

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

Lidia Canellas

**Camelô no Camelódromo não fica na pista:
uma etnografia acerca da construção e desconstrução de regras no Mercado Popular da
Uruguaiana - RJ.**

Niterói

Abril de 2010

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

Lidia Canellas

**Camelô no Camelódromo não fica na pista:
uma etnografia acerca da construção e desconstrução de regras no Mercado Popular da
Uruguaiana - RJ.**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre.

Niterói
Abril de 2010

Banca Examinadora

Professor Orientador Roberto Kant de Lima
Universidade Federal Fluminense

Professora Co-Orientadora - Prof Dr. Maria Victoria Pita
Universidade de Buenos Aires

Prof. Dr. Kátia Sento Sé
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Marco Antônio da Silva Mello
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Lénin dos Santos Pires

RESUMO

Essa dissertação é resultado de um trabalho de campo realizado desde o ano de 2006 no Mercado Popular da Uruguaiana - MPU, também conhecido como Camelódromo da Uruguaiana. Criado em 1994, sob o argumento de acabar com a desordem nas vias públicas do Centro do município do Rio de Janeiro, o espaço configurou-se, na concepção de autoridades públicas e da mídia carioca, como um espaço que se mantém a partir de atividades ilegais. Entretanto, o Mercado Popular da Uruguaiana abriga uma série de pequenos mercados, fator que não permitiria qualificá-lo como um local de características rígidas, assim, os valores e as regras que estão em jogo não abrangem o Camelódromo como um todo. Embora identificado como um *território sem lei*, o MPU é delineado por uma multiplicidade de negociações que extrapolam a idéia de (i)legalidade e adentram num universo de códigos, regras, rupturas e moralidades. O trabalho fora elaborado com o propósito de reconstruir parte da história do Mercado a partir da observação das formas que se sucedem a ocupação, a apropriação e a gestão do espaço público urbano. O objetivo dessa dissertação é descrever e analisar, com o olhar direcionado à interação dos atores, os aspectos que permitirão compreender como suas ações possibilitaram a instalação, transformação e consolidação do Mercado.

Palavras chaves: camelô, associativismo, espaço público urbano, administração institucional de conflitos.

ABSTRACT

This thesis is a result of fieldwork researched and observed since 2006 at the Uruguayan Popular Market - MPU, also known as the *Camelódromo da Uruguaiana*. Founded in 1994, searching to put an end to the disorderly downtown streets in Rio de Janeiro, the space was designed from the beginning by public authorities and the local media as a space that remains free from illegal activities. However, the MPU hosts a number of small markets, a factor that doesn't allow to be managed as strict needed because of its rigid characteristics, so the values and rules that are at stake do not include the *Camelódromo* as a whole. Although identified as a *lawless territory*, the MPU is delineated by a multiplicity of negotiations that go beyond the idea of (i) legality and step into a universe of codes, rules, ruptures and morals. The work had been prepared in order to rebuild part of the market's history through an observation of the forms that follow the occupation, ownership and management of urban public space. The objective of this thesis is to describe and analyze, with a direct focus on interaction between street peddlers and the aspects that will permit us to understand how their actions allowed the installation, transformation and consolidation of the market.

Keywords: Street peddlers, associations, urban public space, institutional management conflicts.

AGRADECIMENTOS

Descrever “agradecimentos” suscitou perceber que este espaço da dissertação não se restringe a reverenciar, mas explicitar o espaço do qual estamos falando, “a malha” da qual estamos inseridos, onde os colegas são constantes incentivadores e interlocutores. Este trabalho foi elaborado por muitas vezes, muita discussão e muitas imprecisões. Há muito a ser feito, corrigido, pensado e repensado, ainda mais quando o foco da discussão são pessoas que atuam no espaço e vice-versa, no qual ambos estão em constante transformação. Enfim, agradeço ao NUFEP – Núcleo Fluminense de Estudos e Pesquisas, através de todos os seus integrantes, as questões levantadas, que para o nosso deleite, estão longe de ter um final ou apenas uma posição.

Finalizar esta dissertação não seria possível sem a extrema generosidade do meu orientador. Em primeiro lugar, é necessário agradecer-lo por sua paciência na correção das incontáveis aspas e vírgulas que sobrecarregavam ou estavam ausentes em cada texto que o encaminhava e por seu constante esforço quando escutava e buscava entender os confusos comentários ou apresentações que eu tentava esboçar em meio às reuniões semanais, aos seminários que eu apresentava em suas disciplinas às apresentações de trabalhos em congressos. Em segundo lugar, admiração e respeito ao Professor Roberto Kant de Lima restringe qualquer possibilidade do agradecimento pleno, mesmo assim, obrigada por investir e acreditar!

Dar início a este trabalho não seria possível se no ano de 2002 não tivesse tomado a iniciativa de conhecer um dos pontos, que em minha concepção, é um dos mais agitados, alegres, estressantes, encantadores, confusos e conflituosos do município do Rio de Janeiro, o Mercado Popular da Uruguaina, mais conhecido como Camelódromo. Agradeço a todos os camelôs, sejam eles vendedores ambulantes, empresários ou da *pista*. Agradeço por terem me ensinado as múltiplas identidades e versatilidades de um camelô, além de terem transformado os dias quentes cariocas em dias ricos e especiais para a minha formação como ser humano. Em especial, ao Seu Adão, no corpo do texto identificado como Seu Manuel Bombril, atualmente um amigo querido.

À Professora Maria Pita, minha Co-orientadora. Embora distante, sempre presente e disponível, de forma bastante carinhosa e solícita.

Aos Professores Marco Antônio da Silva Melo, Lenin dos Santos Pires, Fernando Rabossi e Katia Sento Sé pela participação nas bancas de qualificação de projeto e de defesa da

dissertação, mas principalmente pelo fato de contribuírem em minha formação como pesquisadora, com informações valiosas e incentivadoras para o desenvolvimento do meu trabalho.

À Professora Delma Pessanha e aos Professores Jair de Souza Ramos, Sidnei Perez, Antônio Rafael Barbosa que ministraram algumas das disciplinas. Ao Programa de Pós Graduação de Pós Graduação de Antropologia da Universidade Federal Fluminense, pela possibilidade de cursar o mestrado nesta instituição.

Aos meus pais Maria Laura e Paulo Roberto pelo carinho e minhas irmãs, Liana, Lilia, Livia Isabella e Ana Clara, sempre amáveis, dando força e incentivo.

Ao meu namorado Victor Iervolino, um agradecimento carregado de carinho e desculpas pelas ausências e impaciências.

À grande amiga e presente família Canellas, em especial aos Tios Cadu e Rosa que sempre contribuíram, principalmente, ‘segurando as pontas’ durante o período que estive sem a bolsa de estudos.

À Deborah Bastos que há vinte e quatro anos é parte fundamental da minha vida.

À Hilaine Hiacoubb por trazer sua graça, comentários e encantos para turma 2008 de Antropologia do PPGA; hoje, à sua grande amizade.

À Isabella Pimenta pelo incentivo, mesmo que inconsciente, de pensar que nada é tão complicado quanto aparenta ser.

À Maria de Paula Godoy Garcia pelas noites em branco carregadas de vinho e Antropologia.

Às amigas que sempre ensinam: Bebel Ostrower, que sempre me incentivou, através de suas histórias de campo e de sua sensibilidade aflorada, desenvolver meu trabalho junto aos ambulantes. À Maria Pereira, amiga que ao descobrir que sou regida por água e ar, faz o impossível para colocar meus pés na terra. À Juju Fernandez com quem aprendo ser um pouco mais disciplinada. À Samanta Springler, como quem aprendo a ser mais tolerante. À Sabrina, com quem aprendo que o dia a dia pode ser menos denso e mais simples. Ao amigo Ricardo Molnar agradeço pela sua acidez desconstrói meus dramas cotidianos. À Lou Storne, com quem aprendo a ser mais decidida. À Francine Machado, de quem vislumbro delicadeza,. Aos pesquisadores e amigos que fazem do NUFEP, espaço em que a socialização extrapola a ideia de um espaço puramente acadêmico. Em especial à Virginia Taveira, Lucio Pinho, Dona Sônia, Glaucia Mouzinho, Lenin Pires, Lucia Eilbaum Edilson Márcio e Marcus Veríssimo, Flavia Medeiros, Frederico Policarpo.

SUMÁRIO

Casos e Descasos: Histórias sobre o Mercado Popular da Uruguaiana - 9

I – Introdução

Camelódromo da Uruguaiana: o Mercado que abriga muitos Mercados - 12

1.1– experiências etnográficas - 14

1.2 – Centro: um local privilegiado – 18

1.3 – Um espaço configurado por confluências - 25

II – Capítulo: Camelôs: “antes de Deus existir, esse diabo já estava na Rua” - 32

2.1 – Camelôs: onde não encontrá-los? - 36

2.2 – O camelo e o camelô – 41

2.3 – A construção midiática da espécie camelo/ô - 42

2.4 - O surgimento do discurso sobre a desordem - 45

III – Capítulo:

Manda quem pode, obedece quem tem juízo - 51

3.1 – Os “grandes-homens” do MPU - 53

3.2– Histórias das Associações - 55

3.3 – Taxas, a quem pagar? - 64

3.3.1 – Taxas de manutenção - 66

3.3.2 – Taxas de iluminação - 69

3.3.3 – Quando um funcionário não dança no ritmo da Associação - 74

3.3.4 – Quando os Associados não dançam no ritmo da Associação - 77

3.4 – Quando a regra é romper a ruptura - 79

Capítulo IV:

Administração de conflitos em uma perspectiva pacificadora - 81

4.1 – As regras igualam os desiguais - 82

4.2 – Construções de regras para o recadastramento - 85

4.3 – Espaços ajustados em um mapa original - 89

4.3.1 – Amizade e interferência na conformação do espaço - 90

4.3.2 – Habilidade e a acomodação do espaço - 98

Considerações finais - 103

Anexos: 107 - 110

Anexos I. Classificação Brasileira de Ocupações - 107

Anexos II. LEGAL - 109

Anexos III. União X ACAC - 110

Referências Bibliográficas - 111

Apresentação

Casos e Descasos: Histórias sobre o Mercado Popular da Uruguaiana

Esta dissertação teria a pretensão de reconstruir a história do Mercado Popular da Uruguaiana – MPU, apelidado de Camelódromo da Uruguaiana, local onde, no ano de 1994, centenas de vendedores ambulantes foram alocados. Entretanto, à medida que essa história se torna explícita, vejo que reconstruí-la se trata de uma presunção. Impossível, eu diria. Conforme nos deparamos com as incontáveis histórias acerca do MPU, descobrimos que são os entrelaces existentes entre elas que as constituem. Histórias se atravessam e são móveis, ao passo que são contadas por cada ator. Nessa perspectiva, reconstruir significa trazer alguns elementos inseridos no emaranhado de narrativas contadas a respeito do Mercado. Essas narrativas serão reconstruídas e contadas a partir da observação do cotidiano dos atores que interferem no espaço e recebem influências do mesmo. Nesse sentido, as práticas auferidas e impetradas por esses atores¹ são fatores que promovem as construções e as desconstruções das regras.

As multiplicidades de histórias que produzem histórias nos levam aos casos descritos em *Crime e Costume na Sociedade Selvagem*, quando Malinowski nos traz uma série de explicações para a ruptura de regras que irrompem a tradição no intuito de restabelecer a ordem entre os nativos das Ilhas Trobriand². Nos casos apresentados, as histórias configuram-se de acordo com os meios em que foram publicizadas, modificam os fatos dependendo da forma que são reproduzidas, deixam de ser histórias quando não afetam a parte que não deveria ter o interesse em transformá-la em história. Segundo o autor mencionado acima, são as leis civis que regem todos os aspectos da vida social dos nativos das Ilhas. Essas regras não são rígidas ou absolutas, são mantidas por forças sociais compreendidas como racionais,

¹ Vendedores ambulantes que atuam na *pista*, nas calçadas e no interior do MPU, pelas Associações e pelos Associados, pelas instituições públicas e pelas privadas, entre outros.

² Um exemplo para explicitar como as histórias se atravessam é o ritual de exumação dos corpos dos nativos das Ilhas Trobriand. Um período após o corpo de um morto ser enterrado, ele seria exumado no intuito de ser analisado. A exumação objetiva explicar a causa de sua morte. Ao ser desenterrado, o corpo deveria apresentar marcas ou estar uma posição que determinasse o motivo da morte. De acordo com o autor, os fatos contados eram incompatíveis com o que ele observara, pois na maioria dos casos não havia sinais ou não havia consenso sobre esses sinais. (Malinowski, 2003)

elásticas e adaptáveis. Todos os nativos acreditam na lei, todavia a lei é ideal quando se trata da conduta alheia. Como as leis são obedecidas por conta de incentivos sociais e psicológicos, não são transgredidas, são contornadas por métodos que todos os nativos têm conhecimento, ou seja, são restabelecidas pelas regras calcadas nas tradições. (Malinowski, 2003).

Institucionalizado pelo poder público municipal do Rio de Janeiro, o Mercado Popular da Uruguaiana foi contemplado por inúmeras leis que jamais foram cumpridas, posto que, o fato de descumpri-las não é sinônimo de represálias. Nesse sentido, a tentativa de produzir concepções arraigadas às noções de legalidade e ilegalidade, impossibilitaria adentrar nas estratégias e artimanhas utilizadas pelos atores que, através de sua prática, atualizam essas leis. Refiro-me à construção de regras locais e às negociações de novas ordens que não sejam as estabelecidas pelo sistema jurídico.

Legalmente, o espaço deveria comportar barracas que seriam removidas no findar das atividades diárias de cada camelô, mas, atualmente, comporta inúmeros corredores construídos por cimento, madeira, ferro, entre outros materiais que impossibilitariam a remoção diária. Embora não esteja dentro dos requisitos legais, a transformação da estrutura física do MPU foi consentida pelas autoridades que fiscalizam o local. Esse consentimento não ocorreu formalmente e tampouco por negligência, mas através da reelaboração das regras que definem o Camelódromo.

À medida que o espaço físico foi modificado, apropriado e reapropriado, a movimentação dos atores que produziram novas ambiências se tornou explícita, porém, casualmente, essa flexibilidade é transparente. Apesar das modificações serem realizadas pelos licenciados que ocupam o Mercado, elas devem se respaldadas por outros atores. Mesmo que um Associado acredite estar interferindo na estrutura do MPU através de uma liberdade pessoal, há regras que possibilitam essa crença. Em primeiro lugar, suas atitudes estão condicionadas à observação e aprovação de outros Associados ou das instituições, governamentais ou não governamentais, encarregadas de fiscalizar o local. Assim, o Camelódromo, configura-se por uma regra, implícita, ou não, em que todos vigiam todos em tempo integral. Em segundo lugar, essa crença é possível na perspectiva de que as mudanças realizadas não criaram incômodos para os demais atores, pois caso a transformação venha a ser um problema, a situação será explicitada, corroborando para a eclosão de conflitos. Em

terceiro lugar, o incômodo pode ser transformado em tolerância, já que o ator pode estar se indispondo indiretamente com a “malha” de atores que dão vida, através de suas práticas, ao Mercado Popular da Uruguaiana. A história do Camelódromo confunde-se com a história dessa “malha” (Kant de Lima, 1995: 69).

A reconstrução, ou melhor, a busca de elementos inseridos no emaranhado de narrativas contadas a respeito MPU, então, será realizada a partir da observação das formas que se sucedem na ocupação, apropriação e gestão do espaço público urbano. Logicamente, todos os meios de ocupar, apropriar e gerir englobam e recebem a marca de uma diversidade de atores que, através de relações, códigos e regras, específicas e particulares, circunscritas ou não, por instrumentos legais, delineiam o uso daquele espaço. À medida que essas práticas sociais são estudadas, percebemos a importância de entender com maior profundidade as ações desenvolvidas pelos atores envolvidos em cada uma delas (Becker, 1977). Tais ações estão entrecortadas por regras peculiares e específicas acerca das atitudes de cada ator, do seu posicionamento e da sua representatividade dentre outros atores. Elas estão diluídas em interesses e sentimentos, na atribuição de valores e, por esses motivos, são capazes interferir nas regras que as entrecortam. As decisões sobre as regras, definidas pelos atores que administram e controlam o MPU, são flexíveis, podem ser explicitadas ou mantidas em segredo, podem produzir relações harmônicas ou desencadear uma série de violências, físicas ou morais. Nessa perspectiva, o objetivo dessa dissertação é descrever e analisar, com o olhar direcionado à interação e aos conflitos que permeiam as relações entre os atores que corroboram para a existência do Camelódromo, os aspectos que permitirão compreender como suas ações possibilitaram a instalação, ocupação, transformação, administração e consolidação do Mercado.

I – Introdução

Camelódromo da Uruguaiana: o Mercado que abriga muitos Mercados

A primeira vez que entrei no Camelódromo pensando em um trabalho acadêmico foi no ano de 2002, quando cursava a disciplina “Antropologia Visual” oferecida pela professora Tânia Neiva, ainda na graduação de Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense. Neste período, pouco me preocupava em pensar na apropriação, na ocupação e no uso do espaço público de forma particularizada. O trabalho de conclusão daquele curso determinava que escolhêssemos um local de interesse pessoal para ser fotografado. Sem pensar no que poderia encontrar pela frente, escolhi fotografar o Camelódromo.

Um dos motivos que me incitou ir ao local foi a riqueza de cores, de parafernálias e de pessoas que entulhavam aquele espaço de forma aparentemente desorganizada e desordenada. Em *A Galinha D'Angola*, os mercados são apresentados como espaços que chamavam atenção de cronistas e viajantes não apenas pelo fato de serem constituídos por “*intensa vida social, mas também pelo que ofereciam de pitoresco à contemplação do visitante, ávido de exotismo*” (Barros, Mello e Voguel, 2001:7). Após decidir o local, pedi que um amigo me acompanhasse. Exíguo era o seu interesse pelo “*exotismo*” que encontraríamos no Camelódromo, ao contrário, ele tinha certo horror à confusão de sons, ao cheiro e às pessoas que se esbarravam. O convite foi feito pelo fato de que esse amigo frequenta assiduamente o local para comprar cd's e dvd's por um valor inferior ao das lojas do comércio considerado formal. O convite foi aceito. Passamos uma manhã percorrendo aqueles corredores e nos tornamos alvo da cara feia de muitos comerciantes. O motivo do receio desses comerciantes era o instrumento que eu utilizava para fazer meu trabalho, uma simples câmera fotográfica.

