Caldas Júnior e outros locais no bloco B, enquanto o bloco A abriga majoritariamente comerciantes da Praça XV de Novembro, Rua José Montauray e Vigário José Inácio, são características que acentuam as diferenças entre os dois blocos. Tais características ajudam a constituir diferentes identidades e práticas por parte dos comerciantes.

Não se trata aqui de tentar buscar uma explicação para o sucesso de um bloco em detrimento do outro, mas sim, ao delimitar o objeto de análise, busco refletir sobre questões referentes à configuração social e espacial presente no bloco A, inclusive no que diz respeito à identidade dos comerciantes deste bloco em uma relação de alteridade com os comerciantes do bloco vizinho.

Deste modo o problema de pesquisa consiste no seguinte questionamento:

Como se processou a transição de camelô a lojista para o comerciante do bloco A?

Outras questões são levantadas a título de aproximação do objeto de pesquisa. São elas:

Como o comerciante do bloco A se percebe dentro do Shopping do Porto, e o que significa para ele ser um “lojista”? Como eles narram este processo? Quais são os aspectos mais destacados nas narrativas? Quais as mudanças de ordem subjetiva acarretadas pela mudança objetiva? Quais os elementos principais a partir dos quais esses novos comerciantes constroem sua identidade profissional?

1.1 Objetivos

Pretende-se, através deste estudo, mostrar as tensões decorrentes do processo de deslocamento dos camelôs da rua para o edifício. Este processo, do modo como foi realizado, confronta um certo ponto de vista veiculado pelo projeto de construção do CPC, no discurso do poder público e da mídia, de que a nova realidade transformaria o camelô em lojista. Apesar da impossibilidade de generalizações, o que se propõe é que se situe as novas identidades que surgem neste processo. Ao remanejar os grupos de camelôs, estes não se transformaram em lojistas automaticamente. Por outro lado, as mudanças percebidas no campo não podem ser ignoradas ou reduzidas a uma simples troca de local de trabalho. Em uma perspectiva mais ampla, pretende-se analisar como o remanejamento dos camelôs influencia na configuração social deste grupo.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a reconfiguração sócio-espacial, na qual estes comerciantes estão inseridos, e a influência desta reconfiguração na identidade destes indivíduos. Para fins de aproximação busco verificar como, no caso do CPC, a nova estrutura¹ influencia no modo de agir, na identidade e nas redes de relacionamento, se e como os indivíduos percebem esta influência, e o que significa para eles ser camelô/lojista.

Dentre os objetivos específicos estão: descobrir que aspectos contribuem para caracterizar os indivíduos como lojistas ou camelôs, perceber os reflexos do novo modelo de organização e do remanejamento humano, verificar como o ex-camelô percebe os aspectos positivos e negativos do shopping e em que sentido sua atividade atual difere ou não da antiga.

¹ Percebe-se que ao controlar espaço, tempo, estipular regras, cobrar o aluguel e gerir serviços dentro do Camelódromo, a empresa responsável pela administração influencia na configuração existente ali. A disciplina, e o controle do tempo e do espaço, assim como as punições no CPC remetem às instituições totais relatadas por Foucault em Vigiar e Punir: Nascimento da prisão (1987).

Longe de buscar o esgotamento do objeto, este trabalho tem o intuito de explorar uma realidade ainda bastante nova, usando uma das ferramentas possíveis para interpretação desta. Em outras palavras, pretende-se que esta pesquisa se constitua em um passo em direção à compreensão do impacto da construção do CPC na realidade dos antigos camelôs, e da configuração social no camelódromo.

1.2 Metodologia

Esta pesquisa segue um protocolo qualitativo, centrado na observação participante e na realização de entrevistas abertas e semiestruturadas. A inserção no campo ocorreu em diferentes períodos, desde a inauguração do CPC em fevereiro de 2009, a agosto de 2011, o que proporcionou uma percepção das mudanças ocorridas neste período.

A metodologia diz respeito à lógica interna da investigação, ao tipo de abordagem utilizada para se chegar à compreensão de um determinado fenômeno, “às potencialidades e limitações dos métodos de pesquisa.” (BAQUERO, 2009). Neste sentido, o protocolo qualitativo ofereceu ferramentas para verificar em detalhes características e fenômenos percebidos empiricamente, que busco analisar através das teorias aqui utilizadas.

Inicialmente se tinha o intuito de realizar a aplicação de questionários aos comerciantes, dando à pesquisa subsídios quantitativos para um mapeamento de dados relativos à renda, custos, bancas alugadas, etc., o que não foi autorizado pela administração do camelódromo. Outra dificuldade encontrada foi a de realizar entrevistas com responsáveis pela administração. Entende-se que seria importante a realização de um *survey* a fim de criar um banco de dados, onde as informações estariam detalhadas e catalogadas de forma quantitativa. Talvez a continuação desta pesquisa, ou a realização de outras, possa cumprir este papel.

1.3 Justificativa

Esta pesquisa se justifica pela percepção das dificuldades e dos conflitos acerca da implementação do novo modelo de camelódromo. Parece necessária a realização de uma análise antropológica para, quem sabe, elucidar questões que ainda estão latentes, como o descompasso entre a expectativa dos camelôs e aquilo

que ocorreu na realidade, os aspectos positivos e aquilo que deve ser evitado em experiências semelhantes futuras, além daquilo que considero principal neste trabalho, que é o registro exploratório da nova realidade.

Os conflitos vivenciados dia a dia no meio urbano constituem um objeto significativo da sociologia e da antropologia. Embora as questões levantadas nesta pesquisa, referentes ao trabalho informal, sejam vistas em outros contextos (CARRIERI, MARANHÃO e MURTA, 2009) vale considerar a realidade local como fator importante na configuração dos eventos aqui trabalhados. Sendo assim o fato em si: *construção de um edifício para alocar os camelôs transferidos das ruas*, é algo novo e que reorganiza importantes questões no universo urbano, o que a meu ver torna válida esta pesquisa.

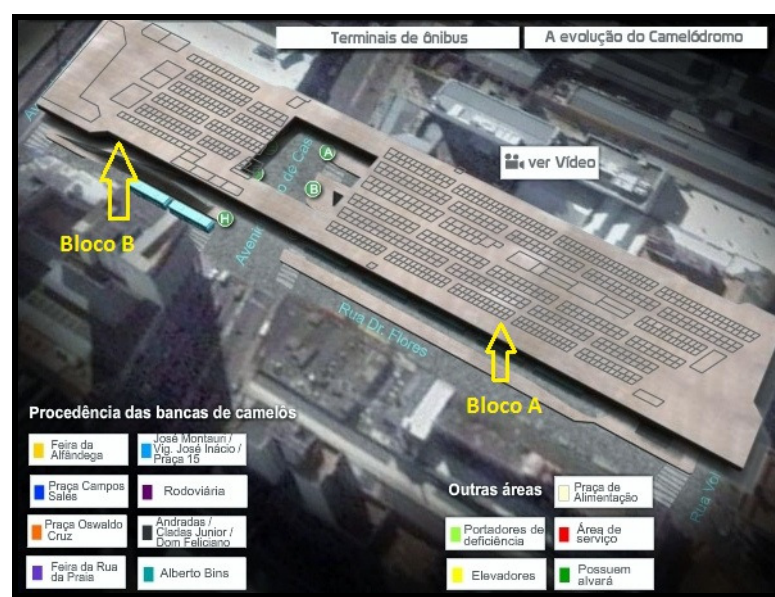
Outra questão importante a ser levantada é a mudança que ocorre na paisagem urbana. A “limpeza” da região central proposta pelo poder público através do projeto Viva o Centro está sendo posto em prática, por outro lado, uma parcela de trabalhadores que já constituía uma unidade em termos objetivos e simbólicos há, aproximadamente, duas décadas foi prejudicada ao ser remanejada. Pensando nisso, considero que as especificidades percebidas neste trabalho podem servir a futuras pesquisas que abordem questões como planejamento urbano e o manejo humano.

Com base no que foi dito a cima, penso que a construção do camelódromo tende a alterar a realidade do comerciante popular, interferindo (mesmo que de forma heterogênea) na configuração social, e até mesmo em sua identidade, a partir da reorganização dentro do CPC, fruto de uma Parceria Público-Privada (PPP). Porém, como pretendo mostrar nas próximas páginas, as mudanças não se dão de forma radical e unidirecional. Cabe investigar em que proporção e em que sentido se dá esta reconfiguração dentro do CPC.

2. CONTEXTO SOCIAL

Nesta seção pretendo descrever o objeto analisado, expondo alguns detalhes sobre a obra e os comerciantes ali instalados na tentativa de familiarizar o leitor com o universo estudado. Para isso, trago algumas informações que considero importantes sobre o empreendimento, além de um breve histórico sobre sua construção e a transferência dos camelôs da rua para o edifício. Para finalizar, trago algumas reflexões sobre o comerciante do bloco A, grupo que constitui o objeto deste trabalho.

O Centro Popular de Compras, hoje denominado Shopping do Porto, localiza-se no centro de Porto Alegre, na Praça Rui Barbosa. Com um total de 20 mil metros quadrados de área construída o empreendimento se estende da Rua Voluntários da Pátria até a Avenida Mauá, sobre diversos terminais de ônibus que atendem a bairros de Porto Alegre (terminais sob o bloco A) e ligam a capital a cidades da região metropolitana (terminais sob o bloco B).



A ilustração a cima mostra a localização do CPC, entre a Rua Voluntários da Pátria e Av. Mauá. É possível visualizar também a forma como as bancas estão distribuídas, além da divisão entre o bloco A e o bloco B. Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br>, acessado em 3/04/2011.

O local foi construído pela Verdi Construções S.A, através de licitação, em parceria com a prefeitura de Porto Alegre. O custo total foi de 25 milhões de reais, e tem como garantia os recebíveis semanais advindos dos alugueis das bancas. A empresa responsável pela obra assumiu também a administração do shopping pelos próximos vinte e cinco anos, prorrogáveis por mais dez.

Ao entrarmos no CPC, subindo as escadas que dão acesso ao segundo andar, pela entrada principal, nos deparamos com longos corredores onde centenas de bancas estão dispostas lado a lado, praticamente sem intervalos entre uma e outra. Vistos de uma certa distância, estes corredores dão a impressão de grandes mosaicos em profundidade, onde as mais diversas cores e formas contrastam com o cinza das placas de concreto pré-fabricadas com as quais o empreendimento foi construído. Caminhando pelos corredores fica bastante evidente a preocupação constante que cada comerciante tem em chamar a atenção dos frequentadores do local para sua loja. Em um local de grande concentração de bancas como o CPC, diferenciar-se é essencial para o bom andamento do negócio, por isso muitos comerciantes fazem uso de manequins, balcões expositores, faixas e luzes, como parte desta estratégia. Inicialmente o box (módulo destinado a cada comerciante) restringia a poucos metros quadrados o espaço que se tinha para exposição das mercadorias, porém, com o passar do tempo houve adaptações no espaço e na organização das mercadorias. Alguns comerciantes passaram a modificar suas bancas, desmanchando divisórias, unindo outros boxes, criando galerias que unem um corredor ao outro, transformando os espaços de convivência e o trânsito dentro do CPC. Segundo Edinaldo, gerente do empreendimento, os novos arranjos são frutos de acordos feitos entre os comerciantes, já que, para a administração, continuam sendo contabilizadas 800 bancas (conforme o projeto original), destas, 600 estariam dispostas no bloco A e 200 no bloco B.

Quem anda pelos corredores do camelódromo percebe rapidamente que se trata de um espaço diferente de shoppings e galerias convencionais, é questionado todo o tempo sobre a mercadoria que está buscando, e pode ver desde lojas que mantêm as características originais dos boxes delimitados por telas (gaiolas, como chamavam os comerciantes), até aquelas onde houve uma completa mudança em sua estrutura. Existem algumas lojas (relativamente grandes) ocupando o espaço de vários boxes, com dois ou mais comerciantes, onde as mercadorias são expostas em estantes, vitrinas e cabides; onde o chão e as paredes

geralmente são diferentes do concreto e das grades, e possuem até mesmo provador para os clientes. Ao lado, vemos outros tipos de organização, lojas onde o comerciante realiza a venda muitas vezes chamando o cliente nos corredores, ou apenas esperando dentro da banca, onde as mercadorias, penduradas em todo o espaço disponível, dificultam a percepção de que há alguém em meio àquele aglomerado de bolsas, bonés, roupas, brinquedos, eletrônicos, etc.

Dentro do CPC existem diversos estabelecimentos além das bancas dos antigos comerciantes de rua. Há, nos fundos do bloco B, uma praça de alimentação onde estão instaladas algumas lanchonetes, um salão de beleza, uma casa lotérica e algumas lojas de roupas e de eletrônicos que fogem um pouco dos padrões do camelódromo por seus formatos e tamanhos (estas, ao contrário das outras, não estão limitadas por boxes, mas ocupam vagas que foram criados com o intuito de abrigar mais lanchonetes e outros prestadores de serviços). Ainda no bloco B, em uma das laterais há outra praça de alimentação, menor, mas que geralmente está bastante movimentada e que se estende até o início da passarela que cruza sobre a Av. Júlio de Castilhos, ligando os blocos A e B. Na entrada do bloco A também existem algumas lojas que fogem aos padrões do empreendimento (uma operadora de telefonia, uma loja de artigos para motociclistas e uma ótica).

No terceiro andar estão localizados os banheiros exclusivos para comerciantes e também os públicos (estes só podem ser usados mediante pagamento de uma taxa), um restaurante, a sala da administração do CPC, uma série de salas comerciais vagas e um estacionamento coberto, cuja construção não fazia parte do projeto inicial, sendo incorporada com o passar do tempo (KOPPER, 2012).

A construção de um camelódromo era uma reivindicação antiga dos camelôs. No município de Porto Alegre, a partir de 1989, já havia um cadastro de camelôs regulares junto à prefeitura² (PINHEIRO-MACHADO, 2004), porém, com a

² Em 1989, a Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Indústria e Comércio (SMIC), cadastrou grande parte dos comerciantes de rua existentes na região central de Porto Alegre e criou – na tentativa de resolver um problema histórico – o *Camelódromo da Praça XV de Novembro*. Essa regulamentação obedecia aos seguintes critérios: os vendedores deveriam comercializar mercadorias lícitas e deveriam estar exercendo sua atividade na rua há bastante tempo, dando preferência àqueles cujos pais também tivessem sido camelôs. Foram cadastrados e regularizados 420 comerciantes de rua. Nesse processo de “legalização”, os comerciantes regulares solicitaram à Secretaria Municipal que fossem chamados de *camelôs* e que o local onde passaram a estabelecer pontos fixos fosse reconhecido como *camelódromo da Praça XV de Novembro*. (PINHEIRO-MACHADO, 2004)

construção do CPC e a necessidade de re-alocar os camelôs que trabalhavam na rua, houve a ampliação deste cadastro, já que o funcionamento dentro do novo empreendimento depende do alvará de funcionamento concedido pela Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC). Além disso, a regulamentação de atividades informais vem sendo estimulada pelo governo através de medidas como a lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que busca “*facilitar a constituição de novos empreendimentos, com a instituição de regime especial e unificado de arrecadação de tributos (Simples Nacional)...*” (PEREIRA, 2011).

2.1 Histórico da construção do Centro Popular de Compras

Embora o trabalho informal não seja algo exclusivo da atualidade, para fins de aproximação do objeto de pesquisa, considero necessário retomar algumas informações importantes, usando como recorte temporal as décadas de 1980 e 1990, período em que se consolidou, em Porto Alegre, o setor informal.

A recessão vivida na década de 1980 obrigou grande parcela da população a deixar de lado ideia de conquistar ou manter-se em um emprego formal. O trabalho informal foi a alternativa encontrada por grande parte dos trabalhadores, devido a fatores, como a deterioração das condições de trabalho apontadas pela desvalorização do salário mínimo e considerável diminuição na contribuição para Previdência Social, enfraquecimento da capacidade do Estado de gerar políticas públicas direcionadas aos trabalhadores, e também ao baixo investimento para ingressar na informalidade, e capacidade do setor informal de conviver com seu oposto (SIEDE, 1994).

Neste contexto, a camelotagem no centro de Porto Alegre cresceu. Em 1989, os vendedores ambulantes mais antigos foram cadastrados pela Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. A partir daí os camelôs adquiriram o status de comerciantes regularizados junto à prefeitura e o direito a alguns pontos fixos para montagem de suas bancas. A Prefeitura Municipal constituiu, assim, aquilo que se chamou na época de camelódromo da Praça XV.

Porém, se antes sofriam discriminação em função de serem vendedores ambulantes e “desempregados”, após a regularização (o que por sinal não acabou com a discriminação), os camelôs passam a construir e reivindicar uma identidade própria, desvinculada daquela de vendedores ambulantes (pelo menos para os

próprios camelôs) e em oposição ao *outro* ilegal ou mesmo a comerciantes dos estabelecimentos vizinhos, fortalecendo seu status de trabalhador regulamentado (PINHEIRO-MACHADO, 2004).

Durante a década de 90 estas características se acentuaram. Associado a isso, o crescimento da informalidade pode ser considerado fruto da “*má performance macroeconômica da América Latina*” ou ainda “*reflexo da rápida internacionalização da economia*”, conforme NORONHA (2003). A informalidade nas relações de trabalho mostrou-se, então, uma alternativa às possibilidades apresentadas pelo mercado de trabalho (SIEDE, 1994).

Durante anos os conflitos (incluindo embates físicos) com fiscais e com a brigada militar, fizeram parte da realidade dos camelôs. Como a ocupação da área central e a comercialização de produtos por preços menores do que as lojas não eram bem vistos pelo poder público, tão pouco pelos demais comerciantes do centro da cidade, a imprensa não fazia questão de distinguir camelôs regulamentados dos ambulantes. Deste modo os camelôs continuavam criminalizados nos meios de comunicação e no imaginário da população.

O projeto de criação do Centro Popular de Compras foi aprovado na Câmara Municipal de Porto Alegre em 20 de dezembro de 2005. Segundo matéria publicada no jornal Zero Hora em 22 de dezembro de 2005, e notícia do site da Prefeitura Municipal, a aprovação foi unânime, os 33 vereadores votaram a favor do comércio vertical no centro. A obra seria uma Parceria público-privada (PPP) e deveria abrigar 800 camelôs cadastrados pela SMIC, cada camelô em um box de aproximadamente 4m² com pontos luz, água, esgoto e telefone. O custo total da obra foi orçado em 12 milhões de reais, que seriam ressarcidos através do aluguel cobrado dos comerciantes (em torno de 300 reais por mês). Em 23 de janeiro de 2007 o projeto foi aprovado pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Urbano e Ambiental (CMDUA), e o edital de construção e concessão do CPC publicado no dia 8 de fevereiro.

A Verdi Construções, empresa vencedora do processo licitatório, foi a única a cumprir a previsão do edital de que, semanalmente, o valor cobrado dos comerciantes não deveria ser superior a R\$ 23,75 por metro quadrado (além de ser a única empresa, considerada habilitada, a entrar na disputa), e foi anunciada pela prefeitura como escolhida para construção do empreendimento em três de abril de 2007.

Durante a construção do prédio foram realizadas cinco reuniões entre os camelôs e representantes da SMIC, incluindo o Secretário Idenir Cecchin. A primeira delas ocorreu no dia 27 de junho de 2007, e contou com a presença dos camelôs da praça XV de Novembro e da Rua José Montaurí. Em 23 de agosto foi realizada outra reunião, agora com os camelôs da Rua da Praia e arredores. Durante as reuniões os camelôs foram cadastrados e receberam suas credenciais de comerciantes populares, estando, assim, habilitados para se instalarem no CPC. Além disso, foi apresentado o projeto do empreendimento e esclarecidas dúvidas sobre infraestrutura, valor do aluguel, etc. Os primeiros a serem chamados para ocupar o CPC, obedecendo ao critério de antiguidade, foram os camelôs da Praça XV de Novembro, Rua José Montaurí e Vigário José Inácio, que se instalaram no bloco A³. Somente depois é que os comerciantes da ASFERAP foram convocados, instalando-se, em sua maioria no bloco B⁴.

Em setembro de 2008, segundo notícias do site da Zero Hora, quase a totalidade das 800 bancas já estava destinada aos camelôs que assinaram contrato de locação e solicitaram à SMIC o licenciamento.

As obras de construção do CPC iniciaram em 17 de setembro de 2007 e, embora estivessem programadas para terminar após oito meses, se estenderam até fevereiro de 2009, data da inauguração. A construção do camelódromo, associada à retirada de um grande número de comerciantes das ruas, repercutiu de tal modo que acabou sendo usada na campanha que levou à reeleição de José Fogaça (PMDB) como prefeito em 2008 (KOPPER, 2012), mesmo antes que o projeto estivesse finalizado.

Após a transferência dos camelôs para o edifício, notícias como *"Inauguração do Camelódromo muda imagem do centro de Porto Alegre"*⁵, tiveram destaque nos meios de comunicação. Principalmente por que junto com a

³ Foi priorizada a escolha de 56 bancas localizadas no bloco A, cujos titulares eram deficientes visuais. O restante das vagas foi negociado em reuniões entre camelôs (ou representantes) e agentes da SMIC.

⁴ Conforme relata Kopper (2012), o processo de definição da forma como seria feita a distribuição das bancas foi marcado por tensões e conflitos de interesses. Com a adoção do critério de antiguidade, os comerciantes da ASFERAP, que queriam o sorteio aberto a todos os camelôs, acabaram sendo prejudicados, tendo em vista sua história mais recente em relação aos camelôs da Praça XV. A ASFERAP, representada por Juliano Fripp, ainda chegou a recorrer à justiça, mas acabaram tendo de ceder e se instalar no bloco B.