Embora todas as fotografias tenham sido tiradas com a autorização dos proprietários das barracas, que em pesquisa posterior descobri se chamarem “boxes”, houve um grande incômodo dos comerciantes que não sabiam do meu propósito. Alguns se posicionavam ao nosso lado com os braços cruzados, como se estivessem indagando algo sem precisar mencionar uma só palavra. Enquanto as caras feias nos seguiam, meu amigo, bastante tenso com a situação repetia sem descanso: “*se a gente não sair daqui agora, vamos embora!*”.

O trabalho me rendeu algumas fotos, todas com péssima qualidade. No entanto, quando as vejo, tenho a possibilidade de perceber que naquele momento, tive apenas acesso aos boxes que comercializavam mercadorias consideradas legais, como bijuterias, canetas, doces. A única exceção foi a de um box que vendia cigarros. Mesmo assim, não poderia afirmar que eram *paraguaios*³, pois alguns camelôs apresentam notas fiscais desse tipo de mercadoria. O proprietário deixou que sua bancada fosse fotografada e sentiu-se orgulhoso com a perfeição em que sobrepunha aqueles produtos.

Somente no ano de 2006 pude entender o porquê de uma câmera fotográfica estimular a mudança de feição de grande parte dos comerciantes daquele local. Em dezembro daquele ano, acompanhada de uma pesquisadora⁴ do Núcleo Fluminense de Estudos e Pesquisas – NUFEP -, núcleo de pesquisa coordenado pelo Professor Roberto Kant de Lima, ao qual estou inserida desde 2003, voltei ao local.

Em novembro daquele ano, dei início às idas ao Mercado Popular da Uruguaiana para desenvolver uma das partes propostas no edital da pesquisa “Entre o Legal e o Ilegal: lógicas igualitária e hierárquica na administração de conflitos no espaço público urbano”, coordenada pelo professor Roberto Kant e financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. Além do capítulo “O comércio informal em um Camelódromo no Rio de Janeiro”, a pesquisa culminou no desenvolvimento de trabalhos apresentados em diferentes Congressos⁵.

Após a conclusão e entrega do relatório da pesquisa, afastei-me do Núcleo para estudar para a seleção do mestrado. Esse período foi bastante curto, pois em 2008 dei início ao curso de Antropologia no Programa de Pós-Graduação de Antropologia na Universidade Federal Fluminense – PPGA/UFF. O interesse em voltar ao Mercado Popular da Uruguaiana se concretizou. A única certeza que eu tive durante minha pós-graduação em Antropologia foi

³ A identificação de um produto como *paraguai* não quer dizer que o mesmo tenha sido produzido no Paraguai, a palavra caracteriza um produto considerado falsificado ou de má qualidade.

⁴ Tatiana Calandrino é aluna do curso de Direito da Universidade Federal Fluminense.

⁵ “Os donos da situação – uma discussão sobre os significados e sentidos do associativismo em um Camelódromo no Rio de Janeiro”, apresentado na VII RAM. “Mercado Popular da Uruguaiana: uma etnografia acerca do ‘m² mais caro’ do Centro do Município do Rio de Janeiro, apresentado na IV Jornada dos Alunos do PPGA/UFF. “Em busca dos responsáveis: uma discussão sobre os atores e as dinâmicas que viabilizaram a construção de um Camelódromo no Rio de Janeiro (RJ)”, apresentado na VIII RAM.

a de que o meu trabalho final teria origem naquele espaço. No entanto, não sabia qual a direção o universo de informações às quais havia me deparado iria tomar. A escolha por analisar a ocupação do Mercado Popular da Uruguaiana foi incitada por meu orientador, o Professor Roberto Kant de Lima, e pelas discussões semanais com os colegas que estão inseridos no NUFEP.

1.1 – Experiências etnográficas

O início do trabalho de campo foi marcado por uma enorme dificuldade de comunicação, pois encontramos⁶ um grande receio por parte dos interlocutores, que se encontram constantemente assediados por inúmeras visitas de jornalistas, policiais, advogados e *olheiros*⁷, o que os fazem inseguros. Quando nos aproximávamos dos comerciantes explicando que estávamos realizando um trabalho acadêmico e, algumas vezes, apresentávamos um documento comprovando o que dizíamos, notávamos maior abertura com os que ofereciam mercadorias “legais”, como roupas que não continham etiquetas de marcas famosas, bijuterias, artesanato e capas para aparelhos de celular, em oposição àqueles que vendiam produtos identificados como “ilegais”, tais como eletrônicos, celulares, relógios, camisetas de times e tênis “piratas”. Como nada sabíamos sobre o local, não poderíamos pensar em uma entrevista semi-estruturada. Assim, todas as abordagens eram iniciadas pelo pedido ao interlocutor para que falasse sobre o surgimento do Mercado, o momento e a forma que ingressou no mesmo.

Em 2008, fiz visitas esporádicas aos interlocutores na tentativa de retomar alguns contatos. Fui recebida de forma bastante positiva, porém fiz questão de comunicar a eles que não frequentaria o camelódromo semanalmente como no período anterior. Expliquei que o retorno ao Mercado aconteceria no ano seguinte, como de fato ocorreu.

No ano de 2009, retomei o trabalho de campo no Camelódromo. O retorno ao espaço ocorreu em um momento valioso, já que a mudança de Prefeito veio acompanhada de novas

⁶ Neste período, conforme descrito, o trabalho de campo foi desenvolvido em companhia de outra pesquisadora, por isso “encontramos”.

⁷ Observadores contratados por empresas nacionais com intuito de fiscalizar a venda de cópias “ilegais” de suas mercadorias.

regras e controles para o uso do espaço público urbano, inclusive daquele espaço. Embora a proposta por parte da prefeitura seja organizar e criar novas regras para o comércio informal, não tenho como objetivo apresentá-las, analisá-las ou discuti-las neste trabalho.

Apesar da pesquisa ter sido realizada no mesmo local, a experiência etnográfica nos diferentes períodos de trabalho de campo foi bastante diversificada. Aparentemente as questões que cercam o Mercado são as mesmas, como, por exemplo, as disputas pela direção da Associação, que controla o espaço e a apreensão de mercadorias ditas piratas. Todavia, no ano de 2009, ao contrário do ano de 2006, não tive que bater de porta em porta para conversar com cada interlocutor. Nesse período, tive um guia, ou seja, uma das lideranças que disputam o espaço conduziu-me a inúmeros interlocutores, que em seguida apresentaram-me a outros atores. O outro efeito da nova inserção foi a possibilidade de registrar as conversas através de gravações, fato que jamais ocorrera entre os anos de 2006 e final de 2009. Apesar do uso de um novo instrumento, a abordagem aos interlocutores continuou a mesma que havia sido utilizada no início do trabalho de campo: o primeiro contato restringia-se ao questionamento sobre a história do Mercado e a do respectivo interlocutor naquele espaço.

Hoje, posso afirmar que, finalmente, me sinto dentro do Mercado, ou melhor, fui inserida em uma das pequenas partes que constituem o Camelódromo. Os motivos que impulsionaram essa abertura não foram inteiramente explicitados, no entanto posso creditá-los, entre outras causas, às disputas que há pouco eclodiram entre as Associações. Enquanto uma Associação fez questão de manter seus segredos, a outra, implicitamente, convidou-me para registrar o seu retorno, para contar sua versão da história. Nessa perspectiva, acredito que formei uma rede de interlocutores que já estava organizada através de propósitos similares e movida por ensejos semelhantes. Tais propósitos e causas serão descritas e analisadas no segundo capítulo desta dissertação.

Seria injusto da minha parte tratar as inúmeras tentativas de contato com uma das Associações como menos importante que as conversas obtidas com sua adversária. Refiro-me às inúmeras tentativas de conversas com as lideranças da União dos Comerciantes do

Mercado Popular da Uruguaiana, na época presidida por um homem chamado Carlos Augusto⁸.

Entre os meses de dezembro de 2006 e novembro de 2009, insistentemente busquei uma relação mais estreita do que a oferecida pela União. Constantemente os encontros eram marcados, mas concomitante à minha chegada havia um problema a ser resolvido ou naquele momento, o presidente estaria ausente. Em todas as ocasiões, diferentes atores solicitaram meu retorno poucas horas ou dias depois, mas conforme cumpria com o pedido, a situação se repetia. Eu sempre fui convidada a voltar, porém durante cada retorno, as informações obtidas constituíam-se em perceber o desinteresse por parte dos atores que compunham a Associação em informar. Dessa forma, realizei parte da pesquisa e descobri que a falta de informações me trouxe dados importantíssimos.

No período compreendido entre o final de 2006 até meado de 2007, quando estava acompanhada de outra pesquisadora, fomos atendidas pela vice-presidente da Associação, Elisa, todavia, escassas foram as chances de escutar fatos que contribuíssem para pensar nos episódios de maior relevância que deram origem ao Mercado. O primeiro encontro com a interlocutora foi consolidado pela solicitação de um documento da Universidade que comprovasse o nosso vínculo com a mesma. Neste encontro fomos informadas dos serviços oferecidos pela associação, como, por exemplo, advogados, médicos e dentistas; do número de quadras que constituem o Camelódromo; do número de box que compõem cada quadra. Os encontros seguintes configuraram-se pelo convite de passarmos em outro horário ou outro dia, como mencionei anteriormente. Vale destacar que o documento solicitado foi entregue.

Com o passar do tempo, concluímos que não conseguiríamos uma conversa com a vice-presidente, tampouco com o presidente, mesmo assim, semanalmente, marcávamos ponto na Associação e repetidamente fazíamos o pedido de uma conversa rápida, garantindo-lhes que não tomaríamos muito tempo. Quando não éramos rejeitadas por Elisa, um dos funcionários repassava o recado, muitas vezes sem consultá-la, sobre a possibilidade ou não de nos atender.

⁸ Os nomes publicizados neste trabalho são fictícios, exceto dos atores citados em jornais, revistas, ou fontes de informações consideradas formais.

Conforme descrito, a situação se prolongou por meses, até que um dia as capas dos principais jornais cariocas nos colocaram diante da figura de Carlos Augusto. O presidente havia sido assassinado. Por ironia, pude perceber que aquele rosto não era estranho, já que inúmeras vezes ele havia nos observado conversando com seus funcionários ou com sua vice, perguntando pelo seu paradeiro.

Após a morte de Carlos Augusto, o Camelódromo passou por um curto período de conflitos que, segundo alguns interlocutores, “*nem se compara com o que tem acontecido*”. O que acontece é a explicitação de mais uma disputa. Após ter sido afastada “*na marra*”, por pressão e imposição, a Associação dos Comerciantes Ambulantes do Centro – RJ (ACAC) voltou. Dessa vez constituída por parte dos atores que a tiraram de cena.

A notícia do retorno da ACAC ao Camelódromo foi fornecida pelo vice-presidente da instituição, Geraldo. Após uma tentativa frustrada de conversar com Cândido, ator que se identifica como um dos fundadores do Mercado, tendo Carlos Augusto lhe prestado serviços de *office-boy*⁹, parei para bater papo com Pedro e falar das dificuldades que tinha em conversar com os membros da União. Após meu comentário, Seu Eduardo comentou: “*tá uma briga danada, ninguém nem sabe pra quem paga a luz, deve ser por isso que eles não querem falar, tão numa correria só*”. A explicação de Seu Eduardo foi o principal incentivo para bater na porta da concorrência.

Na ACAC percebi que, ao contrário da União, as lideranças queriam contar suas histórias e suas experiências, além de terem a possibilidade de publicizar a batalha iniciada com a União e as disputas que já haviam passado pelo Poder Judiciário. Contudo, essas disputas eram definidas através de ações e reações, nas decisões de estratégias a serem seguidas por cada ator ou pelo conjunto de atores que dão mobilidade ao cotidiano do Mercado. Esta situação me conduziu ‘*às condições de felicidade*’ da entrevista explicitada em “*A Miséria do Mundo*¹⁰” (Bourdieu,1997:704).

⁹ Também abreviado como *boy*, o termo no Brasil é utilizado para identificar homens ou mulheres que prestam serviço para empresas públicas ou privadas, formais ou informais. Dentre suas funções estão a de fazer entregas de documentos em localidades fora da empresa e a de fazer pagamentos e depósitos bancários.

¹⁰ Relação construída entre pesquisador e pesquisado durante uma entrevista. O pesquisador oferece ao pesquisado liberdade para que possa exprimir sentimentos. Os sentimentos podem surgir em um discurso

Os últimos meses de trabalho de campo no Camelódromo, especificamente de novembro a fevereiro, foram fundamentais para entender que o Mercado Popular da Uruguaiana abriga uma série de pequenos mercados. Cada quadra constitui uma vizinhança com cumplicidades e divergências diferenciadas entre os funcionários. Uma quadra pode ficar distante da outra, quando o objetivo é atravessar um carrinho com uma caixa de isopor acoplada para a comercialização de frutas geladas. Os valores e as regras que estão em jogo não abrangem o Mercado como um todo, assim como veremos no segundo e no terceiro capítulo dessa dissertação.

1.2 – Centro: um local privilegiado

O Mercado encontra-se localizado em uma das áreas comerciais mais nobres do município do Rio de Janeiro. Em seu entorno encontram-se universidades públicas e privadas, como a Universidade Federal do Rio de Janeiro, a Universidade Veiga de Almeida, a Universidade Cândido Mendes, a Universidade Gama Filho, a Universidade Estácio de Sá. Há outros espaços importantes, como o Aeroporto Santos Dumont, de onde em curtos períodos de tempo saem vôos do Rio de Janeiro para os diversos estados do país, principalmente para São Paulo capital, a chamada ponte aérea. Ainda nas proximidades do Mercado, há os centros culturais mais tradicionais, como o Centro Cultural do Banco do Brasil, o Museu Nacional de Belas Artes, o Museu de Arte Moderna, o Cine Odeon, Centro Cultural Correios e os grandes teatros, como o Teatro Municipal, o Teatro João Caetano, o Teatro Carlos Gomes. Há também, galerias de arte como a Hélio Oiticica, a Durex, a Gentil Carioca; casas de dança como a Estudantina, a Fundação Progresso e o Circo Voador; as principais bibliotecas, como a Biblioteca Nacional; prédios que alocam empresas e instituições como a Agência Nacional de Aviação Civil, a Petrobrás, a Agência Nacional de Petróleo, a Bolsa de Valores, a Embaixada Americana, empresas multinacionais, os bancos nacionais e internacionais, as inúmeras empresas de prestação de serviços e de advocacia; etc.

Em paralelo ao movimento produzido pelas grandes empresas e pelas demais instituições mencionadas, encontramos no Centro todos os tipos de comércio popular que

extraordinário, onde o pesquisado tem a oportunidade de trazer questões privadas para a esfera pública, um discurso que já existia, mas que o pesquisado ainda não tinha tido oportunidade de explicitá-lo.

possamos imaginar, como armarinhos, feiras de alimentos, de flores e de artesanatos, lojas de roupas e sapatos a preços baixos, lanchonetes chinesas, balcões árabes, *fast-food*¹¹ de todos os gêneros, bares e restaurantes, dos mais sofisticados aos *pés-sujos*¹², entre outros estabelecimentos¹³. E ainda os considerados ilegais: os mercados dos jogos, da prostituição, das drogas.

Por outro lado, o Centro se caracteriza por abrigar terminais rodoviários, como o Terminal Rodoviário Coronel Américo Fontenelle, na Central do Brasil, o Terminal Rodoviário Menezes Cortes no Castelo e o Terminal Rodoviário Mariano Procópio na Praça Mauá; estações de trem e metrô; a Estação das Barcas; entre outros locais, que recebem um enorme contingente de pessoas que surgem dos incontáveis bairros e municípios vizinhos. Passageiros que estão à passeio, que vão às compras, que se dirigem ao emprego ou que estão em busca dele, que vão ao encontro das diversas oportunidades oferecidas por um grande centro. Nessa perspectiva, podemos perceber que os transeuntes do centro do município do Rio de Janeiro, assim como seus moradores, estão cercados por uma infinidade de atrativos e amparos.

A fascinação que nos proporciona o local estudado, o Camelódromo da Uruguaiana, é o fato de reunir e movimentar partículas de grande parte dos elementos citados anteriormente. O Camelódromo oferece um comércio tão distinto quanto o que podemos encontrar nas

¹¹ De acordo com a enciclopédia virtual *Wikipédia*, *fast-food* significa *comida rápida* em inglês, enquanto em Portugal, significa *comida pronta*. No Brasil, é o nome genérico dado ao consumo de refeições que podem ser preparadas e servidas em um intervalo pequeno de tempo. São comercializados desta maneira os sanduíches, pizzas e pastéis. Aplica-se comumente à comida vendida em lojas pertencentes às grandes redes de alimentação. O mesmo alimento, que por vezes é vendido como refeição rápida, pode também ser consumido em restaurantes. O *fast-food* virou sinônimo de um estilo de vida estressante que vem sendo criticado desde o final do século XX. O principal movimento organizado de contraposição é chamado de *slow food*, *comida lenta*, e teve sua origem na Itália, no ano de 1986. Alimentos servidos nas ruas, por vendedores ambulantes, conhecida também como *street food*, *comida de rua*, é uma prática que remonta à Antiguidade e tem presença em praticamente todas as regiões do mundo moderno e que pode ser considerada uma forma de *fast-food*. pt.wikipedia.org/wiki/Fast-food, acesso em fev. de 2010.

¹² No Brasil, o termo é utilizado como uma gíria que identifica e caracteriza estabelecimentos comerciais, bares ou botequins onde se vendem bebidas alcoólicas de baixa qualidade, dito mal-freqüentado e sem condições de higiene.

¹³ Os locais citados não foram apresentados separadamente pelas regiões onde se encontram localizados. Foram mencionados a título de explicitar parte das instituições encontradas no Centro do município do Rio de Janeiro. Em “A ‘pista’ e o ‘camelódromo’ – camelôs no centro do Rio de Janeiro” estas áreas são descritas segmentadamente. A autora apresenta o comércio ambulante a partir das especificidades de cada um desses locais (Mafra, 2005).

demais áreas do Centro, no entanto com uma extensão física bastante reduzida, fator que não diminui a riqueza e diversidade das mercadorias comercializadas. À medida que o Mercado acolhe tal distinção, podemos afirmar que seus frequentadores estão inseridos em diferentes ordens, ou seja, o MPU é um espaço demasiadamente heterogêneo, desde a sua estrutura aos atores que dão vida àquele espaço. Identificado por um interlocutor como “*o m² mais caro do Centro do Rio*”, o Camelódromo corta e é cortado por importantes ruas e avenidas que constituem o centro do Rio de Janeiro.