⁵ Extraído do site <http://zerohora.clicrbs.com.br>, acessado em 05/06/2012.

construção do CPC entrou em vigor a Lei 10.605, de 29 de dezembro de 2008 que proíbe o comércio nas ruas do centro de Porto Alegre, permitindo aos camelôs exercerem suas atividades apenas em espaço definido mediante contrato. Os comerciantes passaram a pagar, além do condomínio (em torno de R\$ 78,00 p/mês), um aluguel que varia, conforme o tamanho do box, de 80 a 100,00 reais por semana a título de amortização da dívida contraída.

Atualmente o Shopping do Porto apresenta diversos arranjos espaciais que modificaram o modelo original. Alguns comerciantes transformaram duas ou mais bancas em apenas uma loja, o que é aceito e até mesmo incentivado pela administração, que percebe estas estratégias como ações que contribuem para a transformação dos camelôs em lojistas.



Na imagem podemos ver a junção de quatro módulos formando uma loja, localizada no bloco A.
Fonte: <http://www.shoppingdoporto.com.br>, acessado em 2/07/2012.

A retirada destes comerciantes das ruas, ou de locais de grande concentração como a Praça XV e a Rua da Praia, promove uma “limpeza” nas ruas, e no caso específico do centro da cidade, sua revitalização⁶.

Os novos comerciantes populares participaram de treinamentos oferecidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

⁶ De acordo com o site do Shopping do Porto, o local foi construído com o objetivo de “tirar das ruas os ambulantes conhecidos como camelôs e lhes conceder um lugar com toda a infra-estrutura necessária para a prática do comércio e desenvolvimento do empreendedorismo” (Fonte: <<http://www.shoppingdoporto.com.br>> consulta feita em 5/06/2012).

(SEBRAE) e pela SMIC, além de palestras motivacionais e curso de capacitação, oferecido pela Associação dos Dirigentes de Marketing e Venda do Brasil (ADVBR), em parceria com a Prefeitura Municipal. Estas medidas, associadas, em alguma medida, à afirmação por parte da administração de que agora o camelô deveria atuar como lojista ou microempresário, acabaram se refletindo nos discursos de alguns comerciantes.

A adaptação à nova realidade fez com que os ex-camelôs enfrentassem algumas dificuldades, principalmente no período transcorrido logo após a transferência. Alguns comerciantes foram flagrados com artigos cuja venda é proibida e tiveram suas bancas fechadas. Outros não planejaram sua mudança (ou não faziam ideia do que os aguardava) e não pouparam recursos para este período de transição, o que gerou muitos casos de inadimplência e alguns despejos. Aliado a tudo isso, a novidade do comércio vertical fez com que a população, inclusive os antigos clientes dos camelôs, demorasse a buscar no CPC uma alternativa para suas compras, visto que muito do que se comercializava na rua era a chamada “venda de ocasião”.



Em 2009, primeiro ano de CPC, era comum encontrarmos bancas que reproduziam a forma como se trabalhava na rua. A imagem a cima mostra a parede interna de um dos módulos do bloco B. Fonte: acervo de pesquisa, setembro de 2009.

Andando pelos corredores, mesmo no bloco A, era possível notar muitas portas fechadas, algumas em função da falta de pagamento do aluguel, outras em função da fiscalização. Ainda em 2009, em uma visita ao CPC, encontrei um comerciante que havia tido sua loja fechada recentemente por ter sido flagrado

vendendo CDs e DVDs piratas. Quando questionei sobre a situação, me respondeu em tom irônico:

“Pra mim vale mais a pena trabalhar com as portas fechadas do que com as portas abertas, eu ganho mais dinheiro assim (...) é que meu dinheiro não vem dali né (se referindo a banca com a porta fechada) o dinheiro mesmo vem daqui.” (mostrando os cd’s e dvd’s piratas). (vendedor de eletrônicos).

Quando o entrevistado, que não quis se identificar, fala sobre *“trabalhar com as portas fechadas”* se percebe o quanto o trabalho informal se constitui na nossa realidade como parte do mercado que se mantém (a margem das regras estabelecidas) em função da demanda, da produção e da distribuição de produtos piratas. É importante ressaltar que esta entrevista foi feita logo depois da inauguração do Shopping em 2009, quando a fiscalização ainda não era tão efetiva, e nem mesmo os próprios comerciantes denunciavam a venda destes produtos ali. Hoje em dia esta prática é menos frequente dentro do CPC, mas este tipo de mercadoria continua sendo comercializado pelas ruas do centro. A fiscalização com certeza está mais rígida e há uma maior facilidade em se penalizar aqueles que continuam trabalhando com mercadorias piratas, porém o objetivo de acabar com ambulantes e produtos piratas nas ruas não foi alcançado apenas com a construção do CPC.

Alguns comerciantes, em geral no bloco A, conseguiram manter, mesmo com queda, um lucro considerável após a mudança. Outros, a maioria instalados no bloco B, tiveram dificuldade em vender o suficiente para custear até mesmo sua alimentação e traslado até o Shopping. O relato de Jeni, comerciante do bloco A, aponta para uma das dificuldades enfrentadas pelos comerciantes do bloco B, e ao mesmo tempo torna-se um discurso, usado inclusive pela administração do empreendimento, de responsabilização do comerciante:

“...eu não entendo, essa gente não pensou que teria que pagar aluguel? Eles não têm, às vezes, 400 reais de mercadoria, como é que eles vão pagar o aluguel e condomínio ganhando 30, 40, 50 centavos de cada venda?”

(Jeni, comerciante do bloco A, falando sobre as dificuldades enfrentadas pelos comerciantes do bloco B).

Os ex-camelôs do bloco B eram, em sua maioria, originários da Rua da Praia e arredores. Muitos comercializavam mercadorias artesanais, ou artigos de pouco valor agregado, diferentemente dos ex-camelôs que ficaram no bloco A, que, em sua maioria, atuavam na Praça XV de Novembro, comercializando roupas, brinquedos, eletrônicos, produtos de higiene, e vários outros produtos de um maior valor agregado. Esta pode ser uma das explicações para o fato do bloco A obter um maior sucesso no que diz respeito às vendas, mas com certeza não é a única. Vale lembrar que logo após a inauguração do CPC alguns comerciantes do bloco B vendiam os mesmos produtos dos do bloco A, isso não determinou o sucesso daqueles.

Com certeza os problemas enfrentados pelos camelôs eram mais graves no bloco B, onde a circulação de clientes era, e continua sendo, muito menor se compararmos com o bloco A. Em geral isso se deve ao acesso, que, no caso do bloco A, se dá pela rua Voluntários da Pátria, uma das mais movimentadas da capital.

Este fato me parece mais relevante para tentar explicar as dificuldades enfrentadas no bloco B. O que se vê na realidade é uma deficiência no planejamento feito pela prefeitura. O projeto do CPC tinha como objetivo reunir cerca de 800 camelôs no mesmo local, concentrando toda esta oferta de produtos em poucos metros quadrados. Não se pode esperar que o cliente percorra todo o camelódromo para encontrar a mercadoria que deseja, se provavelmente a encontrará nas primeiras bancas.

A insatisfação com o número de clientes e os valores cobrados pela administração, embora sejam reclamações recorrentes até hoje, eram assuntos dolorosos e constantemente lembrados pelos comerciantes na fase inicial de transição. A contínua dificuldade enfrentada pelos comerciantes fez com que a concessionária recorresse a novas estratégias de marketing, apresentando uma nova identidade visual, logomarca e nome do CPC, que passou a ser chamado de Shopping do Porto, em 23 de junho de 2009. A partir dessa modificação, a proposta inicial de transformar o camelô em comerciante popular ganhou força, mas agora a nova identidade do CPC, trazia à tona a ideia de que se poderia introduzir no modo

de trabalho do antigo camelô novas características, formando novos lojistas. Mais do que uma simples mudança na nomenclatura, a ideia é de se trabalhar na valorização de um grupo que historicamente sofre com a marginalização (PINHEIRO-MACHADO, 2004).

Atualmente é possível perceber a adaptação à nova concepção daquilo que é ser um comerciante popular no Camelódromo. Alguns comerciantes assumiram a “identidade de lojista”, aderindo à proposta da empresa responsável pela administração. Por outro lado, isto não se tornou uma regra, muitos comerciantes ainda mantêm características do trabalho na rua. No bloco A, a situação é visivelmente mais pacífica agora do que no início da transição. Embora as reclamações sejam recorrentes, a grande maioria dos comerciantes consegue cumprir com suas obrigações de aluguel e condomínio, e não corre risco de perder suas bancas.

Desde a inauguração, o CPC sofre duras críticas por parte dos comerciantes populares. A grande concentração de bancas e o pequeno número de clientes (muitos comerciantes afirmam que, em relação à rua, o volume de vendas caiu para menos da metade), não seriam tão graves não fosse o custo para manter o ponto. Isto, com certeza, era mais grave no bloco B, onde os clientes dificilmente chegavam e até hoje, o movimento é bastante reduzido. No projeto inicial havia uma divisão espacial entre os blocos A e B, porém a distância entre os dois blocos foi se tornando mais evidente e cada vez maior no que diz respeito à aptidão do espaço para o comércio. Ainda se ouve algumas queixas em relação à administração, preço do aluguel, etc., mas o sucesso econômico dos comerciantes do bloco A acaba representando o cumprimento do objetivo do projeto inicial, ou seja, o fim do comércio nas ruas, exercido por camelôs ou ambulantes, e a transformação destes camelôs em lojistas.

2.2 Sobre o Bloco A

Andando pelo Shopping muitas vezes nos deparamos com o mesmo tipo de abordagem que era visto na rua. A maioria dos comerciantes trabalha na frente de suas lojas, deixando de lado o balcão para atrair o cliente com uma estratégia que pode ser considerada invasiva, chamando a atenção para os produtos oferecidos. Sem falar na atuação dos “cavaleiros”, vendedores que não possuem

banca própria e ficam nos corredores abordando os clientes e oferecendo mercadorias de diversas bancas, ganhando assim uma pequena comissão em cada venda. Outro fator comum entre a rua e o shopping é que, exceto em alguns casos, se continua preenchendo com mercadorias todos os espaços da banca, e até mesmo além de seus limites, o que, associado aos estreitos corredores e ao grande número de bancas, acaba causando uma imagem próxima ao que se via na rua.

Por outro lado, não se pode ignorar o fato de que alguns comerciantes não trabalham mais da forma relatada acima. Em especial, suas lojas é que sofreram as principais alterações. Em termos gerais, o modo de se relacionar com os clientes permanece praticamente o mesmo, os comerciantes não ficam simplesmente atrás do balcão, e sim vão para o corredor onde ficam atentos a qualquer possível cliente que passa, porém suas lojas possibilitam expor melhor e de forma mais organizada as mercadorias, algumas chegam a criar espaços singulares dentro do camelódromo.

A complexidade dentro do CPC é tamanha que, na tentativa de encontrar uma característica comum a todos os comerciantes, precisamos partir de um fato básico: todos têm de pagar aluguel e condomínio. Se na rua eles podiam se manter de forma “menos organizada”, seguindo um modelo administrativo próprio, no shopping a situação é bastante diferente. Alguns comerciantes, como Rejane, por exemplo, tiveram de aprender a planejar os gastos do mês, ou da semana, diferentemente da época em que trabalhava na rua, onde se preocupava apenas com as vendas do dia. Segundo a própria comerciante:

“Hoje em dia tô mais descansada por não ter mais o trabalhão na rua (...) estou usando bem mais a cabeça, tô tendo que ser bem mais profissional (...) saber que hoje em dia eu pago um aluguel, então não posso quebrar.”
(Rejane, entrevista realizada em março de 2011)

Por outro lado muitos comerciantes já possuíam este tipo de organização do seu negócio na rua, o que facilitou a transição para o camelódromo. Muitos comerciantes da Praça XV trabalhavam com um grande volume de vendas, além de ter ajudantes, o que exigia um planejamento maior tanto para seus pagamentos, quanto no controle de suas vendas. Hoje em dia este tipo de planejamento é essencial para manter-se no camelódromo. É difícil apontar quais características

contribuem para o sucesso do bloco A, mas é notório que a localização (acesso facilitado e grande movimento) associada ao que poderíamos chamar de expertise do comerciante de rua, auxiliaram no desenvolvimento desta ala. O que nos leva a pensar que como projeto econômico, o Shopping do Porto pode ser considerado um sucesso, principalmente se tomarmos como exemplo o bloco A, porém, no aspecto social, o shopping não buscou atender às necessidades dos indivíduos, visto que tratou de igualar um grupo extremamente heterogêneo, de 800 comerciantes, oriundos de diversos locais e que acabaram encontrando condições de trabalho que oscilam entre os melhores pontos (na entrada principal do shopping) e os piores (nos fundos do bloco B).

Por apresentar novas possibilidades de organização e uma estrutura minimamente segura, o camelódromo acaba gerando situações ainda mais heterogêneas do que aquelas encontradas nas ruas. Existem bancas onde são vendidas mercadorias que não exigem maiores cuidados e poderiam ser comercializadas tanto na rua quanto no camelódromo, por outro lado, existem outras onde se trabalha com equipamentos eletrônicos bastante frágeis, com os quais dificilmente se poderia trabalhar na rua. Pelos corredores do Camelódromo podemos encontrar lojas cujos donos mudaram para se adaptar à nova realidade, ex-camelôs que continuam trabalhando de modo muito parecido com o que trabalhavam da rua, casos de bancas vendidas ou alugadas, junções e parcerias de todos os tipos.

Neste capítulo busquei trazer algumas características do camelódromo e fatos de sua trajetória, enquanto projeto de melhoria da condição urbana, que auxiliassem na compreensão deste espaço como universo extremamente diversificado e passível de diferentes interpretações. Uma destas características é, com certeza, a política, posta em prática com a construção do edifício, que retira do passeio público um grande número de comerciantes para concentrá-los em um empreendimento vertical, estabelecendo uma nova organização espacial. A reconfiguração espacial, que imprime novas formas de organização e controle, será o tema abordado na próxima seção.

3. RE-CONFIGURAÇÃO ESPACIAL

Neste capítulo busco uma aproximação com a sociologia urbana, considerando o edifício, fruto de um planejamento urbano, como espaço de interação entre os indivíduos, capaz de redefinir esta interação e influenciar no controle sobre suas atividades. Segundo Vargas (2003), *“o conjunto de edifícios e construções de uma cidade dá origem a padrões de espaço utilizável e cada nova intervenção física tem o poder de criar e modificar estes padrões”* (p. 24), assim procuro trazer questões que considero importantes para analisar os reflexos desta mudança espacial na realidade dos indivíduos.

O camelódromo, além de abrigar os comerciantes que trabalhavam na rua, também serve para organizar e limitar, através da disposição das bancas, a ação destes comerciantes. Os ex-camelôs são vigiados, não somente através das obrigações pecuniárias (mecanismos como o aluguel semanal e o condomínio que devem ser pagos em dia), mas também no dia a dia por fiscais da SMIC, seguranças do shopping, e pelos próprios colegas. Dentro do CPC tornou-se mais fácil identificar o comerciante que vende artigos ilícitos, CDs de Play ou DVDs piratas.

Embora as bancas sejam padronizadas, os comerciantes podem realizar algumas modificações na estrutura do box, no piso ou em suas paredes, podendo inclusive transformar duas ou mais bancas em uma só. Porém, qualquer alteração na estrutura da loja deve ser comunicada à administração para ser aprovada ou não. Além disso, os comerciantes devem obedecer aos horários de abertura e fechamento do CPC, e no caso de lojas que não estão em funcionamento, seus proprietários devem se justificar junto à administração.

Enfim, podemos dizer que, assim como o esquadramento relatado por Foucault (1987), o camelódromo representa uma ferramenta de controle daquilo que era um distúrbio social. No contexto atual, dentro do camelódromo, é mais fácil

localizar os problemas para que sejam solucionados o quanto antes. O projeto do camelódromo se torna eficaz enquanto ferramenta que:

esquadrinha ao máximo o tempo, o espaço, os movimentos. Esses métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhes impõem uma relação de docilidade-utilidade, são o que podemos chamar as disciplinas (Foucault, 1987).

Este controle do espaço e do tempo é percebido pelos comerciantes como forma de reprimir a autonomia que tinham na rua. Vários comerciantes relatam como desvantagem, além do custo, a obrigação em abrir suas bancas nos dias e horários estipulados pela administração, como se estivessem em um shopping, apesar da falta de conforto e acabamento da construção que não condiz com o novo nome do camelódromo. Segundo Rejane, uma de minhas informantes, o que mais faz falta no CPC é a “liberdade” que se tinha na rua.

A transferência dos camelôs da rua para um local fechado busca controlar uma atividade comercial que é, no mínimo, incômoda para o poder público por se estabelecer em calçadas e ruas de grande circulação de pedestres, dificultando a fiscalização, prejudicando os comerciantes regularizados e gerando uma poluição visual com suas bancas e lonas. Ao mesmo tempo, este deslocamento procura regulamentar a atividade através da emissão de um alvará concedido pela prefeitura e de um contrato de aluguel entre o comerciante e a administração. Ambos os documentos habilitam o comerciante a exercer sua atividade dentro do edifício, instituindo uma *formalização suficiente* (KOPPER, 2012 p.137 - 139), mais associada ao espaço onde a atividade é exercida do que à legislação a ser seguida⁷. A partir da delimitação espacial se busca controlar e regularizar um tipo de atividade

⁷ A transferência para o CPC não é sinônimo de uma mudança radical nas estratégias dos comerciantes nem mesmo de uma formalização completa de sua atividade. Muitos comerciantes seguem vendendo mercadorias contrabandeadas por vezes misturadas a mercadorias legais, o que os coloca entre o formal e o informal, o lícito e o ilícito (RIBEIRO, 2010). Recentemente a Receita Federal realizou uma operação dentro do camelódromo onde “apreendeu cerca de R\$ 50 mil em material contrabandeado no Shopping do Porto (...) Três lojas foram vistoriadas pela manhã, com o apoio da Brigada Militar, duas especializadas em cosméticos e uma em relógios que vendiam mercadorias sem comprovantes de importação. Os locais foram definidos por um levantamento que apontava o nome dos proprietários com rendimento acima do normal e a ausência de pagamento dos impostos”. Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br>, acessado em 5/06/2012.

que parecia caótica. A meu ver, estas mudanças influenciam diretamente nas relações entre os indivíduos, suas identidades e estratégias.

3.1 Remanejamento humano

Há em Porto Alegre, segundo Pinheiro-Machado (2004)

uma lógica que se perpetua: por um lado, o desejo de um ‘coração da cidade’ modernizado, ‘limpo’, ‘organizado’ e sem aglomerações (e os meios de comunicação como porta-vozes deste anseio). Uma pressão dos comerciantes estabelecidos – com seu claro e evidente poder de barganha – sobre o poder público. Por outro, um enorme contingente de comerciantes populares que, ironicamente, insistem em não sair do centro. (p.61).

Para Manuel Castells o Estado, por estar atrelado e muitas vezes subordinado aos interesses hegemônicos na sociedade capitalista, é incapaz de promover mudanças significativas na realidade social, tendo em vista a impossibilidade destas mudanças sem uma revisão estrutural profunda do sistema. Neste sentido, o planejamento urbano tende a aumentar a dominação, regulando e integrando as contradições advindas das problemáticas urbanas. O autor chama atenção para o efeito perverso nas camadas menos favorecidas da sociedade, quando se refere ao modelo de planejamento urbano posto em prática nos grandes centros metropolitanos. Para uma reflexão a respeito deste problema, pode-se considerar o conceito de planejamento urbano como uma forma que o Estado encontra de reproduzir a lógica vigente na sociedade capitalista moderna. Através desta lógica se potencializa a concentração de renda, e por consequência a desigualdade social.

Como parte do projeto de revitalização do centro, a construção do camelódromo traz uma solução ao problema das ruas e calçadas tomadas por camelôs e ambulantes, amenizando a poluição visual causada pelas bancas e lonas, bem como a poluição sonora e a dificuldade em transitar por lugares como a Praça XV de Novembro e Rua dos Andradas. As áreas antes ocupadas pelos camelôs agora estão (ou deveriam estar) vazias, o que privilegia os comerciantes dos estabelecimentos locais. Além disso, há uma nítida valorização da área em termos imobiliários gerando um aumento do interesse do setor privado. O que por um lado

melhora o aspecto visual do centro da cidade diminuindo a poluição visual e sonora das ruas, privilegiando o ramo imobiliário e os comerciantes estabelecidos, por outro lado acabou prejudicando um grupo de comerciantes de rua que não conseguiu dar continuidade à atividade dentro do CPC. Deste modo, se pensarmos o planejamento urbano, a partir das considerações feitas por Manuel Castells, vemos que:

O Estado, através do planejamento urbano não tem como objetivo mudar a real condição das camadas menos favorecidas, mas sim diminuir os conflitos, apaziguar as situações mais críticas e modelar as formas urbanas para que se adaptem melhor aos interesses do capital. (CASTELLS, 1973).