A proposta de dar concretude a alguns caminhos que constituem o entorno do local estudado, o Camelódromo da Uruguaiana surgiu a partir da idéia de que as cidades são tratadas como objetos concretos, não passíveis de idealizações abstratas – cidades não são objetos idealizáveis abstratamente e nunca se comportam de acordo com as fantasias de quem as trata dessa forma. São concretizações de modelos culturais, materializam momentos históricos e se desempenham como podem, tendo que comportar conflitos e conjugações que se armam e desarmam sem parar em muitos níveis. (Voguel, Silva Mello, 1981:7).

Esta proposta está relacionada a dois motivos. O primeiro está ligado ao fato do centro do município do Rio de Janeiro ser um local de passagem, onde estão localizados os acessos que permitirão o deslocamento, chegada e saída de transeuntes de municípios vizinhos. A opção por pensar na Praça XV e na Rua Francisco Bicalho como pontos de referência, se deve ao fato destas serem as principais vias de entrada ou saída, partindo do pré-suposto que os passageiros saem dos municípios considerados *dormitórios*¹⁴, como Niterói, São Gonçalo, Mesquita, Nova Iguaçu, em direção ao centro, e posteriormente aos demais bairros cariocas, para desenvolverem suas atividades, retornando, constantemente, ao local de origem.

O segundo refere-se a um exercício de observação cujo objetivo é produzir um olhar diferenciado sobre a composição de um espaço que faz parte do meu cotidiano, geralmente visto e carregado de insatisfações: os longos engarrafamentos, a lotação dos ônibus, a espera pela barca, o aglomerado de pessoas disputando a frente de uma calçada durante a espera do sinal verde, o intenso e constante calor carioca. Além da tentativa de desnaturalizar meus

¹⁴ O local *dormitório* caracteriza-se pelo fato de seus habitantes manterem-se afastados para trabalhar, estudar. Enfim, desempenhar funções em lugares que não sejam o que residem e retornarem no final do dia, supostamente, para dormir, já que as atividades realizadas em seu cotidiano não interferem na rotina de seu município.

locais de passagem, tive como intuito observar como o espaço público limítrofe ao Mercado é ocupado pelo comércio informal, através das atividades desenvolvidas por vendedores ambulantes.

A Avenida Presidente Vargas ou a Rua Uruguaiana estão localizadas no centro, bairro de fundamental importância para compor o cenário carioca. O deslocamento entre os municípios de Niterói e Rio de Janeiro acontece, principalmente, pela Baía de Guanabara através de duas possibilidades: pela Ponte Rio Niterói¹⁵ através de automóveis ou por meio de uma embarcação¹⁶, a barca¹⁷. Em sua chegada ao Rio de Janeiro, o usuário dos diferentes meios de transportes irá se deparar com um emaranhado de ruas que irão se confluir e oferecer inúmeras alternativas para alcançar o local proposto, o Mercado Popular da Uruguaiana.

Ao chegar via transporte marítimo, os passageiros que há poucos minutos estavam em Niterói, irão desembarcar na Praça XV de Novembro¹⁸. Neste local, aos sábados, acontece uma das maiores feiras de quinquilharias e antiguidades do município. O espaço é tomado por vendedores que comercializam fotografias de famílias que não são as suas, álbuns de figurinhas, cadarços para tênis bastante desgastados pelo uso, bicicletas antiquíssimas, vinis, canetas sem carga, cabeças de bonecas, lustres, defumadores, ou seja, qualquer objeto imaginável pode ser encontrado naquele espaço. A cada semana, a Praça XV se transforma

¹⁵ A ponte, inaugurada no ano de 1974, é denominada Ponte Presidente Costa e Silva, mas apelidada Ponte Rio Niterói. No ano de 1995, foi realizada uma concorrência para concessão da administração da ponte para a iniciativa privada, vencida pelo consórcio Ponte S/A.

¹⁶ As duas são concessões que prestam serviço aos usuários. Para um passageiro atravessar a ponte, o mesmo deve desembolsar uma taxa ao passar pelo pedágio. A taxa difere de acordo com o modelo do veículo, como exemplo, o valor deixado por um carro de passeio é de R\$ 4,00. O valor cobrado a cada passageiro da barca é de R\$ 2,80. A ponte possui a extensão de 13 km, porém o tempo utilizado para atravessá-la bastante diversificado por conta dos longos e corriqueiros engarrafamentos. O tempo de travessia pela embarcação é de aproximadamente 15 minutos, sendo cada horário de saída ou chegada previamente determinado. Dependendo do horário, os fluxos de embarcações em direção a um ou a outro município pode ser mais ou menos intenso.

¹⁷ Por iniciativa do Governo do Estado do Rio, em fevereiro de 1998, um consórcio de empresas privadas assumiu o controle acionário da Companhia de Navegação do Estado do Rio de Janeiro (CONERJ), sob regime de concessão, por 25 anos, dando origem à Barcas S/A.

¹⁸ De acordo com o site da Riotur, www.guiaoficial.com.br, acesso em fev. de 2010, a Praça XV se constitui por uma aterrada em local onde antes coexistiam pequenas lagoas, charcos, pântanos, mangues e trechos de mar. O espaço que abrange o Paço Imperial, o Convento dos Carmelitas, o Arco do Teles e a Travessa do Mercado. Após as recentes obras de modernização e reorganização realizadas pela Prefeitura, a Praça hoje conta com bares, restaurantes, feiras, museus e intensa movimentação popular.

em um grande brechó. A ocupação deste espaço pelos vendedores ambulantes e a valorização dos produtos comercializados pelos mesmos, vem sendo estudada por Loretti. Segundo a autora:

Nos sábados, entretanto, a cenografia da Praça XV é transformada (...) as barracas da Feira de Antiguidades são montadas de acordo com a demarcação de seis fileiras de barracas (A, B,C, D, E, F) no sentido vertical, totalizando 397 barracas, que segue até uma escada de poucos degraus, que dá acesso a uma espécie de platô ou elevado. Ao subir as escadas, na Rua Jacob do Bandolim, as barracas mudam de sentido (horizontal), no total de 86 barracas montadas(...) (Loretti, 2009:25).

Da Praça XV, como o local é comumente chamado, ao Camelódromo, muitas são as opções proporcionadas pelo conjunto arquitetônico do Centro do Rio de Janeiro. Neste sentido, como a proposta é descrever meus caminhos, estas possibilidades serão reduzidas e limitadas aos trajetos que utilizei com maior frequência. A saída da Praça XV possibilitará a passagem pelo Passo Imperial¹⁹. Neste local, podemos perceber um aglomerado de barracas organizadas uniformemente, ou seja, estão distribuídas por uma distância que não dificulta o trânsito do pedestre, são idênticas em sua estrutura física, sendo montadas e desmontadas nos dias de feira. Essas barracas vendem artesanatos sofisticados, como artigos de couro e prata.

Caso a opção seja entrar, na perspectiva de que a saída é a Praça XV, na Rua São José, notamos que a ocupação do espaço público se diferencia de acordo com o horário e com o limite das quadras. Quanto mais cedo, menor é o número de vendedores ambulantes que circulam nesse espaço. Na primeira quadra desta rua, podemos encontrar ou não um senhor com uma bicicleta vendendo panos de prato e uma senhora com um triciclo, construído a partir da conversão de uma bicicleta, vendendo quinquilharias femininas como batons, elásticos de cabelo, entre outros produtos.

¹⁹ De acordo com o site www.pacoimperial.com.br, acesso em fev. de 2010, o Paço Imperial é um raro exemplo de monumento histórico que, em diferentes momentos, foi palco de importantes acontecimentos históricos. De 1743 a 1763, como colônia de Portugal, foi sede do governo no Brasil. Com a transferência da sede do Governo Geral para o Rio de Janeiro, tornou-se Palácio dos Vice-Reis até 1808. A partir de então, passou a abrigar a Família Real, que se transferiu de Lisboa para o Rio de Janeiro, recebendo o nome de Paço Real. Depois da Proclamação da Independência (1822) e até a Proclamação da República (1889), passou a ser chamado de Paço Imperial. Após a Proclamação da República, o prédio foi sede do Departamento de Correios e Telégrafos. Em 1938, foi tombado pelo SPHAN, Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, atual IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - e, em 1985, depois de restaurado, tornou-se o Centro Cultural do IPHAN.

Na segunda quadra dessa rua, podemos ter certeza de que o proprietário do carrinho do coco estará desenvolvendo com assiduidade a venda do seu produto. Durante as manhãs, percebemos uma calma que não é possível de ser notada no período da tarde. Neste período, encontramos ambulantes com pára-quedas, tabuleiros, barracas improvisadas e não fixadas, mostruários de cd's e alguns deles apresentam mercadorias penduradas por diferentes partes do corpo. Os ambulantes alocam-se nas calçadas de forma amontoada e oferecem suas mercadorias à base dos pregões, ocasiões que promovem uma agitação sonora, sensações típicas de áreas centrais das grandes cidades.

A terceira quadra da Rua São José faz limite com a Avenida Rio Branco. Esta quadra está caracterizada por uma feira de artigos diversos. A feira foi recém criada pelo atual prefeito, Eduardo Paes, que em seu primeiro ano de mandato realizou uma seleção entre os moradores do município, que após se cadastrarem, passaram por um processo seletivo no intuito de obter licenças e permissão para ocuparem regularmente o espaço público.

Ao atravessarmos a Avenida Rio Branco, temos a opção de virar à direita e seguir em frente até alcançar a Avenida Presidente Vargas, virar à esquerda dessa rua e chegar ao Camelódromo, especificamente na quadra D. Nesse percurso, temos a possibilidade de encontrar vendedores ambulantes tal como encontramos na segunda quadra da Rua São José e também carrinhos comercializando pipoca, amendoim e balas de coco sendo preparados na hora. A preparação destes produtos modifica demasiadamente o odor do local no qual estão sendo produzidos, aguçando o paladar de quem tem simpatia pelo aroma ou criando grande enjôo nas pessoas que não suportam aquele cheiro.

Caso a decisão seja ir para o Camelódromo pela Rua Sete de Setembro, também teremos que atravessar a Avenida Rio Branco. Após atravessarmos essa rua, perceberemos que, atualmente, a Rua Sete de Setembro pouco é ocupada por vendedores ambulantes, assim como a Rua Uruguaiana na parte da manhã. Conforme a tarde cai, a Rua Uruguaiana é tomada pela venda ambulante. O final desta rua abriga toda a frente do Camelódromo, as quadras A, B, C, e D.

Conforme havia comentado, a mudança de transporte nos possibilitará novos meios de chegar ao Camelódromo e, assim, perceber a dimensão e diferença do comércio ambulante em diferentes locais de passagem do centro do Rio de Janeiro. Se pegarmos os ônibus que saem

dos bairros Charitas e Santa Rosa, localizados no município de Niterói, atravessaremos a Ponte e descenderemos na Rua Francisco Bicalho²⁰. O início desta rua faz limite com uma das entradas para o Terminal Rodoviário Novo Rio, local de grande fluxo, pois reúne o embarque e o desembarque de pessoas que chegam e saem do Estado para as demais regiões do país.

As barracas localizadas entre a rua e a rodoviária possuem diferentes padrões. Algumas se assemelham a uma pequena casa de ferro com uma janela corrente e uma pequena sacada onde produtos se encontram expostos. Esse tipo de barraca não é removível, ao contrário das barracas de estruturas de ferro que são constituídas apenas por esqueletos, ou seja, peças de ferro acopladas uma à outra. As mercadorias expostas nesse tipo de barraca ficam sobre uma placa estreita de madeira, coberta ou não por plásticos ou tecidos.

Esta rua abriga o Shopping Popular da Leopoldina, espaço fechado constituído de pequenas lojas que comercializam produtos semelhantes aos produtos oferecidos no Camelódromo e nas barracas. Nos horários de engarrafamento, encontramos inúmeros ambulantes munidos de isopores oferecendo bebidas e biscoito de polvilho, entre outras guloseimas.

Ao fim da Francisco Bicalho, entramos na Avenida Presidente Vargas. Além de encontrarmos as mais variadas formas de comércio ambulante, encontramos o Camelódromo da Central do Brasil. Este possui características físicas similares às do Mercado Popular da Uruguaiana, no entanto sua extensão é menor que o Mercado analisado neste trabalho.

Assim, ao percorrer as grandes avenidas ou as ruelas que compõem o centro do município do Rio de Janeiro, queiramos ou não, podemos afirmar que o transeunte irá se deparar com um camelô, conhecido também como vendedor ambulante, oferecendo-lhe um número infinito e diversificado de mercadorias. Embora a atividade do camelô seja comercializar seus produtos em espaços públicos, como vimos, esses atores projetaram diferentes estruturas para desenvolver tais atividades. Tais estruturas estão associadas, entre outros fatores, aos diferentes usos que se faz do solo urbano.

²⁰ Além do acesso ao município de Niterói, a rua conduz usuários às diferentes áreas que constituem o município do Rio de Janeiro, como a Zona Norte, a Zona Sul e a Zona Oeste. Possibilita ainda a passagem para municípios vizinhos, localizados, por exemplo, na Baixada Fluminense.

1.3 – Um espaço configurado por confluências

Criado em 1994, o MPU foi regulamentado no ano seguinte, em 20 de março de 1995 pela portaria AP. 1, n. 02/95, assinada em conjunto pelo coordenador da Área de Planejamento – 1 (AP-1) e pelo coordenador da Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização (CLF), órgãos ligados a Secretaria de Fazenda da Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro. Todavia, os atores selecionados para ocuparem o espaço deveriam estar inseridos nos critérios estabelecidos pela lei que regulamenta a atuação do comércio ambulante no município do Rio de Janeiro 1876/92. Embora tais regulamentações venham a ser discutidas no decorrer dos capítulos, não é meu intuito verificar se as regulamentações são ou não cumpridas dentro de uma perspectiva legal. Dessa forma, serão utilizadas como um instrumento que visa compreender a relação dos atores com a ocupação e uso do espaço.

O espaço encontra-se subdividido em quatro quadras²¹: A, B, C e D. A entrada principal²² localiza-se na Rua Uruguaiana. Cada quadra possui um tamanho diferente²³, conseqüentemente um variado número de boxes. A quadra A tem início ao lado da Igreja do Rosário e termina na Rua Buenos Aires, onde faz divisa com a quadra B, que termina na Rua Senhor dos Passos. A quadra C é um pouco maior que as duas primeiras. O lado direito da quadra D, a maior delas, termina na Avenida Presidente Vargas. Atrás do Mercado tem início um complexo de lojas, bares e restaurantes que compõem outro comércio popular – a Saara. As quatro vias de acesso da estação de Metrô Uruguaiana estão localizadas abaixo da área do Mercado.

Com o objetivo de ser um espaço “conciliador”, o Mercado foi criado com o intuito de apaziguar os recorrentes conflitos que aconteciam entre os vendedores ambulantes e as instituições responsáveis pelo seu controle nas ruas do centro do município do Rio de Janeiro. Conciliar e apaziguar eram ações calcadas na proposta de produzir uma nova conjuntura para as ruas do centro, eram ideais das autoridades públicas municipais. Um dos argumentos utilizados para explicar a criação do MPU se fundamenta em tirar das ruas um grande número

²¹ Categoria utilizada pelos comerciantes e administradores do Mercado.

²² Definimos como principal em decorrência da existência de grandes placas.

²³ Não foi possível determinarmos o tamanho do espaço inicialmente concedido, no entanto há informações de que houve um aumento na ocupação. Segundo Mafra (2005) o terreno possui 10.000 m².

de camelôs e regulamentar o comércio informal. No entanto, apesar do objetivo ter sido acabar com os conflitos, o Mercado se tornou um lugar famoso por produzir, na concepção de parte da mídia, do comércio considerado legal e de parte das instituições responsáveis pelo seu controle, desordem e confusão, um espaço onde permanentemente nos deparamos com uma multiplicidade de conflitos.

Os problemas apontados pela mídia se diferenciam de acordo com o período em que foram publicizados. As questões mais recorrentes e que perpassam a década de 1980 referem-se à proliferação dos ambulantes nas ruas do Centro do Rio, à desordem e à sujeira que produzem durante o período em que desenvolvem suas atividades. Ademais, há questões que mencionam o prejuízo econômico que causam ao comércio formal e aos consumidores, já que os produtos comercializados são identificados e descritos como inferiores aos negociados no comércio formal, além da constante insinuação de terem *procedência duvidosa*²⁴.

Embora a venda de produtos considerados falsificados esteja sempre em voga, sendo tratada em paralelo ao surgimento dos camelôs nas ruas, irei me ater brevemente nas matérias apresentadas nos diversos jornais de circulação carioca publicados entre os anos de 2006 e 2007. A opção em levantar as matérias desse período está associada ao período que iniciei o meu trabalho de campo e às dificuldades encontradas em dialogar com os representantes da União.

Neste período a mídia estava voltada para o presidente da Associação, acompanhando-o desde o momento das acusações formalizadas pelo Ministério Público e pela Polícia Federal até o momento de sua prisão e, posterior, assassinato. A mídia ainda notificou inúmeros conflitos que envolviam a figura desse ator. Os registros publicados descreviam a cobrança irregular das taxas de energia e segurança por parte do presidente aos Associados; a grande quantidade de produtos pirata encontrada em sua casa; o lucro do presidente diante à negociação ilegal de compra, venda e aluguel dos boxes que constituem o Camelódromo.

Outra questão apresentada pela mídia abarcava o debate entre autoridades do Estado acerca do órgão fiscalizador do espaço. Em 16 de março de 2006, o jornal O Globo publicou que agentes de fiscalização da prefeitura estariam sofrendo ameaças de membros do

²⁴ O termo caracteriza produtos considerados de qualidade inferior aos produtos ditos originais, produzidos em locais que contenham reconhecimento e registros em instituições consideradas formais.