Embora um tanto radical, o argumento de Castells, não está deslocado da realidade do camelódromo, principalmente se considerarmos que o empreendimento foi construído, e é administrado, por uma empresa privada que regula a atuação dos comerciantes e outras atividades (como pesquisas, por exemplo) no interior do edifício. Uma vez que, para a prefeitura, o projeto de um centro “limpo” foi realizado sem se comprometer com o sucesso do empreendimento (sendo responsabilidade da administração e, em última instância, dos comerciantes), abriu-se a possibilidade de uma administração empresarial do CPC, onde o mercado trataria de regular o desequilíbrio interno, excluindo os menos aptos. A alternativa encontrada para solucionar o problema dos camelôs não levou em consideração a heterogeneidade deste(s) grupo(s), promovendo uma série de abandonos e falta de pagamento de alugueis e condomínios por parte de alguns comerciantes (principalmente do bloco B). Por outro lado, ofereceu condições a grupos como os comerciantes da Praça XV de Novembro que já possuíam uma certa expertise adquirida do período da rua.

Para muitos camelôs, o projeto de criação do camelódromo significava uma mudança extremamente positiva por se tratar de um local onde finalmente teriam algum conforto e segurança para exercer suas atividades. O apoio por parte dos camelôs ao projeto do CPC é visível pela atuação da ASFERAP em espaços de democracia participativa como o Orçamento Participativo (KOPPER, 2012). A possibilidade de perder o direito a trabalhar nas ruas associada à esperança de um local melhor para trabalhar fez com que muitos camelôs “abraçassem” a ideia de criação de um camelódromo e a defendessem com discursos aplausos e até mesmo cartazes em reuniões do OP. Porém, aquilo que estava sendo esperado pelos

camelôs acabou se concretizando de outra forma. O Shopping do Porto acaba se materializando como modelo de empreendimento comercial que visa abrigar comerciantes de sucesso, aptos para trabalhar sob um novo modelo. Neste processo, entre comerciantes de rua que foram remanejados, muitos não conseguiram permanecer no CPC.

4. RE-CONFIGURAÇÃO SOCIAL

Não é apenas a paisagem que muda, o exercício do camelô está ligado a práticas específicas, formas de agir que diferenciam camelôs de outros lojistas. Com a criação do CPC isto tende a se modificar em forma e grau, atribuindo ao ex-camelô novas estratégias. Em outras palavras, ocorre o surgimento de uma nova *configuração sócio-espacial*, a qual interfere tanto na identidade dos “camelôs”, quanto no seu *habitus* social (ELIAS, 1994). Porém esta alteração não é homogênea no grupo, e não pode ser determinada por nenhuma variável em questão. Nesta seção discutirei a respeito da configuração social e dos jogos estabelecidos no interior do CPC. Para finalizar, trago à discussão os conceitos de identidade e *habitus*, a fim dar maior atenção ao sujeito.

Uma nova forma de agir e de se organizar é imposta verticalmente, seja por meio de lei ou pela tentativa de uma conscientização dos ex-camelos de que o melhor modo de trabalhar dentro do shopping é agindo como lojista. Porém, estas mudanças não se dão de forma contínua e definitiva, pelo contrário, enquanto o ambiente pode ser facilmente modificado por meio de leis ou projetos urbanísticos, o *habitus* permanece regendo suas ações, ou até mesmo impossibilitando que alguns indivíduos incorporem as novas regras do jogo (ELIAS, 1994).

A ideia de jogo é usada como ferramenta metodológica para facilitar a compreensão daquilo que Elias chamou de configuração social. Há, nas relações de um determinado grupo, uma configuração determinada pelos indivíduos (jogadores) através da sua interdependência. Porém, esta configuração não é estática, e sim dinâmica, estando em constante diálogo com a realidade e com a subjetividade dos sujeitos. Assim, a configuração não pode ser entendida a partir da ação dos indivíduos, mas sim a partir da relação entre eles. As configurações sociais (ou teias de interdependência) são apresentadas por Elias como uma forma de desfazer o antagonismo entre indivíduo e sociedade. Isto é, a sociedade não é constituída por

estruturas exteriores que estão acima dos sujeitos, mas sim pelas teias, redes ou padrões constituídos pelos próprios agentes. Estes, por sua vez, não existem como indivíduos sem estarem inseridos em um grupo.

Outra característica é que as configurações podem ser percebidas em pequenos ou grandes grupos (ELIAS, 1994, p. 143). Assim, seja em um grupo de alunos, de comerciantes, ou em uma sociedade específica, as configurações operam (mesmo que no último caso seja ainda mais complexa e difícil sua análise) como regras nas relações entre os indivíduos.

O que se procura pensar neste trabalho é que no grupo de comerciantes populares do bloco A os indivíduos constituem “teias de interdependência e configurações” exclusivas. Conforme Elias (1999), entre os objetivos da sociologia está analisar estas configurações ou redes de interdependência, que se realizam em diversos níveis:

Se quatro pessoas se sentarem à volta de uma mesa e jogarem cartas, formam uma configuração. As suas ações são interdependentes. Neste caso, ainda é possível curvarmo-nos perante a tradição e falarmos do jogo como se este tivesse uma existência própria. É possível dizer: « O jogo hoje à noite está muito lento!». Porém, apesar de todas as expressões que tendem a objetivá-lo, neste caso o decurso tomado pelo jogo será obviamente o resultado das ações de um grupo e indivíduos interdependentes. Mostramos que o decurso do jogo é relativamente autônomo de cada um dos jogadores individuais, dado que todos os jogadores têm aproximadamente a mesma força. Mas este decurso não tem substância, não tem ser, não tem uma existência independente dos jogadores, como poderia ser sugerido pelo termo «jogo».

Nem o jogo é uma ideia ou um «tipo ideal», construído por um observador sociológico através da consideração do comportamento individual de cada um dos jogadores, da abstração das características particulares que os vários jogadores têm em comum e da dedução que destas se faz de um padrão regular de comportamento individual. (p.141).

No caso analisado, pode-se notar que a interdependência, condição básica da configuração, existe em diversos níveis dentro do CPC. As relações correntemente abordadas neste estudo são as estabelecidas entre os comerciantes e entre eles e a administração. Segundo Elias, a interdependência pode ser de aliados ou de inimigos, porém é importante lembrar que a configuração, apesar de concreta, é um padrão mutável. Em geral se tem os representantes da administração do shopping como inimigos e os colegas comerciantes como aliados, mas estas relações podem sofrer alterações, o que acaba influenciando na configuração, mudando os padrões que a constituem.

4.1 Identidade e *Habitus*

Segundo autores como Elias e Dubar, o conceito de identidade, como o conhecemos, nasce junto com o Estado moderno. A necessidade de reconhecimento dos indivíduos por parte do Estado faz com que a identidade-nós seja posta em segundo plano e a identidade-eu seja fortalecida (ELIAS, 1994). Esta constante individualização gera uma identidade pessoal numérica, atribuída pelo Estado, e também embasada em categorias oficiais, que estabelecem os grupos a que os indivíduos pertencem ou não. Estes dados são chamadas por Dubar (2009) de identidades genéricas, gênero atribuído (p. 137).

A tendência em enquadrar os indivíduos em categorias pré-estabelecidas também pode ser percebida em relação à identidade profissional. Durante um longo período, as *categorias sócio profissionais*, que tiveram sua origem no universo industrial hierarquicamente organizado, também foram usadas em análises sobre identidades pessoais. Porém, com as constantes transformações no universo do trabalho, torna-se ineficaz o uso destas categorias e “*convém entrar no campo da análise das interações cotidianas, partindo de categorias produzidas pelos indivíduos e não apenas categorias produzidas pelas instituições*” (DUBAR, apud. PEREIRA, 2011).

Para pensarmos a identidade dos ex-camelôs é necessário fazer este tipo de reflexão relatada por Dubar. Para que não classifiquemos estes sujeitos como lojistas ou camelôs a partir do modo como agem ou deveriam agir, de acordo ou não com o que a administração do shopping reconhece como lojista, considero a identidade como algo negociado constantemente. Nesta negociação, em alguns momentos o sujeito atribui a si a identidade de lojista, em outros convém assumir a identidade de camelô, o que não representa para ele uma perda, e sim uma atribuição de sentido ao *ser lojista* e *ser camelô* ao mesmo tempo.

O que Elias chamou de “identidade-nós”, baseada no pertencimento ao grupo, sua configuração e *habitus* compartilhado, estava segura e bem definida enquanto os camelôs estavam nas ruas. Para Elias a identidade-nós é prerrogativa da identidade-eu, e depende de uma continuidade na memória do grupo (família, sociedade, humanidade, etc.). Neste sentido, os camelôs possuíam uma forte identificação com o grupo, em especial nos momentos de conflito ou de dificuldades. Os camelôs na rua possuíam um discurso bastante firme sobre sua identidade.

Conforme Pinheiro-Machado, ser camelô era totalmente diferente de ser um ambulante ou caixinha. Além da autoafirmação da identidade social em oposição ao Outro, a autora nos chama a atenção para as relações de parentesco, continuidade da atividade de camelô por gerações, cumplicidade nas viagens, enfrentado as intempéries ou nos conflitos cotidianos, entre outras características que ajudavam a constituir, além da identidade de camelô, “*redes de solidariedade e confiança*” (2004).

Atualmente estas características ainda fazem parte do cotidiano dos comerciantes. Os laços de amizade, ou redes de solidariedade, são características muito fortes deste grupo, sendo, em geral, estabelecidas entre vizinhos próximos, que interagem cotidianamente, inclusive, cuidando da banca do outro caso haja necessidade do proprietário se ausentar. Porém estas redes também se estendem por diferentes corredores do CPC e ligam bancas distantes umas das outras, em função do parentesco entre seus proprietários, da comercialização do mesmo tipo de mercadoria ou até mesmo de antigas amizades constituídas na rua.

A identidade ainda é constituída em oposição ao Outro, porém agora o Outro que surge nos discursos pode ser o “cavaleiro” (sujeito que não possui banca própria e fica pelos corredores do CPC arrecadando clientes para diversas bancas em troca de pequenas comissões), outras vezes pode ser o comerciante ilegal que está na rua e que não desapareceu, e em alguns casos até mesmo o camelô do bloco B. A forma como estes discursos são usados varia, porém é possível notar certa indignação com aqueles ambulantes que hoje estão na rua e que não possuem obrigações como aluguel, condomínio, horário de funcionamento, enfim, uma série atribuições que os comerciantes do camelódromo possuem.