Camelódromo e que no ano de 2001, a Coordenadoria de Licenciamento propusera em um telejornal, o RJ TV, o fim do Mercado. Nesta matéria, o depoimento do então prefeito César Maia afirmava que a fiscalização do Mercado seria “problema” da polícia, pois o papel da prefeitura seria a autorização do uso do espaço público urbano. Em resposta, no dia 17, o delegado Marco Aurélio Ribeiro comunicou ao prefeito, através do mesmo veículo de informação, que deveria cassar a licença, multar e lacrar os boxes dos vendedores de “produtos ilícitos”.

Ao retomarmos a história sobre o Mercado, é fundamental ressaltarmos que, a escolha pela área onde atualmente o Mercado Popular da Uruguaiana está consolidado e a posterior alocação dos ambulantes naquele espaço não aconteceu por uma mera opção da administração pública, nesse caso a Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, mas, como afirmei anteriormente, como um meio de eliminar os conflitos, cada vez mais assíduos.

Embora o Mercado tenha sido criado no ano de 1994, durante a primeira gestão do prefeito César Maia, algumas ações realizadas em períodos anteriores buscaram concretizar esse feito. Uma dessas ações trata da tentativa desempenhada pelo prefeito Marcelo Alencar, no ano de 1984, de criar um *Centro de Comércio Popular*²⁵. Apesar de acreditar que, ao criar um espaço específico para reunir os vendedores ambulantes, retirando-os das ruas do centro do Rio de Janeiro, resolveria parte de seus problemas administrativos, Marcelo Alencar criou novos conflitos. Em matéria publicada na revista *Veja* de 12 de agosto de 1986, Sebastião Marinho descreve a falta de sucesso na proposta concretizada pelo prefeito:

com a promessa de **moralizar** o comércio ambulante nas principais vias do Rio de Janeiro, em julho de 1984, o então prefeito da cidade, Marcelo Alencar, do PDT, comprou uma briga aguerrida com os mais de 16.000 camelôs que costumam ocupar as calçadas do centro carioca. O motivo do conflito foi a construção, pela prefeitura, do Centro de Comércio Popular, conhecido como “Camelódromo”, onde seriam agrupados apenas 820 desses vendedores, devidamente cadastrados pelo governo municipal. Aos demais restava mudar de profissão ou então, tentar exercê-la nos bairros da periferia. Menos de dois anos depois, a guerra acabou sendo vencida pelos mascates. Desde setembro de 1985, a quase totalidade dos 14.000 metros quadrados ocupados pelo Camelódromo, na Praça Onze, centro do Rio, está coberta por instalações da fábrica montada pelo governador Leonel Brizola para construir escolas e creches pré-fabricadas

²⁵ De acordo com artigo 1º do Decreto 4615 de julho de 1984: “fica criado o Centro de Comércio Popular da Praça Onze, no próprio municipal delimitado pela Avenida Presidente Vargas, as Ruas de Santana e Benedito Hipólito e a linha de projeção vertical do Viaduto São Sebastião”; e do artigo 2º: “O Centro Popular da Praça Onze constituirá área especial destinada ao exercício do comércio por vendedores ambulantes (art. 22 de março de 1984)”.

– e os camelôs não precisam mais se credenciar para trabalhar (grifo meu). (Revista Veja, 1986)

Moralizar: “*tornar conforme os princípios da moral; infundir idéias sãs em; corrigir os costumes de...*” Assim, Aurélio Buarque de Holanda (1971) define o termo. Ao analisar a palavra moralizar no contexto utilizado por Marcelo Alencar, ex-prefeito do município do Rio de Janeiro, e na reprodução divulgada pela mídia, entendi que “*moralizar o comércio ambulante*” significava retirar os camelôs das ruas mais movimentadas do centro, seria deslocá-los para áreas onde não produziram desordem, pois não haveria ninguém para vê-los ou para se esquivar da sua presença. Todavia, afastar o vendedor das áreas mais movimentadas, significaria forçá-los ao abandono de suas atividades, eles deixariam de ser ambulantes, pois a possibilidade de não haver consumidores para suas ofertas, eliminaria o sentido de exercerem essa ocupação. A concepção de moralidade imposta pelo ex-prefeito não foi acatada pela maioria dos ambulantes. A tentativa de moralizar as atividades informais produziu insatisfação e novos conflitos.

Descontentes com o afastamento das áreas mais movimentadas e com a redução das vendas dos seus produtos, os vendedores ambulantes aos poucos abandonaram a Praça Onze, local regulamentado para desenvolverem suas atividades. Após o abandono, retomaram para as áreas que possibilitavam maior chance de vendas, por conta da intensa e constante circulação de pessoas. Nessa perspectiva, os resultados da volta dos vendedores ambulantes às ruas são novos embates com as autoridades públicas municipais e a execução de novos mecanismos para administrá-los, dentre eles, a criação do Mercado Popular da Uruguaiana.

Apesar da proposta inicial consistir na criação de um espaço com regras rígidas capazes de controlar o trânsito de vendedores ambulantes nas ruas do centro do Rio de Janeiro, à medida que o Camelódromo tomou as características apresentadas nos dias de hoje, ele acabou passando por muitas transformações, tanto nos aspectos físicos quanto nos aspectos administrativos. Conforme as modificações ocorreram, o Mercado se consolidou como um espaço de características ambíguas, que transcendem concepções rígidas, como as de legalidade, de ilegalidade, de formalidade, de informalidade, etc. E ainda um espaço no qual os acordos morais podem valer tanto quanto as regras institucionais, a ponto de confundirmos a origem e os responsáveis pela institucionalização de cada um. As partes

interessadas nesses acordos podem manipulá-los através de atos coercitivos, na medida em que no sistema legal brasileiro não há um conjunto padronizado de regras. Geralmente, as regras definidoras da “verdade” são particularizadas e decididas por autoridades. (Kant de Lima, 1995: 67). O segredo e a informação privilegiada transformam-se em regra.

Após a criação do Camelódromo, a Prefeitura Municipal não implantou a infraestrutura esperada pelos camelôs, fator que possibilitou o surgimento de novos conflitos e o retorno de ambulantes para as ruas. Um exemplo explícito do conflito entre esses atores é o registro descrito no site oficial do MPU²⁶: “(...) toda organização e infra-estrutura de que o local dispõe atualmente são frutos do trabalho dos lojistas e principalmente da União dos Comerciantes do Mercado Popular da Uruguaiana (...).”

Atualmente o Mercado é constituído por boxes – estruturas fixas construídas com divisórias em alvenaria, metal, compensado, cimento ou fórmica, com portas metálicas que podem ser abertas por um ou mais lados. Além de ser o local de exposição das mercadorias, eles têm a função de armazená-las. Alguns boxes possuem fundos falsos para guardar mercadorias. Logo, aparentam ter o tamanho reduzido. Não há padronização nos tamanhos, pois cada um é formado por uma ou mais unidades. A primeira impressão que o Mercado transmite, para quem não o conhece, é de total desorganização. A aparência pode transitar entre a simplicidade e a sofisticação, independentemente do produto que é oferecido. A decoração do interior também é de responsabilidade de cada dono. Dessa forma, balcão, armários, prateleiras, etc, tornam-se uma opção.

A constituição do espaço físico apresentado pelo Camelódromo nos dias de hoje nos remete ao uso que foi regulamentado em 1995. Naquele período, a barraca era o objeto permitido para ocupar o solo espaço público e a mesma apresentava padronização²⁷. Além da estrutura uniforme²⁸ das barracas, as quadras deveriam apresentar cores específicas²⁹. Assim, as lonas que cobririam as barracas receberam as cores conforme a sua localidade³⁰.

²⁶ www.mercadouruguaiana.com.br

²⁷ A padronização completa das barracas está descrita no Artigo 1º da AP.1, 2/95

²⁸ Estrutura das barracas: I – medida de comprimento: 1,10 m; II – medida de largura (frente e fundo): 1,00 m; III – medida de altura da cumeeira em relação ao chão: 2,15 m; IV – medida da altura do tabuleiro: 0,85 m; V – medida de projeção horizontal dos beiras : 0,40 m; VI – forramento do tabuleiro com plástico preto; VII –

Caso levássemos em conta a transformação da barraca em box, poderíamos afirmar que uma barraca equivale a uma unidade e um box varia entre uma ou muitas unidades, ou melhor, ocupa o espaço de uma ou de várias barracas.

As incongruências apontadas não teriam qualquer relevância, caso não estivessem ligadas às práticas e intervenções dos atores. Essa transformação é apenas um fato construído a partir da história do Mercado e contribui para construção da mesma. Não houve uma reforma arquitetônica da noite para o dia, e sim uma série de readequações, de negociações, de ações, de interesses e de conflitos entre os atores que atuam direta ou indiretamente naquele espaço. A mudança ocorrida no espaço extrapolou a noção de legalidade adentrando num universo de códigos, regras, rupturas e moralidades.

A localização dos boxes não está relacionada com os produtos vendidos. Os eletrônicos podem estar expostos ao lado de roupas, lanchonetes, tabacarias, etc. Esse motivo nos permite, por exemplo, encontrar artigos originais e falsificados, importados ou nacionais, com ou sem garantia, em quaisquer dos corredores.

Quatro quadras e incontáveis becos e calçadas. Os boxes extrapolam seus limites através da exposição de mercadorias que, entulhadas ou impecavelmente interpostas, disputam espaço com os camelôs, consumidores, transeuntes, associados e funcionários do Mercado. A apropriação desses espaços tem maior ou menor densidade durante cada etapa do dia e cada período do ano. Por exemplo, no final do Campeonato Brasileiro, um dia antes da final do jogo do Flamengo, time do estado do Rio de Janeiro com uma das maiores torcidas do Brasil, três mil e oitocentas camisetas identificadas como piratas foram vendidas em um só box pelo valor de R\$ 40,00. Na semana anterior do Carnaval notamos um Mercado dedicado exclusivamente ao acontecimento, encontramos fantasias para todas as idades e para todos os gostos. No mês de dezembro o ambiente se torna notório pela disputa de espaço e pelos esbarrões nos corredores, há compradores para todos os boxes, assim como mercadorias para todos os clientes.

colocação de lonas plásticas VINIS P 50 LEBLON listrada na cobertura e em torno da barraca (abaixo da altura do tabuleiro). (Artigo 1º da AP.1, 2/95).

²⁹ Estrutura das Quadras: I – Terreno A: vermelho e branco; II – Terreno B: azul e branco; III – Terreno C: verde e branco; IV – Terreno D: amarelo e branco. (Artigo 6º da AP.1, 2/95)

³⁰ A padronização das Quadras está descrita no Artigo 6º da AP.1, 2/95

Conforme proposto inicialmente, essa dissertação tem como objetivo analisar através dos atores que compõem o Mercado Popular da Uruguaiana, a ocupação daquele espaço. Porém, antes de adentrar nas especificidades do Camelódromo, proponho no segundo capítulo um levantamento das diferentes definições, características, qualificações concedidas aos vendedores ambulantes. A proposta de elencar tais significados está vinculada à análise da reprodução do discurso, em diferentes conjunturas, acerca desses trabalhadores, já que esses discursos implicam na elaboração de políticas públicas voltadas para os mesmos.

No terceiro capítulo pretendo dar conta dos mecanismos utilizados pelos camelôs para se estabilizarem no MPU depois de deslocados das ruas. Esse capítulo foi construído a partir do que identifiquei como “dança das cadeiras”, conflitos cíclicos, inconstantes e simétricos entre as Associações e Associados, cujo objetivo é a garantia de interesses pessoais, apesar de serem expostos coletivamente. Nesse contexto, pretendo analisar como os acordos informais, mesmo que por coação, por indivíduos ou grupos, ou melhor, Associados e Associações, transformam-se em regras.

O quarto capítulo identificará como os critérios exigidos aos camelôs multiplicam a oportunidade de exceção, ou melhor, como os critérios desigualam e criam privilégios e restrições. Embora o poder de determinar quais atores poderão atuar ou não no Camelódromo esteja centrado na lei, na regularização, nas normas, o Mercado não é gerido por um padrão universal. O poder encontra-se pulverizado. O padrão é a irregularidade. Todavia, essas irregularidades são negociadas diariamente através de intercâmbios entre os atores, uma vez que produzem novas soluções, novas ordens e criam novas regras. Deste modo, o fluxo de atores interessados em ocupar o espaço público está relacionado aos códigos, valores e relações estabelecidas pelos mesmos. O capítulo propõe ainda identificar as transformações na estrutura física e as possibilidades de negociações de um espaço que supostamente não poderia ser negociado.

II – Capítulo

Camelôs: “antes de Deus existir, esse diabo já estava na rua³¹”

Adentrar nas múltiplas definições designadas a um vendedor ambulante significa romper com qualquer tentativa de encaixá-los em um conjunto de características rígidas. Mesmo que não levássemos em conta a multiplicidade de instrumentos utilizados para desenvolverem suas atividades, diversas são as categorias utilizadas para identificá-los e tipificá-los. Classificá-los ou saber se a opção pelo trabalho informal teve origem diante das inúmeras crises econômicas não é o meu objetivo. Neste capítulo, faço um levantamento dos distintos pontos de vista que caracterizam a figura de um vendedor ambulante no intuito de saber quais as representações atribuídas a esses vendedores por parte da mídia, de autores que em estudos anteriores levantaram a questão e autoridades do poder público. O interesse em ilustrar os conceitos acerca de um camelô, ou para quem preferir, acerca de um vendedor ambulante, está calcado em vislumbrar a relação existente entre as características atribuídas a esses trabalhadores e a efetivação e imposição de políticas públicas e regulamentações submetidas aos mesmos.

Nesse sentido, à medida que as valorações tornaram-se explícitas, indaguei-me sobre algumas questões. São as atividades realizadas pelos camelôs que causam tantos incômodos e transtornos nas vias públicas ou são os interesses particulares de alguns atores que, supostamente demandam a limpeza e a ordem urbana, produzem um discurso que aponta para a necessidade de criação de leis? Quais as negociações entre atores que vivenciam, utilizam e controlam o espaço público urbano para determinar quem pode ou não estar dentro desses locais e de que maneira essa entrada pode se suceder? Quais os resultados dessas negociações, ou seja, quais as implicações que os artifícios utilizados para construir novos paradigmas podem desencadear no (re)ordenamento do espaço público?

Embora a camelotagem não seja reconhecida como uma profissão de acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO/2002) - documento aprovado no ano de 2002

³¹ Esse comentário foi feito durante a entrevista realizada com a vice-presidente da União, quando lhe questionei sobre “ser camelô”. Ironicamente, Carmem lançou essa resposta, referindo-se ao longo tempo em que a camelotagem é desenvolvida.

pelo Ministro Paulo Jobin Filho através do Ministério do Trabalho e Emprego - a venda ambulante é uma ocupação, na qual o camelô deve estar inserido em uma série de regras que os tornam aptos a desenvolverem a camelotagem (Anexo I). Essas regras estabelecem desde os instrumentos utilizados durante o cumprimento da atividade ao comportamento e às formas de compra e venda da mercadoria como, por exemplo, ter os preços mais baixos dos produtos comercializados do que os valores encontrados no comércio considerado formal. Contudo, ao buscar os significados das palavras descobri que ambas possuem um sinônimo similar: trabalho. O que não faz um vendedor ambulante, senão trabalhar?

As obrigatoriedades acerca do trabalho de um camelô podem ser traduzidas por uma conversa com Cassandra, proprietária de um box na quadra D, onde seu irmão trabalha. Apesar de ter freqüentado o box assiduamente durante o ano de 2007, somente conheci a Associada no ano de 2009. Constantemente brincava com seu irmão, Pedro, levando em conta a possibilidade dele ser o dono e não querer me contar. Quando a conheci, Cassandra ficou bastante feliz com o fato do Mercado “*tá sendo estudado*”, pois considera um local de “*luta pra muita gente*”.



Seu Pedro no interior do box onde trabalha - **03/2009 (acervo pessoal)**

No entanto, antes de conhecê-la, notei que Pedro dava permissão a um vendedor de cafezinho para guardar as malas com as garrafas térmicas cheias, embaixo de uma arara de camisetas, no interior do box. Enquanto isso, este trabalhador transitava carregando menos peso, mas nunca havia conversado sobre este assunto. Conforme seu produto ia acabando o vendedor retornava, trocava as garrafas e retomava suas vendas. Durante um encontro com Cassandra a cena se repetiu. Quando o vendedor de cafezinho foi embora, a Associada

resmungou: “*quero ver trabalhar mais do que isso*”, referindo-se ao vendedor. Demos início a uma conversa sobre a rotina de um camelô. Cassandra falou que o vendedor ambulante possuía liberdade, porém ao concluir seu comentário afirmou que não era “*bem assim, não que se dá a vida de camelô*”. Em poucos instantes, a Associada exclamou: “*peráí [espera aí], ambulante tem liberdade, mas se eu não venho pra cá todo o dia eu não ganho nada. Então não tenho liberdade assim, se eu deixo na mão de qualquer um... os gatos saem e os ratos fazem a festa, hã!*”.

Nesse sentido, a ocupação das ruas por esses trabalhadores ultrapassa questões referentes à ocupação das vias públicas. Em princípio, seria admissível afirmarmos que dentre os discursos acerca dos camelôs, poderíamos identificar que, por um lado, são tachados de forma negativa sob o argumento de produzirem sujeira e desordem no espaço público urbano. Por outro lado, os camelôs são apontados positivamente pelo fato de estarem desempregados, no entanto viabilizando meios alternativos para amparar-se financeiramente, afastando-se da possibilidade de transformarem-se em criminosos. Geralmente, possuem suas atividades vinculadas à crise econômica e ao aumento do desemprego. Tais características são atribuídas por diferentes atores sociais, logo não há um consenso sobre o assunto.

Embora a maioria dos noticiários explicitem que a desordem urbana, a sujeira, os conflitos, os violentos confrontos, a indisciplina e o desinteresse diante das leis por parte dos vendedores ambulantes sejam provocados pelos mesmos, há um intrincado circuito entre atores de diferentes ordens que admitem, contribuem, toleram ou desencadeiam tais circunstâncias. Em estudos realizados sobre o comércio informal e sobre a particularização do espaço público urbano, verificaremos que o tema é demasiadamente mais complexo do que nos é apresentado, como podemos verificar no caso seguinte.