Assim, é possível perceber que, para os comerciantes do CPC a identidade de lojista está associada ao preço que eles têm de pagar, tanto em termos financeiros, quanto em relação às regras do empreendimento. Esta identificação acaba se constituindo também em oposição à atividade desenvolvida nas ruas (seja pelos ambulantes atuais, que não possuem regras ou custos, seja pelos próprios comerciantes do CPC na época em que também não precisavam se preocupar com tantas obrigações). Já em relação ao comerciante do bloco B, embora alguns entrevistados do bloco A responsabilizem, pelo menos em parte, os comerciantes daquele espaço pelas dificuldades enfrentadas, em geral, a visão que se tem é de que aqueles comerciantes tiveram azar ao serem alocados naquele

bloco, e foram vítimas do mau planejamento do CPC. Neste sentido a interpretação por parte dos comerciantes do bloco A, do “fracasso” no bloco B, tende a responsabilizar o planejamento no momento da transferência para o CPC, e não a incapacidade dos colegas. Assim, sua identidade de comerciante que tem “sorte” em estar bem localizado, se opõe a de comerciantes que não tiveram a mesma sorte, e não de ex-camelôs que conseguiram se transformar em lojistas em oposição a ex-camelôs que continuam trabalhando como camelôs. Sobre os “cavaleiros”, as concepções variam entre colegas que estão lutando e ajudando nas vendas, trazendo clientes, outras vezes são oportunistas chegando a atrapalhar as vendas, afastando os clientes. Porém a convivência é pacífica e os “cavaleiros” acabam fazendo parte das redes de interdependência.

Para Dubar identidade é *“o resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, conjuntamente, constroem os indivíduos e definem as instituições”* (idem, p. 136). O autor ainda afirma que identidade é produto da articulação entre atos de atribuição (identidade para o outro) e atos de pertencimento (identidade para si). Esta dualidade na definição de identidade é, ao mesmo tempo, inseparável, pois a identidade para si é correlata ao Outro, e problemática *“dado que ‘a experiência do outro nunca é vivida diretamente pelo eu... de modo que contamos com nossas comunicações para nos informarmos sobre a identidade que o outro nos atribui... e, portanto, para nos forjarmos uma identidade para nós mesmos”* (Laing, *apud* Dubar, 2009).

O autor segue relatando que o processo de atribuição de identidade por parte das instituições ou agentes que se relacionam diretamente com os indivíduos, só pode ser *“analisado no interior dos sistemas de ação nos quais o indivíduo está implicado, e resulta da ‘relação de força’ entre todos os atores envolvidos e da legitimidade – sempre contingente – das categorias utilizadas”*. (idem, p. 139)

Já o processo de pertencimento, incorporação de identidade pelos próprios indivíduos, só pode ser analisado no interior das trajetórias através das quais são construídas as identidades para si, ou seja, trata-se de um processo biográfico onde a identidade é predicativa de Si. Segundo Dubar, também neste caso, são utilizadas categorias que servem de referência e que devem ser subjetivamente legítimas para o indivíduo, mesmo que não o sejam para o grupo ao qual pertence.

A identidade para o outro está associada à transação objetiva (externa ao sujeito) que ocorre entre aquilo que é proposto (atribuído) e aquilo que é aceito. Há duas possibilidades neste caso: pode-se aceitar esta atribuição, gerando um reconhecimento, ou não aceita-la, dando origem ao conflito.

Já a identidade para si está associada à transação subjetiva (interna ao sujeito) que ocorre entre aquilo que é herdado e aquilo que é almejado. Neste caso também existem duas possibilidades: pode-se aceitar a identidade herdada e reproduzi-la, gerando uma continuidade, ou romper com esta trajetória e produzir uma nova identidade.

A abordagem de Dubar supõe uma “relativa autonomia e uma necessária articulação” entre os processos de atribuição (transação objetiva) e processo de pertencimento (transação subjetiva) identitário. Segundo o autor *“as configurações identitárias constituem, então, formas relativamente estáveis, mas sempre evolutivas, de compromisso entre os resultados dessas duas transações diversamente articuladas”* (DUBAR, 2009, p. 141). Quando, no caso do CPC, a administração busca atribuir um status de lojista aos comerciantes, o faz com o intuito de mostrar o que o comerciante *deve ser*, através de valores como profissionalização, melhor aparência, atuação frente ao cliente, comercialização do produto certo, enfim, uma série de competências que deveriam ser incorporadas pelos comerciantes a fim de compor as técnicas e características de lojista ou trabalhador formal como categoria legitimada (NORONHA, 2003). Porém, o que se percebe com frequência é a continuidade, em diferentes proporções, das estratégias aprendidas na rua em um processo de pertencimento, mesclado às novas condições. O que devemos considerar é que a nova configuração imposta verticalmente influencia nas formas identitárias, porém não as define. O processo de atribuição de identidades não ocorre isoladamente, está articulado à transação subjetiva entre identidade herdada e visada, apontada por Dubar, onde pode haver uma continuidade em relação à identidade de camelô herdada, ou uma ruptura, e a produção de uma nova identidade. Mesmo neste último caso a ruptura não é completa, e a produção de uma nova identidade não acontece segundo as categorias pré-estabelecidas institucionalmente. Ou seja, o novo lojista dentro do CPC, ao incorporar as novas regras ditadas pela administração ou pelo poder público, possui características específicas que estão embasadas nas experiências anteriores vividas na rua. As estratégias desenvolvidas no CPC não estão totalmente

de acordo com o que é estabelecido e institucionalizado em se tratando de comerciantes dentro de um shopping. Por outro lado não correspondem mais à forma de trabalhar do camelô. Os produtos, na maioria das vezes, continuam sendo expostos em todos os espaços da banca, assim como na rua os comerciantes desenvolvem um diálogo informal com os clientes e agem como se suas bancas fossem uma extensão de suas casas, características do trabalho de camelô. Ao mesmo tempo organizam suas contas, planejam seus gastos considerando os custos fixos de aluguel, condomínio, etc., cumprem as regras e abrem suas bancas nos horários estipulados pelo Shopping e não à sua vontade. Enfim, cumpre-se uma série de normas definidas pela administração. Estas regras ajudam a constituir a nova configuração social, pois regulam a ação dos indivíduos.

O reconhecimento que se tem da relação entre a *identidade-eu* e a *identidade-nós* não é algo dado. O contexto no qual o indivíduo está inserido faz com que surjam, ou se tornem mais evidentes determinadas características ao invés de outras. Segundo Elias (1994), entender esta dicotomia entre indivíduo e sociedade, e, além disso, entender-se enquanto indivíduo e enquanto sociedade é algo que está sujeito a constantes modificações. Embora, em uma realidade como a do camelódromo, as condições “naturais” e sociais que estruturam o *habitus social* desapareçam, este *habitus*, em sua estrutura da personalidade e estrutura social permanece. Os próprios comerciantes narram estas mudanças mostrando que o processo de reconhecimento enquanto comerciante dentro do CPC ainda está em andamento, conforme fala de uma de minhas informantes:

“Me considero uma lojista apesar de não ter perdido certos hábitos de camelô (...) apesar de já ter feito curso e tudo, falta eu me colocar como lojista.” (Rejane é camelô a mais de 20 anos e afirma que agora está passando pela sua melhor fase)

É necessário também considerar o trabalho, não apenas como uma forma de “ganhar dinheiro”, mas sim como estruturador da vida social, principalmente para os camelôs. A identidade do sujeito-objeto em questão possui uma forte ligação com sua identidade profissional. Neste sentido é necessário pensarmos esta mudança como reconfiguração espacial e de conteúdo. A respeito das mudanças no trabalho, encontramos referência no trabalho de Vera da Silva Telles intitulado “Mutações do

trabalho e experiência urbana”, onde a autora faz uma reflexão a respeito das mudanças que o universo do trabalho sofre com a reestruturação produtiva em tempos de globalização e revolução tecnológica, considerando os seus efeitos sobre as configurações societárias (TELLES, 2006).

Nesta seção procurei usar os conceitos de habitus e de identidade para explorar com maior profundidade alguns fatos percebidos empiricamente, dentre eles, a continuidade do uso de estratégias que fazem parte do *“métier”* do comerciante da rua, configurando o que se poderia entender como habitus do camelô, e a forma como estes comerciantes se autodenominam lojistas ou camelôs. Conforme falado anteriormente, o processo de acomodação dos comerciantes trouxe uma série de modificações, tanto objetivas quanto subjetivas, interferindo em seu modo de agir e apresentando novas possibilidades de organização. Estas mudanças serão trabalhadas no próximo capítulo, ilustradas por casos de comerciantes instalados no bloco A.

5. CASOS

Com o intuito de exemplificar o que foi dito até aqui, trago alguns casos que considero representativos da diversidade encontrada no camelódromo, sendo que estes exemplos não esgotam as possibilidades de arranjos encontrados neste local. Ao descrever estes casos espero facilitar o entendimento do que foi tratado até aqui, em relação à reconfiguração espacial e social, e também à identidade dos indivíduos em questão. Neste capítulo utilizarei, em alguns casos, nomes fictícios a fim de manter em sigilo as identidades dos informantes.

5.1 O caso de Rejane

“Pra mim melhorou muito, o ponto que eu estou hoje é muito bom (...) financeiramente estou ficando cada vez melhor, tanto que deixei de ser uma camelô pra virar uma micro empresária...” (Rejane, 40)

O relato de Rejane traz algumas questões importantes para serem analisadas. Rejane trabalha no comércio a mais de vinte anos e diz que nunca esteve tão bem como agora. Começou trabalhando na banca de sua mãe, até ter sua própria banca na Praça XV de Novembro, onde comercializava brinquedos e eletrônicos, mercadorias com as quais trabalha até hoje. Atualmente, além de Rejane, sua filha Greice e seu irmão Rogério trabalham na banca em turnos alternados. Rejane conta que possuía, na rua, um ponto ruim considerando sua localização: *“bem na minha banca tinha uma poça, muitas vezes não tinha como trabalhar por causa da chuva, ficava tudo alagado e o cliente não chegava ali”*. Segundo a comerciante, na rua ela não era respeitada pelos outros camelôs, era *“pequena e fraca”*, já no shopping ela é *“grande e forte”*, pois segundo suas próprias

palavras, “*o que manda é o dinheiro, né?*”. Assim como muitos comerciantes do bloco A, Rejane é otimista em relação ao novo local de trabalho. Afirma que sua renda aumentou consideravelmente, e pretende custear com os ganhos atuais, a faculdade da filha, assim como fez com seu irmão.

Durante a entrevista com Rejane, que aconteceu em sua casa, pude perceber melhor o quão complicado seria analisar o que ocorria no CPC, uma vez que muitos comerciantes reclamavam de sua condição atual, enquanto que os relatos de minha informante sobre seus objetivos e aquilo que já havia conquistado durante os dois primeiros anos de camelódromo eram extremamente positivos. Segundo ela, finalmente havia tirado férias, mesmo que interrompidas por idas e vindas para ver como andavam as coisas. Tinha uma renda semanal maior do que na época da rua, o que possibilitava a aquisição de bens, planejar a compra de outro imóvel mais perto do trabalho, e o término de uma obra na cozinha de casa que já se “arrastava”, por falta de verba, há algum tempo. A possibilidade de um planejamento financeiro e uma maior capitalização, diferentemente da época da rua, são emblemáticos no caso de Rejane, que já planeja diminuir o ritmo de trabalho delegando por vezes o controle da loja à filha, pois redefiniram, além de sua vida pessoal, seu posicionamento no campo (BOURDIEU, 2005) dando a ela um maior prestígio perante seus colegas.

Para Rejane a mudança foi extremamente positiva, pois a tirou de uma situação de trabalho precária em que o local, associado às intempéries, prejudicava sua atividade. Além disso, não havia segurança, o que afastava alguns clientes, principalmente os de classe média que raramente iam ao camelódromo na rua, e hoje frequentam o Shopping do Porto. Este valor atribuído ao novo local de trabalho é de extrema importância para a comerciante, a ponto de reorganizar seu discurso, substituindo as palavras *banca* e *camelô* por *loja* e *lojista*, mesmo que, segundo a própria entrevistada, ainda lhe falte “*deixar de agir como camelô*”. Quando perguntei a Rejane o que imaginava que aconteceria com o camelódromo daqui pra frente, ela me respondeu com segurança:

“A tendência é quem tá bem fica e quem tá mal tchau, e aí vai virar uma coisa mais de empresários mesmo. (...) só vai ficar quem tem dinheiro, quem tá bem (...) vai ser passado pra grandes lojistas, pra quem segura bem. Cada vez mais aquilo

ali vai virar uma coisa pra capitalista, pra dinheiro entendeu (...) e aquela parte de camelô não adianta mais nem ressaltar que camelo já era, foi.”

A mudança para dentro do edifício oferece uma estrutura que protege os comerciantes do sol, chuva e vento, segundo eles, características da rua das quais não sentem nenhuma falta. Em todas as conversas com ex-camelôs, duas questões sempre surgem como fundamentais: a proteção oferecida contra chuva, vento, sol e insegurança são apontados como aspectos positivos do shopping, por outro lado o custo de ser um lojista é constantemente enfatizado como negativo.

Recentemente, em um retorno ao CPC, conversei com Greice, filha de Rejane, e ela me falou do curso técnico em administração que está fazendo e do interesse em realizar o trabalho de conclusão do curso tendo como objeto a loja da mãe, apontando uma série de problemas como estoque, disposição das mercadorias, controle de entrada e saída de dinheiro, etc.

Para alguns comerciantes o entendimento do que significa ser lojista se resume às obrigações pecuniárias resultantes da mudança para o camelódromo, enquanto que para outros este fato, embora esteja presente no discurso, não é a única modificação trazida pela estrutura atual. Para compreender a ação ou o tipo de discurso dos indivíduos é necessário analisar a estrutura do entorno, sua relação e interdependência com o Outro. O caso de Rejane, por exemplo, mostra como a configuração existente na rua pode prejudicar alguns comerciantes e ajudar outros. Segundo a ex-camelô, alguns de seus vizinhos na rua não a tratavam bem em função de seu baixo poder aquisitivo. Seu ponto era mal localizado, sofria com a chuva que criava poças em frente à banca, conseqüentemente as vendas eram baixas, o que prejudicava seu status entre os vizinhos. Segundo Rejane, na rua ela era “fraca”. Porém, com a mudança para o camelódromo e a conquista de um bom ponto, ela acabou se tornando mais “forte”, conquistando, hoje em dia, um status mais elevado entre os colegas.

Em uma das primeiras conversas que tive com Rejane, perguntei qual era o número da sua banca, ela me corrigiu dizendo que sua “Loja” era a 322. No decorrer da entrevista ela afirmou que tinha deixado de ser camelô e agora era uma micro-empresária. Em um primeiro momento imaginei que seu discurso era o reflexo das ideias transmitidas pela administração do camelódromo de que aquele espaço

deveria ser reconhecido como um shopping e os comerciantes como lojistas, porém, ao refletir sobre a fala de Rejane, percebi que para ela ser uma micro-empresária e ter uma loja está relacionado à configuração da qual faz parte atualmente, na qual possui um poder, que comparado aos de seus colegas, é maior do que o que possuía na rua. Quando questionada sobre os aspectos negativos do camelódromo a comerciante apontou as regras e definições de horários como sendo fatores que os aprisionavam. Na rua, segundo Rejane, havia mais liberdade para se trabalhar quando quisesse. Em suas palavras:

“...lá não tinha que pagar aluguel, então tu trabalhava como tu queria, não levava tão a sério (...) se tivesse que ficar uma semana sem trabalhar por não poder por que estava chovendo, não tinha que me preocupar com aluguel”(Rejane, 40)

A partir disso podemos afirmar que, ao integrar uma nova configuração, na qual Rejane tem maior poder em relação à rua, ela reorganiza o discurso sobre si e sobre seus vizinhos, além do seu próprio modo de agir. Ao mesmo tempo, sente-se aprisionada pelas regras de um novo jogo, que ainda não conhece totalmente, mas que deve obedecer sob pena de perder seu espaço. Neste sentido, do ponto de vista estrutural, a diferença do camelódromo para a rua, além da reconfiguração espacial, é a nova configuração que nasce da interdependência entre os próprios comerciantes, e entre eles e a administração, tendo em vista que a última, por possuir poder instituído pelo Estado, estipulou regras formais a serem cumpridas.

5.2 O caso de Jeni

Se na rua a identidade de camelô era constituída nas relações diárias de semelhança com os outros camelôs, e na relação antagônica com vendedores ambulantes, comerciantes e fiscais (PINHEIRO-MACHADO, 2004), agora o novo comerciante também pode passar a construir-se na oposição ao Outro no próprio Shopping (bloco B) que ainda continua *“pensando como camelô”*.

“...eles só reclamam que o movimento tá baixo, que não vendem nada! Enquanto eles reclamam, eu trabalho! Quando

eu soube que tinha que vir pra cá eu comecei a juntar um dinheirinho, principalmente no natal, agora eu vou até dezembro tranquila...”(Jeni 30. Vendedora de roupas).

O depoimento de Jeni é bastante interessante. Sua loja está localizada no bloco A, próxima à entrada principal do CPC. Quando entrevistada, logo após a transferência, salientou o fato de que além de comercializar um produto cujo retorno financeiro é bastante alto (sem falar na boa localização de sua banca), havia se preparado para o deslocamento, poupando na rua para poder se manter no primeiro ano de camelódromo, período mais crítico da mudança. Como falei anteriormente o tipo de produto comercializado também interfere na dinâmica do CPC. O valor agregado a certas mercadorias proporciona uma possibilidade maior de lucro nas vendas.

5.3 O caso de Pedro

A transferência para o CPC gerou uma série de estratégias que são postas em prática até hoje. O caso de Pedro nos mostra uma tendência seguida por vários outros comerciantes que, vendo no CPC a oportunidade de abandonar (pelo menos no que diz respeito à banca) o estigma de comerciante de rua, e capitalizados (simbólico e financeiramente) do período que trabalharam na rua, apostaram na montagem de uma loja esteticamente elaborada como diferencial dentro do camelódromo. Logo após a entrada no CPC ele e mais quatro sócios decidiram formar uma loja só, cada um cedendo seu box. Durante um bom tempo em minhas idas a campo a loja me chamou atenção pelos produtos e sua estrutura. De pronto percebiam-se dois fatores chave: primeiro, o conceito utilizado no “layout” da loja era estranho aos padrões da rua ou de um camelódromo; segundo, um grande investimento feito pelos proprietários.

Segundo o proprietário atual, o investimento para montagem no camelódromo foi de quarenta mil reais (dividido pelos cinco sócios). Isso podia ser notado em detalhes como o chão da loja, que possuía piso (diferentemente do concreto do CPC), nas paredes de MDF e pintadas, até mesmo nos moveis que completavam a decoração mantendo um aspecto visual menos caótico do que o da maioria das bancas e dos corredores do camelódromo. Notava-se uma preocupação

com espírito investido no novo empreendimento que ao migrar da rua para o CPC, de banca para loja e de camelô para microempresário, trocou também de mercadoria passando a comercializar também roupa social masculina ao invés de esportiva. Somos levados a pensar no risco assumido, tendo em vista a situação de conflito e insegurança pela qual passava o Shopping do Porto.

Depois de algum tempo os outros sócios saíram do negócio e venderam seus boxes para dois deles que mantiveram a loja nos mesmos moldes até que Pedro teve de se tornar o único proprietário, diminuindo então a extensão da loja para o equivalente a dois módulos. Ele conta que teve de fazer isso, pois seu sócio estava desviando mercadorias, causando um prejuízo de aproximadamente cem mil reais. Segundo o proprietário a parceria foi desfeita e ele teve de vender os outros boxes para pagar a dívida. Infelizmente não consegui encontrar Pedro novamente no CPC. Encontrei apenas um ajudante que estava em frente à loja que agora ocupa apenas um módulo.

A loja é voltada para o público masculino, nela podem ser encontradas camisetas e calças jeans, réplicas de marcas famosas, além de casacos e camisas sociais. O que diferenciava esta loja da maioria das outras do camelódromo era a forma como as mercadorias eram apresentadas. Ao contrário do excesso de mercadorias, característica de algumas bancas do camelódromo, o proprietário da loja optou por um aspecto visual menos saturado, trabalhando com menos mercadorias. A possibilidade de acomodar melhor suas mercadorias e o fato de não precisar montar e desmontar a banca diariamente são apontados como benefícios de se estar trabalhando em um local fechado. Pedro afirmou que consegue cumprir suas obrigações financeiras com a loja (aluguel, condomínio, telefone, salário de auxiliar, etc) e que não pretende abandonar o camelódromo.

No caso relatado acima a estratégia de união dos ex-camelôs resultou na especialização e na superação das dificuldades iniciais de adaptação. O proprietário da loja trabalhou na rua durante seis anos, basicamente com o mesmo público, porém na mudança para o CPC decidiu, junto com seus colegas, inovar pondo em prática novamente o “empreendedorismo” (PINHEIRO-MACHADO, 2004, p. 84 - 85) que fomentou sua ida para a rua (onde comercializava roupas que na maioria das vezes eram trazidas de Rivera/Uruguai e Foz do Iguaçu/Paraguai passando pelas fronteiras de forma irregular). Esta aposta no novo é feita novamente, mas agora na montagem de uma loja. Esta nova configuração acaba gerando um diferencial para

comercialização de sua mercadoria (o mesmo produto, agora com aval do poder público).