Nas calçadas da Rua Uruguaiana, principalmente em frente ao Camelódromo, é possível notarmos que a construção das relações entre Guardas e camelôs é permeada por limites e tolerâncias diante do controle do espaço público urbano. Embora representante do Estado, através da Prefeitura Municipal do Rio Janeiro, cuja atuação deveria resultar em um tratamento igualitário aos trabalhadores supervisionados pelos mesmos, a Guarda Municipal apresenta em suas ações, distintas formas de administração de conflitos.

O final do expediente dos Guardas Municipais, espalhados pelas diferentes calçadas da Rua Uruguaiana, coincide com o horário de saída dos funcionários de empresas, de universidades e de outros estabelecimentos, condição que propicia maior fluxo de transeuntes no centro do Rio. Esse momento é desejado e esperado tanto pelo comércio formal quanto pelo comércio informal para deslancharem em suas vendas. A saída da equipe que controla a área constitui-se, após a aglomeração, pela organização de uma fila, que em pouco tempo deixa o cenário através de uma marcha que se dirige no sentido do Largo da Carioca.

Em paralelo ao término do batente da Guarda, inicia-se nas calçadas da Rua Uruguaiana a jornada de muitos vendedores ambulantes. Simultânea à saída das autoridades, a conformação do espaço público toma novas características. O solo anteriormente controlado pelo poder público é ocupado por uma grande quantidade de “pára-quedas”, “tabuleiros”, “grades”, entre outros instrumentos que irão oferecer uma infinidade de mercadorias, consideradas legais ou ilegais, como bichos de pelúcia, chocolates, bermudas e camisetas, consideradas falsificações de marcas famosas. O espaço também se transforma em opção de lazer, com a instalação de barraquinhas de churrasquinho e alguns conjuntos de mesas e cadeiras. Os vendedores ambulantes são os atores que passam administrar o espaço, cada qual em um local previamente estabelecido³², conquistado por intermediações e acordos³³, mostrando que a rua notoriamente não é para todos.

Pouco antes de acontecer o caso mencionado tive a oportunidade de conversar com um Guarda, tarefa bastante difícil, pois em quase todas as tentativas de construir um diálogo, uma autoridade apontava para outra afirmando que somente ela poderia conceder informações. Segundo o Guarda, há limites por parte de cada um deles, ou seja, entre o vendedor ambulante e a equipe da Guarda Municipal. Em sua concepção, o ambulante deve se posicionar “*de forma que não atrapalhe o transeunte*”, pois é sua função cuidar da “*ocupação do solo*”.

³² Esta informação foi cedida por um ambulante fixado há aproximadamente 10 anos na calçada da Quadra C do Camelódromo. O interlocutor explicou que grande parte dos vendedores adquire a mercadoria em consignação e prestam serviço para pessoas em comum – “porque que você acha que os bonecos são iguais, que as roupas são iguais? Tem muita gente ganhando com o trabalho dos caras [camelôs]. Quem consegue segurar o que ganha em um dia, consegue comprar a mercadoria no dia seguinte e tirar um pouco mais, mas quem não consegue fica dependendo, não sai do minguido [menor montante de dinheiro]”.

³³ A discussão sobre ocupação do espaço público pelos ambulantes da *pista* não será levantada nesse trabalho, que apresenta como propósito, analisar a criação do Mercado Popular da Uruguaiana, além dos movimentos que o modificou e o mantém com as características apresentadas nos dias de hoje.

Declara que não devem chegar “a *ferro e fogo*”, pois é necessário evitar o conflito, justificando que muitos Guardas já se machucaram com pedradas.

Por outro lado, um ambulante explicou que a forma de atuação da Guarda Municipal varia de acordo com a equipe que está de plantão. Explica que, assim como os policiais, os guardas trabalham alternando plantões de 24 horas e períodos de descanso de 72 horas. Nesse sentido, os camelôs identificam as equipes que “*fazem vista grossa*”, consentindo sua permanência no local e as equipes que são mais rigorosas na fiscalização.

Apesar de estar ciente sobre a irregularidade da venda ambulante naquelas calçadas, a equipe da Guarda Municipal estabelece uma distância física dos camelôs no intuito de evitar conflitos. Um dos argumentos para não entrar em confronto com camelôs é a explicação de que durante o enfrentamento muitas autoridades saem feridas. A situação nos remete à explicação de Veríssimo (2009) sobre intensificação do comércio ambulante nas datas festivas. De acordo com o autor, o aumento dos conflitos entre a Guarda Municipal e os vendedores ambulantes torna a rua um espaço “potencialmente inseguro”, fator que considera uma contradição, já que “*ações planejadas inseridas no sistema promotor de políticas públicas de segurança acabam contribuindo para o aumento das representações acerca da insegurança. A ação que alude ao controle promove o descontrole, o tumulto e o medo*” (Veríssimo: 2009, 97).

2.1 – Camelôs: onde não encontrá-los?

Ao descrever em seu trabalho etnográfico “*A Pista e o Camelódromo – Camelôs do Centro do Rio de Janeiro, as áreas de ação de vendedores ambulantes*”, Mafra (2005) identifica “*três situações gerais nas quais a camelotagem carioca se desenvolve: na pista, no Camelódromo e em barracas armadas nas calçadas.*” Em sua pesquisa, a autora constata que, assiduamente, seja em períodos de maior ou menor trânsito de pedestres nas ruas do centro, a figura do camelô é publicizada negativamente:

(...) tom dessas publicações, em geral, é depreciativo e acusatório. Na maioria das vezes o discurso é alarmista: denúncia às rotas de um comércio escuso e irregular, ligado à

contravenção e ao crime organizado e apresentam os camelôs como causa da ‘degradação’, da ‘sujeira’, da insegurança e da violência das ruas. (Mafra, 2005:86)

Em “*Expressões e Limites do Associativismo de Camelôs nos Trens da Central do Brasil*”, Pires descreve os conflitos entre os vendedores ambulantes, representantes da SUPERVIA³⁴ e do Batalhão Ferroviário da Polícia Militar – BPFer. Os vendedores encontram-se representados por uma associação e por um sindicato que atua de maneira legítima e informal, o SINDATEM. Todavia, nem todos os ambulantes compartilhavam de suas idéias e práticas.

Em circunstâncias de conflitos, o trem é transformado em um cenário, no qual o uso da força é naturalizado e utilizado como um meio apaziguador, conforme ocorreu nos períodos em que as autoridades cercearam a atuação dos ambulantes. Os mesmos atores que controlam o espaço por meio do uso da violência física dispõem-se à busca de soluções para tais conflitos por meios de negociações onde a regra é conciliação, é beneficiar as partes sem que haja confronto. Entretanto, apesar de haver uma proposta para findar as agressões físicas, o argumento utilizado para uma possível conciliação, está baseado em ordens morais, posto que, os agentes de segurança identificam os trabalhadores como traficantes que estariam se passando por ambulantes no intuito de comercializar drogas nas estações, além do fato de elucidarem a sujeira deixada pelos vendedores no espaço físico. Vale ressaltar que a classificação utilizada por membros da empresa para identificar os ambulantes era “lixo” e “desordeiros” (Pires, 2007).

Com intuito de escapar legalmente das práticas de controle mencionadas anteriormente, o grupo de vendedores que apóia a Associação, almejou transformar o Sindicato que os representava no âmbito informal em um sindicato que os representaria juridicamente, de acordo com as formalidades exigidas por leis. Entretanto, para que um sindicato tome vida, é de fundamental importância que a profissão que deseja ser sindicalizada exista e, neste caso, a demanda não contempla camelôs e ambulantes. (Pires, 2006; 2007)

³⁴ Concessionária responsável pelo transporte ferroviário.

Parte das informações mencionadas anteriormente, originou-se na pesquisa realizada por Pires durante seu curso de mestrado. O trabalho final, “*Esculhamba, mas não esculacha - Um relato sobre os usos dos trens urbanos da Central do Brasil, no Rio de Janeiro*”, defendido pelo autor discute a categoria *esculacho*. Essa categoria representa um instrumento de exclusão de uma estrutura social, hierarquizada em termos sociais e jurídicos. O *esculacho* abrange diferentes ações: a apreensão ilegal das mercadorias comercializadas pelos ambulantes dos trens por parte das empresas privadas que controlam o espaço, seguida à violência física e às humilhações. (Pires, 2005).

Em “*A ocupação por vendedores ambulantes nas calçadas do Centro do município de Niterói*”, Souza e Dreys (2007) descrevem a ocupação de determinadas áreas do centro do município de Niterói e do seu entorno. Nesses locais, a ocupação por vendedores ambulantes não é autorizada pelo poder público municipal, com exceção das barracas que comercializam bebidas, alimentos e diversão. Os proprietários destas barracas receberam licença para funcionar no horário noturno. O controle do espaço público por parte da Guarda Municipal e dos Fiscais de Posturas, funcionários da rede municipal, é assíduo, todavia não impede a dinâmica dos vendedores que se instalam, expõem e negociam uma variedade de mercadorias (Souza e Dreys, 2007).

Os vendedores que atuam nessa área almejam tratamentos diferentes entre si. Alguns se identificam como artesãos e rejeitam o rótulo de camelô ou ambulante, argumentando que negociam seu próprio talento e sua arte, além do fato de perceberem os camelôs como bagunceiros e ilegais por negociarem “pirataria”. Os vendedores que comercializam produtos ditos “piratas”, ou seja, produtos legalmente impróprios para circularem no mercado, não identificam sua atividade como infração, sinalizando para a necessidade de sustentarem sua família através de trabalho honesto. Outro meio desses vendedores ressaltarem sua honestidade está presente no discurso de que a “pirataria” é consumida pelas autoridades que deveriam reprimi-las, como policiais, juízes e delegados. Afirmam ainda, que a ilegalidade é inerente à criminalidade, ou seja, atividades desenvolvidas por assaltantes, traficantes de drogas ou assassinos. (Souza e Dreys, 2007)

Além dos camelôs das calçadas, temos os que atuam dentro dos ônibus. Quaisquer que sejam os horários que observemos, mesmo que não estejamos no interior de um ônibus, é

possível notarmos a tentativa de um vendedor ambulante embarcar num veículo para negociar suas mercadorias. Assim, imaginamos que seu dia-a-dia seja carregado de boas histórias e de jogo de cintura para ter sucesso no trabalho ao qual se propõe realizar. Em “*Fazendo do Limão uma Limonada: moralidades, estratégias e emoções entre os vendedores ambulantes nos ônibus do Rio de Janeiro*”, Ostrower (2007) nos oferece uma pequena mostra do cotidiano desses trabalhadores.

A comercialização de produtos no interior dos ônibus em bairros da Zona Sul do município do Rio de Janeiro, especificamente os que circulam entre os bairros de Botafogo e Copacabana, estudada por Ostrower (2007), identifica alguns princípios acionados pelos ambulantes. Tais princípios estão calcados em suas expressões e em seus discursos no momento que tentam negociar a mercadoria ou mesmo a entrada no ônibus. Cada trabalhador tem uma maneira de identificar-se como “digno” e “honesto”. O jeito peculiar de apresentarem-se está associado à tentativa de afastarem-se das representações que, segundo eles, lhes são conferidas: “usuário de droga, marginal, vagabundo, 171³⁵(...)”. Assim, eles tentam elucidar, por exemplo, que encontram-se na devida situação para sustentar sua famílias sem roubar. O papel do vendedor ambulante é construído à medida que convence, através de criativas performances, aos demais atores sobre seus sofrimentos e necessidades. Tais trabalhadores explicitam a necessidade de apresentarem-se bem vestidos e de forma simpática, pois assim há maiores possibilidades de conquistarem mais confiança e credibilidade por parte dos prováveis consumidores que, até então, lhes observam com “arrogância, nojo, repugnância, antipatia” (Ostrower, 2007).

Assim como nas pesquisas mencionadas, as Associações e os Associados que atualmente constituem o Camelódromo tecem idéias sobre o comportamento dos camelôs. As observações feitas por esses comerciantes nos colocam diante de uma situação em que parte deles não mais se considera camelôs, já que ao falar desses trabalhadores criam uma espécie de afastamento: “*o camelô é quem está na rua*”. Entretanto, esse afastamento está estritamente ligado à relação que os comerciantes mantêm com os vendedores ambulantes.

³⁵ Art. 171 do Código Penal – obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento.

Há camelôs que atuam na calçada do Camelódromo e há camelôs que atuam na Rua Uruguaiana. No primeiro caso, os camelôs não são importunados pela GM – Guarda Municipal – e são salvaguardados pelas relações que construíram com a Associação e os Associados, enquanto no segundo, os camelôs passam o dia correndo do “rapa”. Neste último caso, também estão à mercê da equipe de Guardas que está de plantão.

Conforme percebi em alguns discursos, os Associados tomam para si outras representações, afastando-se das atividades da camelotagem. Assim, acabam se identificando como comerciantes ou micro-empresários³⁶. Em muitas situações, quando o assunto da conversa era ‘ser camelô’, alguns interlocutores elucubravam questões acerca do seu passado, geralmente numa perspectiva de sofrimento, enumerando as dificuldades do dia-a-dia de quem vive desta ocupação.

No Camelódromo há histórias sobre camelôs que tiveram boxes e atualmente vivem na *pista*, oferecendo seus serviços ao Mercado. Há histórias sobre camelôs que trabalham para os Associados na *pista* ou que adquirem suas mercadorias com os mesmos para revendê-las na rua – alguns camelôs possuem a confiança do Associado e assim compram fiado. Há também camelôs que possuem amizade com Associados e conseguem fugir do “rapa”. Enfim, há inúmeras histórias sobre camelôs e sobre ex-camelôs, agora Associados. Algumas serão descritas nesse trabalho.

Há ainda a relação entre os vendedores que atuam no Camelódromo e nas vias públicas com os proprietários de lojas na Saara. Todavia, está relação pode ser notada por vezes através de conflitos, quando ocorre repressão por parte dos seguranças da área. Em outros momentos, no entanto, esta relação é marcada pela reciprocidade, isto é, quando camelôs da *pista* ou associados utilizam o comércio como fonte de abastecimento de mercadoria.

Os proprietários de estabelecimentos na Saara identificam os Associados e os camelôs que atuam no entorno do Mercado como comerciantes de produtos ilegais. Os contrastes com o Camelódromo, área onde são atribuídas as representações de informalidade, ilegalidade e

³⁶ Estas categorias não serão discutidas nesse trabalho, porém vale ressaltar que a atribuição dessas concepções estão ligadas a políticas públicas implementadas pelo Estado em seus diferentes níveis, ou seja, federal, estadual e municipal.

desorganização, por parte da Associação da Saara, produz um limite físico e moral. Para evitar uma espécie de “contaminação” pelas “características” do Camelódromo, a Associação proibiu a atuação de camelôs e vendedores ambulantes naquele espaço (Cunha e Mello, 2006). Outro aspecto é o fato destes comerciantes argumentarem a perda de tributos por parte do Estado e da movimentação de um dinheiro invisível, advindo do comércio de bugigangas e falsificações, que financiaria o “crime organizado” (Mafra, 2005).

2.2- Camelo e o Camelô

Na leitura dos dados da pesquisa realizada pela revista *Veja* versão digitalizada³⁷, ao inserir o nome camelô no local de “busca”, obtive uma série de informações que não tratavam apenas do vendedor ambulante. A seleção se estendeu à palavra *camelo*

Mamífero que se adapta aos lugares áridos e possuem corcovas que armazenam gordura, da qual se nutrem quando não encontram alimento; possuem pequenas cavidades no estômago que os permite ficar sem beber água durante dias; seus dedos são adequados para andar na areia ou na neve sem afundar; possui grande força para ser utilizado como um animal de carga (Enciclopédia Barsa, 1978:7).

A palavra *camelo* também é utilizada como uma gíria brasileira para identificar a bicicleta, “*veículo de duas rodas construído a partir de tubos metálicos.*” (Dicionário Aurélio, 1971)

Ao tecer uma crítica à elaboração dos verbetes dos dicionários, Jean-Yves Mollier (2009) afirma que a palavra camelô fora registrada com atraso:

No tomo IV do *Grand Dictionnaire universel Du XIX siècle*, redigido por Pierre Larousse o mais tardar em 1869 para a letra C (que corresponde aos fascículos 97 a 102), pode-se ler em curto verbete que destaca o primeiro sentido do termo *camelot*, um grande estofo de pelo de camelo e que sugere como provável etimologia uma derivação do grego *kameleos* (camelo). Toda a coluna dedicada a esse termo refere-se ao tecido, mas, *in fine*, o autor [Pierre Larousse] destaca o emprego popular mais recente, indicando o vendedor ambulante que empurra uma carreta com os braços e encurvando as costas, o que faz lembrar um camelo... (grifos do autor) (Mollier, 2009:49)

³⁷ A pesquisa foi realizada em duas etapas. A primeira se caracterizou pela busca da palavra “camelô” na versão digitalizada. A resposta oferecida pela Revista se caracteriza pela data da matéria, a página e o assunto. Após listar todas as datas e páginas, me dirigi à Biblioteca da Imprensa, onde selecionei as revistas indicadas e fiz uma pesquisa manual.

Em 1890, no segundo *Supplément do Grand Dictionnaire Universel do XIX siècle*, os sucessores de Larousse explicam:

o termo camelô aplica-se a uma nova classe de negociantes essencialmente característica das grandes cidades e em particular de Paris. Ativo, esperto, inteligente, o camelô geralmente tem verve e espíritos suficientes para reunir a multidão em torno de seu modesto mostruário, que cabe inteiro em um pano estendido na calçada. (Mollier, 2009:49)

Sem grandes pretensões, poderíamos relacionar o trabalhador camelô ao animal camelo não apenas pela curvatura nas costas, característica supostamente comum a ambos. Faça chuva ou faça sol, esses vendedores armazenam um conjunto de elementos que posteriormente são transformados em energia, independente da especificidade de suas estruturas físicas, para enfrentar o dia de trabalho, seja qual for a ambiência. Longe de ter um paradeiro, o camelo era o meio utilizado por grupos nômades para deslocarem-se em busca de algo, assim como o camelô movimenta-se na perspectiva de encontrar um ponto, uma clientela, enfim, algo. No entanto, a eficácia de cada trabalhador não está restrita à sua estrutura física ou ao fato de movimentar-se com suas mercadorias, mas ao fato de apresentar maior ou menor jogo de cintura para comercializá-las. Ademais, esta eficácia vincula-se ao fato destes trabalhadores fazerem parte dos acontecimentos diários que constituem o cenário das grandes cidades como, por exemplo, as “batidas” ou “rapas”, categorias utilizadas para identificar a atuação da polícia ou da Guarda Municipal no controle do espaço público urbano.