5.4 O caso de João

Muitas bancas já não pertencem aos proprietários originais, comerciantes que foram transferidos da rua para o camelódromo. Isso se deve ao fato de terem ocorrido, ao longo dos últimos anos, alguns despejos (KOPPER, 2012) em função da falta de pagamento dos alugueis ou ocorrência de algumas irregularidades (entre elas a venda e alugueis de bancas). Segundo alguns comerciantes com quem conversei o aluguel de bancas, embora seja ilegal, é prática comum no CPC, sendo inclusive motivo de reportagens na Zero Hora, em março de 2012, com o título: *“Denúncia sobre o comércio ilegal de boxes aumenta suspeita no Camelódromo”*⁸. Muitos comerciantes que hoje são locatários de bancas já trabalhavam informalmente na rua. Eram ambulantes ou ajudantes de camelôs, como no caso de João, que trabalhou durante seis anos na Praça XV de Novembro esquina com a Av. Otávio Rocha, centro de Porto Alegre, comercializando eletrônicos variados. Hoje em dia ele é locatário de uma das bancas do bloco A, onde vende celulares e relógios. Na época da entrevista João estava no CPC há oito meses e demonstrava estar satisfeito com a mudança. Apesar da dificuldade inicial, já que o investimento para montar a loja (cinco mil reais) foi emprestado, sua visão sobre o camelódromo era otimista. Contou que, em média, conseguia lucrar o mesmo que na rua, porém com os benefícios da proteção contra as intempéries, podendo cobrar mais pelas mercadorias e possuindo um espaço minimamente reservado, sem ter de ficar inibido por comer na rua, por exemplo. Estas condições permitem a ele planejar melhoras em sua banca e até mesmo adquirir a banca ao lado, já que, segundo o entrevistado a tendência é melhorar cada vez mais.

Em geral se pode perceber o otimismo por parte dos comerciantes do bloco A em relação à condição do Shopping. Porém, é recorrente a observação de que a administração deve fazer mais do que tem feito até o momento. A grande maioria dos entrevistados cita as questões estruturais como grande falha da administração. O fechamento das laterais, a necessidade de ar condicionado,

banheiros gratuitos e em condições de uso são algumas das reivindicações dos comerciantes que alegam pagar pela estrutura de um shopping e serem cobrados que se comportem como lojistas, enquanto na realidade estão, segundo Rejane, em um grande “galpão”, sem acabamento ou qualquer conforto para atrair mais clientes ou mesmo para acomodar melhor os comerciantes. Para muitos ex-camelôs, tudo isso poderia ser resolvido já que além dos recursos obtidos das cobranças feitas aos comerciantes, a Verdi lucra com a receita proveniente do estacionamento localizado no terceiro andar, a qual poderia ser destinada à estrutura do Shopping.

O caso de João chama a atenção pela atitude de um rapaz que aparenta ser bastante novo (entre 24 e 28 anos) de montar um negócio próprio, mesmo que seja por vias que não são consideradas legítimas. Embora não tenhamos como afirmar, muitas bancas no CPC foram ou estão sendo alugadas por terceiros ou compradas (mesmo que esta prática não seja aceita pela administração, inclusive com observações no contrato feito entre proprietário e administração proibindo a transferência ou locação da banca). Também é possível ver casos em que o proprietário encontrou uma alternativa ou desistiu de trabalhar no camelódromo. Ao mesmo tempo, alguns comerciantes que possuem maior poder aquisitivo e enxergam no CPC uma possibilidade de trabalho que vale a pena, alugam bancas para expandir seu negócio ou para que seus filhos administrem, dando continuidade aos negócios (PINHEIRO-MACHADO, 2004).

A maioria dos comerciantes, que hoje estão no bloco A, possuíam bancas na Praça XV de Novembro, antigo camelódromo regularizado da cidade. Na rua constituíram durante anos suas redes de relacionamento, gerando suporte para uma identidade social que se configurou através da oposição ao Outro (seja ele o poder público incorporado pelos fiscais da SMIC, ou ambulantes irregulares, conhecidos como caixinhas). Para eles ser camelô vai além do trabalho na rua, está condicionado a uma valoração positiva de suas ações (trabalho, dignidade) e a uma espécie de vocação (família, antiguidade, tino para negócios) (PINHEIRO-MACHADO, 2004).

⁸ Extraído do site <http://zerohora.clicrbs.com.br>, acessado em 04/06/2012.

Podemos pensar que a identidade individual dos ex-camelôs está ligada ao grupo. Esta identidade é fruto de um habitus social⁹ compartilhado pelos indivíduos, através das estratégias usadas enquanto ainda estavam nas ruas, e sofre uma tentativa de modificação quando estes são remanejados para dentro do CPC. O apego ao modo de agir e de pensar do momento anterior causa um efeito de trava. Nota-se que a resistência à mudança foi bem maior do que é hoje em dia, porém a reestruturação do habitus social não parece completa, pelo menos da forma que havia sido planejada.

⁹A meu ver, este trabalho não daria conta da totalidade de aspectos que configuram o habitus social (ELIAS, 1994) dos comerciantes em questão. Assim, emprego este conceito ao me referir às categorias subjetivas que estruturam modus operandi do camelô ou lojista, e que são reproduzidas cotidianamente por estes sujeitos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção do camelódromo em Porto Alegre solucionou um problema que afetava o centro da capital já há bastante tempo, mas que se agravou no final dos anos 80 e durante toda a década de 90, o da ocupação de espaços públicos pelo comércio informal. A transferência dos comerciantes de rua para o CPC trouxe benefícios à população, liberando espaços públicos importantes para a circulação de pedestres e, ao mesmo tempo, oferecendo a estes comerciantes um pouco de conforto para o desenvolvimento de suas atividades. Por outro lado, a proposta de criação de um local apropriado para o exercício dos camelôs, embora fosse uma reivindicação antiga deste grupo, amplamente apoiada pela mídia, acabou não se realizando como era esperado, apresentando a estes indivíduos uma nova estrutura que passa a imprimir regras e sentidos diferentes dos que constituíam sua realidade nas ruas. Em função das novas configurações (tanto espacial quanto social), os comerciantes passam a reorganizar seu universo simbólico e objetivo.

Através da observação participante e a partir da reflexão sobre alguns textos foi possível constatar que a mudança para o CPC alterou principalmente o modelo de administração de negócio dos comerciantes. Ser lojista dentro do Shopping do Porto está diretamente relacionado ao custo que isto representa. Porém, constatou-se que, embora alguns camelôs já seguissem, na rua, um modelo administrativo razoavelmente rígido, controlando entrada e saída de mercadoria, estoque, gastos com funcionários, aluguel de depósito, etc, na mudança para o camelódromo, este modelo teve de ser aprimorado e adaptado às novas obrigações pecuniárias. Neste sentido podemos afirmar que, além da localização privilegiada em relação ao bloco B, os comerciantes do bloco A estão pondo em prática uma *expertise* adquirida na rua, o que ajuda a tornar este espaço mais próspero economicamente.

Esta pesquisa, da forma como se desenvolveu, proporcionou um ponto de vista amplo no que diz respeito à temporalidade. A observação do campo trouxe novos olhares sobre novas realidades. Percebe-se que a dinâmica dentro do CPC é quase tão intensa quanto era na rua. A nova configuração espacial, embora restrinja e organize o espaço em blocos, também oferece a possibilidade de novos arranjos e parcerias, investimentos na estrutura das lojas e em mercadorias mais frágeis e de custo elevado, que não poderiam ser vendidas nas ruas.

A mudança para o CPC tem gerado uma necessidade de adaptação à nova ordem que, estabelecida verticalmente, exige dos comerciantes uma maior disciplina. O ônus da cobrança de aluguel e do condomínio, além dos horários que devem ser cumpridos e da constante vigilância, é recompensado pelo bônus do abrigo das intempéries, endereço fixo, segurança e da possibilidade de novos arranjos dentro do edifício. Enquanto alguns comerciantes acabam aderindo com maior afinco ao projeto de reelaboração da identidade de camelô proposto pela administração, para outros esta nomenclatura é menos efetiva, mas sempre bastante simbólica. De qualquer modo, não se pode afirmar que há uma ruptura com a identidade de camelô. Por mais que o comerciante dentro do CPC se afirme enquanto lojista, a “nova identidade” se constitui enquanto continuidade de sua identidade biográfica, ou seja, a configuração que se estabelece não desconstrói o camelô, pelo contrário, gera uma manutenção de categorias que já eram acionadas na época em que estes comerciantes trabalhavam na rua, a principal delas é a própria adaptabilidade. Assim, analisar o camelódromo em termos de continuidade de uma “identidade de camelô” *versus* surgimento de uma “identidade de lojista”, além de infrutífero pode gerar complicações quanto à valoração destas identidades que vão além da dualidade convencional. A transição de camelô para lojista não passa por uma ruptura com o passado, mas sim por uma aceitação da identidade atribuída, combinada com as categorias subjetivas que posicionam os sujeitos no espaço social onde estão inseridos. Longe de ser definitiva, esta nova identidade está em constante negociação, já que as estratégias usadas no cotidiano atravessam barreiras identitárias e encontram, na nova configuração, possibilidade de jogar de acordo com regras apreendidas no passado ou atualmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAQUERO, Marcello. *A Pesquisa Quantitativa nas Ciências Sociais: Uma Introdução*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papirus, 2005.
- CARRIERI, Alexandre de Pádua; MARANHÃO, Carolina Machado Saraiva de Albuquerque; MURTA, Ivana Benevides Dutra. Crítica ao manejo humano em Belo Horizonte. **Rev. Adm. Pública**, RJ, v. 43, n. 6, dez. 2009. Disponível em <<http://www.scielo.br/scielo>> Acessos em 17 mar. 2012.
- CASTELLS, Manuel. *Movimientos sociales urbanos*. Madrid: Siglo Veintiuno, 1973.
- DUBAR, Claude. *A socialização: construção de identidades sociais e profissionais*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Org. Michael Schröter; Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.
- . *Introdução à Sociologia*. Lisboa, Edições 70, 1999.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1987.
- GEERTZ, Clifford. *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1995.
- 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, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- NORONHA, Eduardo G. "Informal", ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil. **Rev. bras. Ci. Soc.**, São Paulo, v. 18, n. 53, out. 2003. Disponível em <<http://www.scielo.br>> Acessos em 17 mar 2012.
- PEREIRA, Rosângela Maria. *De trabalhadoras precárias a empreendedoras da confecção? A complexa construção da identidade profissional das trabalhadoras a domicílio da indústria da confecção*. Tese de Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.
- PINHEIRO-MACHADO, Rosana, "A Garantia soy yo": etnografia das práticas comerciais entre camelôs e sacoleiros na cidade de Porto Alegre e na fronteira Brasil/Paraguai. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Antropologia social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2004.
- RIBEIRO, Gustavo Lins. *A Globalização Popular e o Sistema Mundial Não-Hegemônico*. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol. 25, n° 74. São Paulo.
- SIEDE, Mario Ale. *O trabalho informal: o estudo dos camelôs de Porto Alegre*.

Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1994.

TELLES, Vera da Silva. Mutações do trabalho e experiência urbana. *Tempo soc.*, São Paulo, v. 18, n. 1, jun. 2006. Disponível em <<http://www.scielo.br/scielo>> acessos em 05 jun. 2012.

VARGAS, Júlio Celso Borello. *Centros urbanos vitais: Configuração, dinâmica funcional e caráter das ruas comerciais de Porto Alegre*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio Grande do sul, 2003.