2.3– A construção midiática da espécie camelo/ô

Ao pesquisar as questões que contemplam o olhar da mídia, percebi que pouco havia sobre camelôs, já que a maioria das matérias tratava do camelo. A palavra camelo apareceu em sobrenomes, em infindáveis campanhas publicitárias de uma loja de roupas masculinas que recebia esse nome como marca e, logicamente, no animal camelo. Grande parte das matérias constituídas pela palavra camelô tratava do enorme sucesso de um apresentador e proprietário de uma rede de TV que ganhou o mundo, mas que em seu passado havia sido um vendedor ambulante: “*Na TV, o mundo alegre de um camelô.*”

A primeira vez que a palavra *camelo* aparece na *Veja* foi no dia 1º de janeiro de 1969. A matéria tratava da prisão de bicheiros no Rio de Janeiro (Revista *Veja*, 1969). Já a matéria que trata do *camelô*, vendedor ambulante, é publicada no ano de 1972. A publicação identifica um senhor que vendia casamentos em calçadas dos centros do Rio de Janeiro e de São Paulo – “*O Camelô Nupcial*” (Revista *Veja*, 1972).

As matérias que tratam do crescimento da venda ambulante nas ruas das grandes cidades aparecem na década de 1980, especificamente no ano de 1983³⁸. No dia 22 de junho daquele ano, as cidades do Recife, do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Belo Horizonte são identificadas pelo aumento do comércio informal, fator associado ao desemprego:

No Recife o último lançamento de sucesso é o copo de suco de laranja a 50 cruzeiros. No Rio e em São Paulo desponta uma antiga prática nordestina – a venda de cigarros por unidade, a preços entre 20 e 40 cruzeiros. E em Belo Horizonte, além de artigos mais tradicionais, como frutas e bijuterias, hoje em dia podem ser encontrados até lotes de terrenos em ofertas em tabuleiros montados nas ruas das cidades. Trata-se de sinais de uma vertiginosa expansão nas grandes cidades brasileiras: a atividade dos camelôs. Roupas, calçados, edições da Bíblia, distintivos do Flamengo ou do Corinthians, até fichas de telefone – é só chegar e escolher. (...) no Rio, os camelôs já chegariam a 60.000, entre ilegais e registrados, segundo os cálculos da Secretaria Municipal de Obras – o órgão encarregado do comércio dos ambulantes (...) evidentemente se está diante de números catapultados para os céus por efeitos da crise econômica, especialmente o desemprego. Com isso, as cidades ganharam uma expressão física da crise (...) (Revista *Veja*, 1983).

No dia 7 de setembro daquele mesmo ano, a manchete da revista elucida: “**Mercado paralelo** – *No Rio, camelôs fundam outra economia*”. Esta matéria trata especificamente do município do Rio de Janeiro. Aponta a intensificação do comércio ambulante nos bairros Madureira, Copacabana, Centro e Ipanema, bem como explicita determinadas vantagens conquistadas pelo consumidor ao adquirir mercadorias nas mãos de um vendedor ambulante. (Revista *Veja*, 1983). Por outro lado, a matéria faz críticas à desorganização que esses vendedores produzem na cidade e chama atenção para a falta de interesse dos ambulantes no sentido de regulamentar suas atividades:

por vantajoso que seja para certos consumidores, não há dúvidas que o comércio dos camelôs – calcula-se, hoje, que eles são 70.000, no Rio de Janeiro, contribui consideravelmente para a desordem econômica da cidade e para a degradação da

³⁸ De acordo com a reportagem, naquele ano o prefeito do município do Rio de Janeiro, Jamil Haddad, assinou um decreto regulamentando a proibição de camelôs. Os camelôs autorizados a desenvolverem suas atividades fariam uso de crachás e não seriam incomodados pela polícia.

paisagem urbana (...) a prefeitura carioca, há três meses, decidiu que iria regulamentar a profissão de camelô e delimitar suas áreas de atuação. Marcou um prazo para que os interessados requeressem a regulamentação de suas atividades e a partir daí só poderia trabalhar quem exibisse um crachá fornecido pelas autoridades. Na última quinta-feira, porém ao se encerrar o prazo para as inscrições, constatava-se que o resultado da providência era decepcionante. Apenas 22.000 pessoas, ou menos de um terço do total de 70.000 camelôs, haviam requerido sua inscrição. Ou seja, previa-se que as ruas continuariam invadidas por uma multidão de clandestinos (Revista Veja, 1983).

Apesar das variações conjunturais sucedidas entre as décadas de 1970 e os dias atuais, a exposição pública pelos meios de comunicação aos vendedores ambulantes pouco se diversificou. Em 11 de março de 2009, o Jornal *O Dia* publicou matéria que descreve a atuação da nova gestão³⁹ da Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, representada pelo prefeito Eduardo Paes, em mais uma tentativa de ordenar as vias públicas.

na temporada de caça à desordem urbana no início da gestão de Eduardo Paes, a prefeitura decidiu agora licitar tudo o que ocupa as calçadas do Rio de Janeiro. Os alvos fixos vão desde bancas de jornais e quiosques de flores e plantas até as cabines de chaveiros e carrocinhas de sorvete. O secretário de Ordem Pública, Rodrigo Bethlem, já começou desenhar o modelo para o processo de licitação (...) estão fora desses planos os camelôs. Para eles o processo de cadastramento começa no dia 22 de junho. A prefeitura vai conceder 18.400 licenças, que serão distribuídas a partir de outubro, com preferência para desempregados, deficientes, viúvas com filhos, maiores de 45 anos e egressos do sistema penitenciário (...) (Jornal O Dia, 2009).

Ao analisar o modelo que institucionaliza regras para o comércio ambulante no município do Rio de Janeiro, Pires aponta para o fato desse modelo elaborar regras que podem se defrontar com os interesses dos trabalhadores. Ao analisar a Lei 1876/92, o autor chama atenção para o uso do conceito *carente*. Este conceito engloba pessoas com mais de 45 anos e deficientes físicos, no entanto não exige que as pessoas com mais de 45 anos de idade apresentem qualquer documento demonstrando essa carência. Apesar da Lei equiparar pessoas com essa idade aos deficientes físicos, os segundos estão em desvantagens, pois apesar de serem privilegiados pela Lei, ainda terão que passar por um afunilamento, ou seja, o filtro que os candidatos à camelotagem devem passar. O suposto carente com mais de 45 anos leva vantagem sobre os deficientes físicos, desempregados e egressos do sistema prisional e

³⁹ Vale ressaltar que uma das primeiras propostas de organização e limpeza do espaço público na área central do município era deslocar o Camelódromo da Rua Uruguaiana para outro local, com a finalidade de construir-se um prédio comercial naquele espaço.

dos camelôs com mais tempo de *pista*. No caso dos desempregados e dos egressos, a chance de exercer a camelotagem é apontada como um meio de requalificação e a possibilidade de conquistar um espaço no mercado de trabalho (Pires, 2010).

Cadastrar e criar critério para a seleção dos possíveis vendedores ambulantes, como vimos, é uma política pública recorrente⁴⁰. Há um longo período utiliza-se o mesmo mecanismo como tentativa de acabar com o que se identifica como desordem urbana e os conflitos gerados pelos supostos desordeiros. As publicações, no entanto, não estão restritas à ocupação das vias públicas, mas à movimentação de mercadorias que concorrem com o mercado formal. O que está em jogo não é apenas a ocupação do espaço público urbano, mas as atividades desenvolvidas.

2.3 - O surgimento do discurso sobre a desordem

Os relatos associados à intervenção dos camelôs no espaço público urbano como produtores de sujeira não está restrito ao fato desses ambulantes deixarem resíduos por onde passam. Um dos significados atribuídos à sujeira está relacionado à desordem e, paralelamente, a tentativa de eliminá-la condiz com o esforço de reorganizar o ambiente (Douglas, 1976). Nessa direção, a ocupação do espaço público implica numa valorização de regras morais, pois a demanda que está colocada não se refere apenas à retirada dos restos de lixo, mas à retirada dos vendedores que causam transtorno à economia formal e aos interesses políticos e sociais, situações explicitadas no decorrer deste trabalho.

Embora a ocupação do espaço público urbano por vendedores ambulantes seja uma questão bastante antiga, ela ainda costuma ser tratada como um assunto recente. Em *O Rio como um Bazar*, Misse (2002) descreve que a publicização e o crescimento do mercado informal tiveram início na década de 1970 com a proliferação de tendas, barracas, mesinhas desmontáveis, estruturas utilizadas hoje em dia pelos camelôs. Todavia, em período anterior a camelotagem confinava-se em áreas específicas: “*O que antes pertencia a um espaço social reservado e era representado como um ‘submundo’ expande-se pelo tecido social, ganhando uma dimensão muito mais generalizada, difusa e publicamente conhecida*”. (Misse, 2002:7)

⁴⁰ O cadastramento e possibilidade da obtenção de licenças serão discutidos no capítulo 3.

As características descritas pelo autor acima mencionado diferenciam os “malandros-camelôs” que se ocultavam em áreas específicas da cidade dos vendedores ambulantes que se alastraram e ocuparam as ruas do Rio de Janeiro: *“A antiga prática dos malandros camelôs, com seus produtos ‘originais’ e sua arenga sedutora, uma atividade que exigia habilidades individuais específicas, entre as quais principalmente a persuasão retórica e a astúcia (...).”* (Misse. 2002:7)

Durante uma entrevista⁴¹ com o Ex-Comandante da Guarda Municipal do município do Rio de Janeiro, Antunino, foi contextualizada a genealogia dos camelôs: *“isso aí [camelôs] surge com a abolição da escravatura. A pessoa sem qualificação vai para a rua vender, a quituteira, o outro vendia bolo, o outro vendia galinha. Então aí, juntou o ambulante”*. Antunino institui três tipificações para identificar o camelô: o primeiro é o vendedor ambulante de situação transitória, o segundo é o de situação permanente e o terceiro é o criminoso.

No primeiro caso, o camelô exerce a atividade pelo fato de ter ficado fora do mercado de trabalho. Segundo Antunino, para esse ambulante a atividade seria apenas um ponto de apoio: *“para sair do sufoco ele pega FGTS, compra algo e vai vender na rua. Então ele está nisso por ser excluído culturalmente do mercado de trabalho.”* No segundo caso, o camelô vivenciará a situação por um período permanente. O argumento para a situação dado por Antunino é que *“por uma exclusão da vida, ele não vai ser outra coisa a não ser camelô”*. E o terceiro caso, o camelô criminoso para ele *“é o que cria embates com a Guarda Municipal, são os que vendem produtos pirateados, contrafeitos e oriundos de roubos de carga.”* Nessa direção, caso considerássemos as perspectivas apontadas por Antunino deduziríamos que os fatores que levam um camelô a ser camelô estão restritos aos aspectos econômicos, ao destino que a vida lhe proporcionou ou a absorção pelo mundo do crime organizado. Contudo, como

⁴¹A entrevista foi proposta por Marcos Veríssimo, aluno de doutorado do PPGA/UFF. Seu objetivo era obter informações para a conclusão da sua dissertação de mestrado, enquanto o meu era conhecer um pouco mais da relação que o Comando da GM, através das coordenadas dadas aos Guardas Municipais, estabelecera com os vendedores ambulantes do centro do Rio de Janeiro. A entrevista aconteceu na sede da Guarda Municipal do Rio de Janeiro, localizada no bairro São Cristóvão. A conversa com Antunino transitou entre respostas abstratas, quando tratou questões acerca da Polícia Militar, do povo brasileiro, de políticos e respostas concretas, quando lhe questionei sobre camelôs. Antes de qualquer comentário, apropriou-se de documentos, pareceres, recortes de jornais e revistas que tratavam do assunto. Após munir-se desses argumentos, suas respostas foram solidificadas pelos mesmos.

veremos, seus argumentos possuem elementos que limitam e restringem o rico universo de especificidades que delineiam os camelôs.

Durante sua fala, Antunino caminhou em direção a um armário e tirou uma série de jornais cujas manchetes tratavam dos conflitos entre os camelôs e a Guarda. Seu objetivo era comprovar o que acabara de falar sobre os camelôs criminosos. As fotografias dos jornais retratavam homens sem camisa, armados com pás e paralelepípedos. Além de conferir tais características aos camelôs, mencionou que eles se organizam como “*uma boca de fumo*”: com *olheiros*, com fogueteiros e com contenção. Além das características físicas, dos produtos que os camelôs comercializam e de uma suposta estrutura organizacional, o ex-comandante explicitou diferentes experiências para qualificar o camelô criminoso: a comercialização de guarda-chuvas, a venda de cd’s considerados piratas na Avenida Rio Branco e o roubo de cargas.

Ao ilustrar o caso dos guarda-chuvas, diz que em casos de chuvas repentinas, todas as esquinas das ruas do centro são ocupadas por ambulantes que comercializam a mercadoria. Sobre a venda de cd’s, contou das novas façanhas utilizadas pelos ambulantes para não terem suas mercadorias apreendidas: “*O cara fica só anunciando, outra pessoa fica escondida com os cd’s e quando o cliente chega é encaminhado ao escondido.*”

À medida que analisamos os exemplos colocados por Antunino, verificamos que o ex-comandante está criminalizando os vendedores ambulantes não pelo fato de estarem comercializando seus produtos em locais proibidos pela ordem pública, mas por comercializarem guarda-chuvas, mercadoria facilmente obtida em locais que vão desde pequenos armarinhos às grandes lojas de departamento. No caso das vendas de cd’s considerados piratas, outra pessoa é tachada como criminosa, no entanto nada tem em suas mãos. Como provar que uma pessoa embaixo do Edifício Central⁴² não está aos berros para fazer propaganda de uma das lojas desse conglomerado de artigos de informática? Retomando mais um caso de características criminosas, Antunino afirmou que a organização dos camelôs é similar às organizações que estruturam as “*bocas de fumo*”, ou seja, o tráfico de drogas, no entanto, não apresenta qualquer caso para exemplificar o comentário.

⁴² O Edifício Central se caracteriza por ser um grande centro comercial localizado na Avenida Rio Branco. O prédio oferece inúmeros andares com artigos de informática. Na calçada deste edifício homens perambulam com as mãos vazias apregoando produtos, como programas de computadores, cd’s e dvd’s de músicas e filmes.

No caso da máfia dos guarda-chuvas, descobri em uma conversa com Omar, um camelô que ocupou por mais de dez anos a calçada do Camelódromo, que a venda deste objeto, atividade tão criticada por Antunino, é um dos principais motivos de alegria da camelotagem. Em dia de chuva nenhuma esquina tem dono. A preferência são os temporais, pois quando o carioca percebe que a chuva está para cair, não sai de casa sem o guarda-chuva, contou o interlocutor. Ao sabermos onde está localizado o depósito distribuidor do objeto, ou seja, a Rua Gonçalves Dias, lugar central para todos os ambulantes que atuam nas proximidades dos locais identificados como privilegiados, entendemos o porquê da velocidade que o guarda-chuva chega às ruas. Além da centralidade do depósito, outro ponto bastante importante apontado por Omar é a forma que os camelôs adquirem a mercadoria: “*se tem dinheiro para um compra; depois volta e pega dois, vende; depois volta e pega três; vende. Quem já tá com algum [dinheiro] se dá bem, compra logo um monte e não precisa ficar voltando.*” De acordo com Omar, “*em dia de chuva ninguém volta sem nenhum para casa.*” O camelô comentou que lojas do comércio formal também se abastecem das mercadorias oriundas desse depósito, mas nem sempre com os mesmos produtos, pois “*tem uns que não tem saída na rua*” por apresentar qualidade superior, um valor que segundo Omar, nos dias de temporais, não interfere na aquisição do produto, pois em sua opinião, as pessoas “*querem é chegar seca[s] em casa.*”

Dando continuidade às descrições dos perfis e das atividades desempenhadas pelos vendedores ambulantes, veremos que, no ano de 1994, Gilberto Velho anuncia no Jornal do Brasil que as ruas do município do Rio de Janeiro foram tomadas por tumultos e conflitos pelo fato das autoridades públicas apresentarem dificuldades “*de controlar as diferentes categorias que proliferam devido à crise econômica do país, particularmente do Rio.*” As categorias elucidadas pelo antropólogo fazem referência aos camelôs, aos pedintes e aos menores desassistidos. Em sua concepção foi o ex-governador Leonel Brizola⁴³ o responsável por tal situação, já que “*deu a essas categorias acesso quase irrestrito às ruas, sustentado por uma curiosa visão de cidadania e direitos humanos.*” Velho estabeleceu uma ligação entre as categorias e o “*mundo do crime*”. Explicitou a necessidade de “*regras claras e espaços delimitados para o comércio ambulante não tumultuar mais a vida na cidade*” e

⁴³ Brizola foi eleito governador do Rio de Janeiro nos anos de 1982 e 1990. Em 1994 foi substituído por seu vice, Nilo Batista, para concorrer à presidência da República.

complementou que “*essas medidas devem ser implementadas com maior civilidade possível, para que as ruas não virem campos de batalhas entre camelôs e autoridades.*” (Velho, 2002).

A exposição da figura do ambulante numa enciclopédia virtual, a *Wikipédia*⁴⁴, aparece com algumas semelhanças apresentadas por Velho (2002). É de fundamental importância ressaltar que os textos postados neste site não são assinados, ou seja, os autores não são obrigados a se identificar. Assim, qualquer interessado produz textos das mais diferentes ordens, sejam opiniões construídas a partir de idéias originadas do senso comum ou não. A enciclopédia não possui respaldo acadêmico, todavia apresento as informações como mais um meio de exemplificar as especificações conferidas aos vendedores ambulantes. De acordo com a enciclopédia,

um camelô ou vendedor ambulante é o nome comum dado aos vendedores de rua do comércio informal ou clandestino, com banca improvisada, em especial nas grandes cidades. São muitas vezes combatidos pelas autoridades, entrando freqüentemente em conflito aberto com estas, uma vez que: vendem produtos muitas vezes contrabandeados e de qualidade duvidosa (normalmente importados da Ásia), ou então produtos piratas/falsificados, copiando marcas e mídias com direitos do autor, e em muitos casos vendem até mesmo produtos roubados; fazem mau uso do espaço público (ocupando as calçadas e travancando a livre passagem dos transeuntes); não pagam impostos, ao contrário dos lojistas licenciados (crimes de Sonegação de Impostos e Concorrência Desleal); em alguns casos, roubam água e luz da rede pública para iluminação da sua banca ou para a produção de alimentos; atentam contra a saúde pública, quando vendem alimentos sem procedência comprovada, com prazo de validade e condições de conservação desconhecidas, ou quando vendem produtos para uso corporal falsificados que podem causar danos físicos ao consumidor.

A ânsia pela implantação da ordem no espaço público demandada por Antunino, por Velho (2002) e pelo autor desconhecido mencionado acima, é bem mais remota do que podemos imaginar. Em diferentes períodos, autoridades explicitavam a necessidade da criação de leis e decretos que delimitassem a ocupação do espaço público por vendedores ambulantes. Em “*Ambiências que abrigam o comércio informal no Rio de Janeiro. O estudo de caso do mercado popular da Rua Uruguaiana*”, Martins (2006) nos apresenta regras do

⁴⁴ Pelo fato de ser um site através do qual é possível que qualquer pessoa poste conceitos, idéias, definições, enfim, informações de uma forma em geral, o *Wikipédia* nem sempre é um instrumento de pesquisa reconhecido academicamente. Como não são fundamentadas, muitas questões são avaliadas como “senso comum”.

século XVII como, por exemplo, a delimitação do espaço que os escravos poderiam comercializar frutas e hortaliças⁴⁵.

Em 8 de janeiro de 1903, o então prefeito Pereira Passos cria os Decretos 370, 371, 372 que proíbem “*que os mercadores ambulantes de leite conduzam as vacas pelas ruas para a venda deste gênero; a venda de ambulantes de miúdos de reses e a venda ambulante de bilhetes de loteria.*” (Del Brenna, 1985:23).

Diante os exemplos explicitados anteriormente, verificamos que em diferentes conjunturas leis foram elaboradas com a finalidade de ordenar a ocupação do espaço público. Atualmente, é o artigo 30º da Constituição Federal de 1988 o definidor dessas regras. De acordo com esse artigo, é competência do município “*legislar sobre os assuntos de interesse local*”, podendo “*suplementar a legislação federal e a estadual quando couber (...) promover, no que couber adequado ordenamento territorial, mediante planejamento e controle do uso, do parcelamento e da ocupação do solo urbano; entre outras competências.*”

⁴⁵ Os oficiais da Câmara, desde a quarta década do século XVII, procuraram delimitar o raio de atuação dos vendedores ambulantes de gêneros alimentícios, criando incipientes mercados. Na sessão de 18 de junho de 1937, decidiu a Câmara que os escravos somente poderiam vender frutas e hortaliças em casas especialmente construídas pelo Conselho na várzea da cidade. No ano anterior, já havia estabelecido que os pescadores venderiam suas mercadorias no trecho que compreendia a praia de Nossa Senhora do Carmo até a porta do governador, ou seja, entre a Praça XV de Novembro e a Rua da Alfândega. Neste local, como ficou conhecido como Praia do Peixe – da esquina do Telles, isto é, do canto da rua nomeada em 12 de janeiro de 1849 de Mercado, onde findava o largo do cais do Palácio até a Alfândega – foram instaladas barracas de madeira cobertas de telhas, onde se vendia o pescado, porém construídas sem ordem e simetria. O vice-rei Luiz de Vasconcelos, em 1789, depois de ter calçado o Largo do Palácio (atual Praça XV de Novembro), construir o chafariz e o cais da mesma Praça, ordenou como as barracas de peixe foram reedificadas com regularidade e simetria. Entretanto, estavam localizadas próximas do Paço Imperial e seus freqüentadores geravam tal algazarra que, em 1823, a Secretaria dos negócios do Império oficiou ao Senado da Câmara a fim de que o Mercado fosse removido para outro lugar. (...) ao contrário das outras opções dos escravos, ainda existe uma documentação considerável sobre vendedores ambulantes, porque tinham de solicitar licenças municipais (...). (Martins, 2006:82, 84).

III – Capítulo

Manda quem pode, obedece quem tem juízo

Conforme apresentei inicialmente, o Camelódromo foi criado com o propósito de limpeza, de tirar das ruas os supostos responsáveis pela desordem. Apesar da alocação dos ambulantes, os conflitos sucedidos no dia-a-dia do novo espaço tomaram novas direções e proporções. Sem levar em conta a ocupação da Rua Uruguaiana por novos vendedores ambulantes e pelo retorno dos insatisfeitos com o espaço que lhes foi concedido, este capítulo vislumbra “dar conta dos mecanismos utilizados pelos camelôs para se estabilizarem no MPU”.

Calcada em situações observadas durante o trabalho de campo, demonstrarei que as negociações acerca do espaço físico que acomoda o Camelódromo emergem assimetricamente de diferentes atores. Embora esse emaranhado de atores tenha influência direta na agitada rotina do Mercado, irei me ater em apenas um: os camelôs, agora configurados por Associação e Associados. Nesta direção, para “dar conta dos mecanismos utilizados pelos camelôs para se estabilizarem no MPU”, apontarei as negociações, os valores, os conflitos, as regras construídas entre tais atores numa perspectiva simétrica.

Ao levantar a possibilidade de analisar simetricamente a relação entre Associação e Associados não posso me abster da idéia da existência de um *mosaico de regulamentações*, ou seja, da pulverização de regras que, a cada momento podem ser estabelecidas no Camelódromo, contudo nem sempre é possível identificar as origens dessas regras. O Estado, através dos seus representantes – Prefeitura Municipal, Governo do Estado, Polícias Militar, Civil e Federal entre outros órgãos públicos - ao mesmo tempo em que intervém através da institucionalização de normas, pode se eximir do controle e fiscalização das mesmas. O Mercado é regulamentado por muitos poderes, mas nem sempre são explícitos. Dessa forma, a relação entre Associação, Associados e instituições públicas se configura por assimetria.

A decisão de pensar nas relações entre os camelôs – Associação e Associados – de forma simétrica surgiu, entre outros fatores, a partir de uma entrevista realizada com um fiscal da Prefeitura. O fiscal apresentou a história do processo de transferência dos camelôs das vias

públicas para o local onde atualmente se encontra o MPU de maneira a tornar fictício o papel da Prefeitura nas negociações. Embora tenha declarado que o Camelódromo surgiu como uma “mágica”, há muitas instituições públicas envolvidas na criação e conservação daquele espaço, como veremos a seguir.

Somente no decorrer do trabalho de campo pude perceber a relação da movimentação dos grupos que disputam a presidência do Camelódromo com os códigos, regras e moralidades que atravessam aquele espaço. Essa não foi uma tarefa fácil, entretanto talvez possa ser explicada. Para pensar na composição desses grupos e como suas organizações interferem, a partir da construção de relações pessoais, no Mercado, partirei da descrição da figura do “*grande-homem*”, liderança da Província da Melanésia, traçada por Sahlins (2007). Ao contrastar a representatividade e as características e/ou caricaturas de diferentes lideranças, o autor indica que os contextos societários em que os líderes operam são indicativos de poder, privilégios, direitos, deveres e obrigações. A análise das características entre as lideranças indicará distintos tipos sociológicos, sendo as dimensões humanas um meio de identificá-los (Sahlins, 2007:83).

A região em que opera o “*grande-homem*” é constituída por uma diversidade de formas sociopolíticas. Cada tribo é representada por um “*grande-homem*”, porém as diferenças culturais modificam a expressão de poder, sempre configurado pela personalidade. A tribo é segmentada politicamente através de pequenos blocos, cada grupo é cópia dos demais grupos, quando se trata de sua organização, são economicamente autônomos e o status político do “*grande-homem*” é sempre equivalente (Sahlins, 2007).

Ser um “*grande-homem*” é uma conquista. Esses líderes não são empossados e não possuem sucessores. Para se tornarem líderes, estes homens devem realizar atos capazes de lhes conferir reconhecimento, que elevem a sua pessoa. O “*grande-homem*” pode ser representado por outras expressões, como homens de renome, de importância, rico, entre outros. Seu poder é reconhecido quando é externalizado, ou seja, sua fama ultrapassa os limites de sua tribo. Quanto maior seu reconhecimento, maior será a possibilidade de atrair novos seguidores. Neste sentido, os símbolos que o afirmam como um líder não são títulos, tampouco o cargo que ocupa, pois são as suas aptidões pessoais que despertam respeito nos seus seguidores. Um exemplo deste tipo de aptidão, é, por exemplo, uma boa oratória para

solucionar conflitos e doar mais do que as pessoas possam ressarcir-lo. No entanto, para ser um “*grande-homem*” não basta conquistar a posição idealizada, é necessário mantê-la. Quando um líder se perde em sua ambição e deixa de ser generoso ou carismático, pode perder seus seguidores, sua fama e sua vida (Sahlins, 2007).

3.1 – Os “*grandes-homens*” do MPU

Desde que fora negociado até os dias de hoje, algumas lideranças conquistaram representatividade no Camelódromo enquanto outras, apesar de almejavam esse reconhecimento, não foram capazes de emergir, tendo como saída compor com pessoas ou grupos com quem tinham o mínimo de afinidade. Apoiar ou ter cumplicidade com um grupo não supõe que um ex-candidato a líder concorde com todas as normas que passou a seguir, sua articulação pode estar calcada em tirar o foco das lideranças que não permitiram, através de sua força política, que se tornasse uma delas. Tentarei registrar brevemente os líderes e os candidatos a se tornarem uma liderança em diferentes períodos do MPU. Os contextos e as histórias em que esses atores estão inseridos serão descritos e analisados adiante.

Seu Cândido – em 1984 cadastrava camelôs no centro do Rio de Janeiro, foi apontado como o fundador da ACAC e atualmente trabalha na União.

Silvério – em 1994 deu continuidade ao cadastramento realizado por Cândido e foi o primeiro presidente do Mercado, representava a ACAC. Em 1998 foi expulso do Mercado e voltou a liderar ambulantes na *pista*.

Carlos Augusto – prestava serviços de boy para Cândido. Em 1998 ocupou a presidência do Camelódromo através de uma nova associação, a União. Em 2000 foi eleito presidente do MPU através de eleição direta e em 2004 foi reeleito. Em 2007 foi assassinado.

Elisa – em 2007 ocupou o lugar de Carlos Augusto. Atualmente é a presidente da União.

Carmem – junto com Elisa, sua amiga, ocupou a vice-presidência da União, ainda se mantém nessa função.

Ademar – após a morte de Carlos Augusto, criou uma associação para retirar a União, a Comissão Pró-Moralização do MPU, porém não teve sucesso. Atualmente apóia a ACAC, é um membro-diretor.

Sandro – vice-presidente de Carlos Augusto na primeira gestão da União, mas foi expulso no primeiro ano de mandato

Alfredo – em 2008 foi diretor fiscal da União. Em 2000, através de eleição, tornou-se vice-presidente da União. Em 2006 rompe com Carlos Augusto e monta uma chapa para concorrer à eleição, mas sua chapa foi caçada. Atualmente é vice-presidente da ACAC.

Mauro – em 2008 concorreu a eleição da ACAC e convidou Alfredo para ser vice em sua chapa. Ganharam a eleição e retornaram ao Mercado.

Apesar de ter enumerado algumas das lideranças com as quais tive contato, conforme descrevi em minhas experiências etnográficas, o contexto e o período em que as conheci foram bastante diversificados. Durante os anos de 2006, 2007 e 2008 considerei apenas a associação que estava ou ainda está à frente do controle do MPU. Naquele período a disputa pelo controle do Camelódromo era nítida, todavia apenas no ano de 2009 dei maior atenção a este fato. Tal atitude poderia ser considerada uma falha no trabalho de campo, já que não entrei em contato com o grupo da oposição quando ocorreu o assassinato do presidente e, respectivamente, a contestação da representatividade da organização que presidia a União.

Apesar de saber do interesse de outros atores e organizações acerca do Camelódromo, privilegiei a movimentação de um dos grupos, ou seja, a União. Hoje, poderia dizer que “atirei no escuro”, mas felizmente acertei. O encaminhamento aparentemente relapso dado à pesquisa, possibilitou-me aprofundar quanto aos dados fundamentais para perceber as disputas que desde o primeiro momento, ou seja, desde a implantação do Mercado Popular da Uruguaiana, estão em voga. Este capítulo apresentará os valores que regularizam e legitimam a movimentação dos atores e dos seus respectivos grupos no ajuste de interesses particularizados frente à formação do Camelódromo, desde a sua inauguração até os dias de hoje.

3.2– Histórias das Associações

Devido à complexidade dos fatos a serem contextualizados, tentarei me aproximar da “dança das cadeiras” vivenciada pelas Associações e Associados. Como na brincadeira de criança citada acima, os participantes que ganharam ou perderam seus espaços, estiveram propensos a se destacar ou não sobre outros participantes. As datas e os respectivos acontecimentos a serem descritos representam, nesse caso, instrumentos para corroborar com a contextualização dos conflitos, elementos que, apesar de muitas vezes inconsistentes⁴⁶, nortearão acontecimentos de maneira a torná-los palpáveis.

Durante a tentativa dos interlocutores de reativar suas lembranças sobre os períodos vivenciados no MPU, percebi que, além de colocarem a própria memória à prova, estimulavam outras pessoas presentes no local da conversa a falar sobre o assunto. Dessa forma, Associados elucubravam de forma saudosista suas histórias, conquistas e sofrimentos no Mercado.

Antes da certeza de que um dia eles seriam deslocados das ruas do centro do Rio de Janeiro para um espaço fixo, os camelôs davam os primeiros passos para uma organização. Apontado como o fundador da ACAC – Associação dos Comerciantes do Centro do Rio de Janeiro - ainda na década de 1970, Cândido, atualmente participa da gestão da União dos Comerciantes do Mercado Popular Uruguaiana (UCMPU), uma das organizações que hoje em dia disputam o controle do MPU. Apesar de muitos encontros, esse senhor nunca expressou sua função nesse espaço e tampouco o interesse em falar sobre sua história. Nossos diálogos se restringiam à solicitação de uma conversa e como resposta, uma remota chance de que a situação poderia acontecer, fato que nunca ocorreu.

No ano de 1994, a Associação criada por Cândido era presidida por Silvério. A ACAC negociava com instituições do poder público a transposição dos vendedores ambulantes das ruas do centro para um local fixo que, segundo as autoridades da época, solucionaria o que consideravam a desordem e a sujeira. Um interlocutor explicou que, no ano de 1984, Silvério havia dado prosseguimento ao processo de cadastramento iniciado por Cândido em período

⁴⁶ Refiro-me à apropriação de notícias de jornais. Estas não são utilizadas como meio de entender as questões acerca do Camelódromo, e sim, como uma ferramenta para contextualizar os assuntos sobre o Mercado e os atores que interferem no local.

anterior. O foco desse cadastramento ainda não era o deslocamento dos vendedores ambulantes para o Camelódromo da Uruguaiana. De acordo com o Decreto 4615 de 12 de julho de 1984, o Centro de Comércio Popular da Praça Onze havia sido criado e regulamentado.

O cadastramento estava associado aos critérios requisitados pelo poder público para a concessão da licença que autorizaria e regularia as atividades informais nas vias públicas. O levantamento dos camelôs, realizado pelo criador e, posteriormente, pelo presidente da ACAC, também serviu como argumento para explicar o critério exigido pela Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro na seleção dos ambulantes que teriam o direito a ocupar o espaço concedido. Assim, teriam prioridade à licença os ambulantes “*que tinham maior tempo de Rua*”.

Em 1994 o presidente da ACAC entregou à prefeitura a listagem com o nome dos candidatos que seriam contemplados com uma pequena área no centro do Rio de Janeiro. Deste modo, foi realizado um sorteio destas áreas no dia dos pais daquele mesmo ano. O evento foi realizado no sambódromo e contou com a presença do gestor municipal, o Prefeito César Maia.

Alocados no espaço cedido, os vendedores ambulantes do MPU, entre anos de 1994 a 1998, estiveram sob a gestão da ACAC. No entanto, naquele período, Silvério, mesmo contra sua vontade, perdeu a posição de presidente. Silvério foi expulso junto com a ACAC após a formação de uma comissão formada por um grupo que almejava melhorias para o Mercado. De acordo com o atual vice-presidente da ACAC, Alfredo, ele era contra a administração de Silvério e foi uma das pessoas que esteve à frente de sua expulsão:

Eu fui contra a administração de Silvério, a gente mudou o presidente, isso foi em 98: ‘ele não sai, a gente expulsa!’. O grupo expulsou ele, aí o que ele fez, saiu de uma estação que é essa [o Camelódromo] e foi administrar na Rua Mayrink Veiga, porque ele ainda tinha Associado de algumas ruas. Aí ele ficou pra lá e essa comissão ficou aqui, e tomou na marra, na maldade e na força. E eu também fiz parte dessa força, sendo que a gente pensava que a gente tava fazendo uma coisa para a melhoria do Mercado, mas não aconteceu (...) A ACAC antiga fazia uma administração, como se diz, não te dava muito auxílio. Ele não trabalhava em respaldo ao seu Associado. Por exemplo, se os Associados precisavam de alguma coisa, de algum documento, de algum negócio do Estado e do Município, até de abrir uma conta no banco, eles não davam essas assistências. Aí foi onde os Associados foram se revoltando e houve esse desentendimento (...) A comissão se organizou e montou uma nova associação, a chamada União dos Comerciantes do Comércio Popular, que o presidente seria Carlos Augusto.

Conforme vimos nas informações concedidas durante uma entrevista, o atual vice-presidente da ACAC declara que estivera contra a Associação que atualmente representa. No ano em que a União passou a gerir o Mercado, 1998, tendo Carlos Augusto como presidente, Alfredo ocupou o cargo de diretor fiscal. No ano 2000, o Mercado, através de eleição, elegeu Carlos Augusto como presidente e Alfredo como seu vice-presidente.

Durante meu trabalho de campo, pouco escutei falar sobre Silvério. Embora tenha sido o primeiro presidente do Mercado, não conquistou reconhecimento e sua representatividade transcorreu num período bastante curto. Mesmo sendo um dos seguidores de Cândido, o poder de Silvério foi tomado por Carlos Augusto e um grupo de seguidores. De *boy* à presidente, Carlos Augusto deixou de servir burocraticamente, através de pequenos serviços, ao “*grande-homem*” e se tornou o presidente da União. Carmem, a atual vice-presidente dessa Associação, disse que a relação entre os dois se assemelhava à relação entre um pai e um filho e que a morte de Carlos Augusto foi um grande abalo para Cândido.

O ano de 2006 configurou-se por mais uma ruptura. Alfredo renunciou no final da gestão e montou uma chapa para concorrer à presidência da Associação. Alfredo contou que no dia da eleição, Carlos Augusto conseguiu cassar sua chapa. Explicou que o presidente havia encomendado uma pesquisa de opinião para averiguar sua posição diante dos outros candidatos e descobriu que o seu ex-vice estaria com 85% de preferência entre os Associados. Após a cassação da chapa de Alfredo, Carlos Augusto concorreu apenas com uma chapa e foi novamente reeleito. Neste período o vice-presidente é Sandro. No primeiro ano de gestão Carlos Augusto afasta Sandro. A vice-presidência empossada na União é a atual presidente, Elisa, que enquanto o presidente geria, era a primeira secretária. O homem que concorrera com Carlos Augusto, atualmente, ocupa o cargo de Secretário na Prefeitura Municipal de Belford-Roxo.

Conforme mencionei na apresentação deste trabalho, no ano de 2006, quando comecei frequentar assiduamente o Camelódromo, colocaram-me diante da figura de Elisa como a vice-presidente da União. Jamais escutara o nome Sandro, entretanto os contatos com essa Associação através da pessoa que a vice-presidente representava, foram de fundamental importância para saber que as dificuldades com as quais nos deparamos durante o trabalho

campo extrapolam nossos desapontamentos como pesquisadores. O fato de ter sido rejeitada cotidianamente possibilitou perceber o quanto a falta de informação tem para nos informar. O que estava em jogo não era minha capacidade de interagir, mas o fato das informações serem tratadas como segredos que eu jamais poderia ter acesso. O sigilo se restringia a um pequeno grupo, a União. Porém, estilhaços desse silêncio atingem os atores que também possuem interesses em manter esse segredo.

Retomando as questões sobre as gestões que assumiram o Mercado, em 1996, inúmeros representantes da União foram presos, inclusive o presidente. Carlos Augusto ficou 86 dias preso. Sua identidade foi exposta negativamente pela mídia em decorrência de sua prisão, efetuada por policiais da Delegacia Regional de Repressão aos Crimes contra a Propriedade Imaterial em 14 de março de 2006 no Jornal O Globo, sob a acusação de comandar esquema de distribuição de produtos “piratas”, violação de direitos autorais, formação de quadrilha, crime contra a ordem tributária e usurpação do poder público.

Mesmo que a disputa e as críticas não fossem mencionadas pelos interlocutores, há registros da presença de grupos de comerciantes insatisfeitos com a sua gestão, como exemplificado, na matéria do jornal O Globo do dia 22 de março de 2006:

Afastado a dois anos da vice-presidência da Associação de Vendedores, o comerciante Alfredo, de 44 anos, disse que a associação lucrava 10% sobre o valor da venda de pontos do camelódromo. (...) a cobrança tinha como finalidade legalizar a transferência administrativa dos boxes vendidos. Um box com 1,5 metro de largura foi vendido em novembro por R\$10 mil. Todo mundo sabe da venda dos pontos. O que acontece é a intermediação. A associação cobrava 10% da transação para mudar o nome do permissionário que vendia o boxe para o que comprava. A mudança era só administrativa, a prefeitura não sabia de nada.

Além de identificar a querela, podemos notar que o comerciante delator foi quem ocupou o cargo de vice-presidente da Associação. Há, no entanto, uma contradição no que Alfredo contou durante uma entrevista e o que está registrado na matéria. Enquanto ele afirma ter renunciado, a reportagem lhe coloca na posição de expulso, ações um tanto contraditórias. Entretanto, o que vale questionar são os porquês da ruptura. O que há de tão vantajoso em controlar o Camelódromo? As respostas a essa indagação estão presentes no cotidiano do Mercado, em seus consensos e em seus dissensos, nos conflitos que vão desde o uso do

banheiro à apropriação dos boxes, do pagamento das contas de energia às taxas de manutenção.

Em minha concepção, o cotidiano do MPU é marcado por decisões, seja por parte dos Associados ou por parte dos vendedores ambulantes que se fincaram no espaço. Também considero essas decisões extremamente ligadas às forças que disputam o poder e o controle daquele espaço. Quanto mais visibilidade uma pessoa apresentar diante seus pares, neste caso, através de uma representatividade pretensa a seduzir por meios de ações recebidas, trocadas e recompensadas positivamente, maior será a possibilidade dessa pessoa se desigualar hierarquicamente. Quando não satisfeitas, afastam-se para criar novas relações nas quais, o sentimento de cumplicidade ou simples conveniências, produzirão meios alternativos para alcançar o controle e assim, poderes, privilégios e garantias. O controle deve ser reconhecido pelo maior número de seguidores, ou seja, quanto mais Associados tiverem credibilidade numa Associação representada pela figura de seu presidente, maior influência este terá.



Desenho feito em homenagem ao presidente assassinado em um muro do Camelódromo –
10/2009 (acervo pessoal)

As características benevolentes que caricaturavam o presidente foram expressas com uma intensa carga de emoção pela atual vice-presidente da União, Carmem. Ela comentou que Carlos Augusto ensinou muito aos Associados, principalmente a não ter medo e a ser respeitado e que deixou muitos filhos órfãos. É o que podemos observar a partir de alguns trechos de uma entrevista concedida pela mesma:

O falecido presidente, Carlos Augusto, deu muito dele aqui dentro, [ensinou] como montar um Mercado. Na verdade, na verdade, foi ele que ensinou a gente ser respeitado e respeitar o nosso próximo. Isso aí, ele ensinou demais a nós da administração e ao próprio camelô a não temer coisas que não tem que temer. Às vezes chegava gente aqui e implicava, a gente calava, só escutava, não se defendia. Hoje em dia não, a gente sabe quem procurar para nos ajudar a nos defender e não cair nas arapucas da vida. Isso é graças a Deus e a ele também (...) levavam nossas mercadorias e a gente não sabia pra onde ia. Contavam mentiras pra gente e a gente acreditava. Muitas pessoas sujas vinham aqui para dentro, mas por quê? No fundo, no fundo o culpado era a gente, porque em vez de parar para pensar, a gente colocava uma viseira e ficava olhando só para frente (...) Aí Carlos ensinou pra gente que não era bem assim, que cada área era sua área e que a gente tinha que lutar por nossos direitos e quando chegava gente de fora pra sacanear a gente procurava saber a verdade. E na verdade a gente via que estava errado e a gente tinha condição de reagir. 'Eu venho pegar isso sei, mas eu não posso pegar, só quem pode pegar é esse aqui, mas eu estou com a minha nota, você não pode levar isso que eu comprei'. Eram pessoas de fora, não eram nem pessoas daqui, às vezes nem autoridades (...) Nosso presidente, o falecido, ele tinha uma cara que dava medo, apesar de ser um homem muito bonito, parecia um bicho, mas não. Na verdade esse homem era uma dama, ele ajudava tanta gente, ele morreu, mas ele deixou muitos filhos órfãos, era muita família e instituição que ele ajudava. Uma vez ele ficou oitenta e seis dias presos. Sabe por quê? Porque ele recebeu uma doação com um monte de tênis velho, com cadarço trocado, era coisa suja. Ele lavava aquilo tudinho, acertava os cadarços e fazia doações para as pessoas que precisavam, lá pra cima, pro lado de Maricá, de Caxias. Aí quer dizer, como ele só ia juntando, dava pra ver que estava tudo mofado, armaram que ele era o rei da pirataria e ele ficou preso oitenta e seis dias por causa disso.



Carlos Augusto foi assassinado na Baixada. (Foto: Reprodução/ TV Globo)
19/ 05/2007 (Globo.com)

A percepção de outro funcionário da União reafirma a história contada por Carmem. Ele explicou que a grande quantidade de tênis “piratas” era para distribuir entre pessoas carentes, entretanto ele próprio contradiz sua versão, na medida em que, ao falar sobre as mercadorias piratas ou sem nota fiscal apreendidas por policiais na casa do presidente, afirma que não teria sentido pagar um valor superior em lojas do comércio formal, já que trabalha em um local onde poderia adquiri-las por um preço mais baixo. Muito bem articulado, o

funcionário relacionou a prisão do presidente ao grupo de oposição: “*havia motivos políticos. Foi logo após sua reeleição*”.

A influência positiva que o presidente Carlos Augusto criou sobre seus funcionários findou junto à sua gestão. O mandato do presidente foi interrompido devido ao seu assassinato ocorrido no dia 18 de maio de 2007. Com sua morte, Carlos Augusto carregou infindáveis segredos sobre o Mercado e levantou uma série de questões sobre a legitimidade do espaço que geria. Sua morte foi investigada pela Polícia (59ª DP/ Caxias) e a principal hipótese é execução, em razão da grande quantidade de tiros e nada ter sido roubado. Apesar disso, durante uma entrevista para o Jornal Extra do dia 27 de maio de 2007, seu filho garantia que a morte do pai se tratava de um assalto. O assassinato do presidente fez emergir a disputa que, até então, não havia se explicitado em meu trabalho de campo. A impossibilidade de consulta ao estatuto não permitiu o acesso às formas de sucessão do cargo. Não obstante, na semana seguinte de sua morte, a presidência foi assumida pela vice-presidente. Em paralelo à posse de Elisa, anunciou-se uma nova organização, a Comissão Pró-Moralização do MPU.

Saberes particularizados, informações privilegiadas, o segredo é um dos elementos que mantém o MPU em funcionamento. Apesar de Associações e Associados permanecerem em constante conflito pelo controle do espaço público, há um consenso implícito de que nem tudo pode ser publicizado.

O primeiro documento distribuído pela organização denominada LEGAL - Legítima Entidade Grupo de Apoio aos Comerciantes dos Mercados Populares do Centro do Rio de Janeiro - no dia 22 de maio de 2007, traz inúmeras críticas e acusações à administração da União dos Comerciantes do MPU e propõe como sua principal meta a constituição de um “Mercado Modelo, trabalhando para melhorias em seu todo e em todos aspectos legais”, conforme é possível notar no trecho abaixo:

Estávamos à deriva e quase naufragando pelas atitudes tomadas pela administração anterior, sem saber o que pagávamos, para onde ia nossa contribuição, constantemente com problemas no fornecimento de energia elétrica por cortes da luz que pagávamos em dia e com os preços ajuizados por conta da administração anterior, com o Mercado sujo, sem cobertura adequada, correndo riscos de incêndios pela instalação elétrica fora dos padrões Light/ABNT, além de outras irregularidades que a Imprensa carioca cansou de denunciar às autoridades constituídas. Pela breve exposição de motivo aqui exposto, um grupo de mercadores cansados e que não compactuam com tantas trapaças e irregularidades, decidiu em Assembléia Geral, antes do lamentável ocorrido, manifestar a sua inconformidade fundando a LEGAL para que, junto às autoridades e ao Poder

Judiciário, afastar legalmente a administração que tantos problemas e dissabores causaram a uma categoria sofrida e trabalhadora.

As iniciativas tomadas pela LEGAL se consolidaram com a presença de uma nova equipe de segurança, identificada por camisas com a legenda da organização e através da distribuição de novos ofícios. O primeiro convocava uma reunião que teria como objetivo discutir a situação “caótica” e o “destino” do Mercado. O segundo ofício aparecia como forma de resolução da reunião mencionada anteriormente e estipulava um novo valor a ser pago em uma cota única de R\$ 30,00, referente à contribuição social e energia elétrica.

Meu afastamento do Mercado foi concomitante à dissolução da LEGAL. O controle dos 1.600 boxes ficou por conta da União, associação que tomou o lugar da ACAC. Desta vez, presidida por Elisa e com o total apoio de Carmem, vice-presidente e amiga pessoal, porém as amigas não tiveram descanso para dar continuidade à administração do Camelódromo. A ACAC retornou. Seu presidente chama-se Mauro e o seu vice-presidente, Alfredo, como elucidado anteriormente este último foi um dos fundadores da União.

Alfredo fez questão de elucidar que durante a gestão de Carlos Augusto permaneceu neutro e não participou de nenhuma movimentação contra o presidente. Por outro lado, afirmou que Silvério não voltou ao Camelódromo, pois após sua expulsão ficou com medo das sucessivas ameaças de morte.

O retorno da ACAC ao Camelódromo foi resultado de longas negociações. Esta Associação, quando expulsa do Mercado, deu continuidade às suas ações em outras áreas do centro do município do Rio de Janeiro, onde o comércio informal era regulamentado, por exemplo, no Largo de São Francisco.

O ex-vice-presidente da União e atual presidente da ACAC contou que durante o processo eleitoral dessa organização, o atual presidente lhe convidou para compor sua chapa. O argumento utilizado para explicitar ter sido escolhido por Mauro foi calcado em sua experiência e tempo de camelotagem. De acordo com Alfredo, o convite foi aceito após uma série de reuniões e, durante as mesmas, discutia-se a proposta da Associação retomar o controle do MPU: *“fizemos várias reuniões e eu me expus a ele [Mauro] do que eu gostaria que acontecesse no Mercado, ‘que do jeito que tá, não dá pra continuar, o nosso Mercado tá*

abandonado' e a nossa intenção é levantar esse Mercado". Após vencerem a eleição e conquistarem a presidência da ACAC, Mauro, o presidente, disse ao seu vice que voltariam à sua casa, referindo-se ao camelódromo: "ô Alfredo, já que nós ganhamos a eleição aqui da ACAC, nós vamos brigar para voltar para nossa casa, nossa sede. Porque os antigos presidentes nunca se interessaram de voltar. Só que eu quero voltar para a nossa casa que é da onde nós iniciamos o Mercado". A casa mencionada pelo presidente da ACAC é área localizada na quadra D do Mercado.

Alfredo deu explicações acerca do retorno da ACAC. Afirmou que *"tudo o que não presta está no Mercado(...). Nesse curto tempo sem administração, está abandonado"*. Contou que a Associação tem o apoio do Governo do Estado e da Prefeitura Municipal, além do fato de terem ganhado na Justiça, há aproximadamente quatro meses, o termo de reintegração de posse, o direito da administração do MPU: *"fomos na Justiça pra poder organizar, porque a gente não pode mudar as coisas de uma hora para a outra. A gente tem que estar calçado pela Justiça, para não fazer nada fora da lei"*.

Embora Alfredo afirme a regulamentação da ACAC diante da Justiça, a vice-presidente da União, Carmem, não faz diferente ao tratar da Associação que representa. A vice-presidente afirma ter sido eleita em votação legitimada por ata e estatuto, após realização de uma assembleia. De acordo com Carmem, *"tá no cartório, tudo legalizado, é tudo nos conformes da lei!"*. Explicou que durante a gestão de Carlos Augusto ocupava o cargo de Primeira Secretária e após sua morte, Elisa *puxou-a* para a vice-presidência.

Sua versão para a desaprovação da gestão da União pelo grupo de opositores está baseada numa questão de gênero. Contou que não teria outra explicação para o fato, pois ao assumir a presidência, Elisa deu início a uma maratona de obras e melhorias no camelódromo: *"depois de tantas lutas, nós chegamos aonde chegamos; agora que estamos aqui tem sempre a oposição que é contra. Tem um grupo de senhores que não aceitam duas mulheres no poder, aí começou a guerra (...)"*.

Apesar de ambas as Associações explicitarem a busca pelo reconhecimento jurídico, a *guerra* tomou proporções que extrapolaram a legalidade, adentrando numa série de valores morais. Segundo Carmem, o presidente da ACAC disseminou no Mercado a informação de

que ela era portadora do vírus HIV⁴⁷, além de ser uma piranha vagabunda. Além disso, Elisa era constantemente chamada de suja e fedorenta. Ao questionar Carmem sobre os motivos desses insultos, obtive como resposta que as agressões estavam calcadas na loucura do presidente, que considerava o Mercado sua propriedade particular:

se dirigem a gente, pô, prá você ver, o rapaz que trabalha lá é o tal do Mauro... até espalhou na Quadra que eu era aidética, que eu estava com AIDS. Se eu tivesse uma doença dessa, o que eu ia fazer? Me cuidar, né. Entregar à Deus. É problema meu, mas eu acho um absurdo ele ficar querendo me agredir me chamando de aidética, de piranha, de vagabunda. Elisa coitada, uma vez que ela foi lá [na sede da ACAC], uma roda de homens chamando ela de suja, de fedorenta. Só chamam a gente assim... eles são loucos, loucos mesmo (...) Ele gritou na delegacia: 'ninguém vai me tirar da minha casa'. A casa dele é a Quadra D, o banheiro e a salinha que ele invadiu. Ele é alucinado. Se ele tá falando contigo, você já está toda molhada, porque ele só fala cuspidando, o olho dele fica deste tamanho [abre os braços por inteiro para identificar uma enorme proporção], parece um louco.

Conforme explicitado, a “dança das cadeiras” seria um instrumento para demonstrar que as disputas acerca da administração e do controle do Mercado Popular da Uruguaiana perpassam por Associações, a ACAC e a União. Mas, o ápice da questão é o fato dos representantes dessas Associações tratarem o espaço que administram de forma particularizada. Os conflitos são pessoais, abarcam interesses particulares e muitos segredos. Nesse sentido, a manutenção do espaço, não foge à regra. Os Associados, os funcionários, o banheiro, a cobertura, a conta de luz, entre outros elementos que constituem a estrutura do MPU, foram apropriados pelas Associações e por seus representantes e desde então são elementos imersos nos conflitos. Desta maneira, à medida que os atores optam por apoiar um dos grupos ou seus representantes serão ressarcidos de alguma forma pelo seu apoio, como veremos nos exemplos a seguir.

3.3 – Taxas, a quem pagar?

Geralmente elogiados pelos Associados, os serviços oferecidos pela Associação, neste caso, a União, possuíam um valor fixo. Antes de entrar em contato com a organização, tive conhecimento de alguns serviços, entre eles, a manutenção dos funcionários da

⁴⁷ HIV é a sigla em inglês do vírus da imunodeficiência humana. Causador da aids, ataca o sistema imunológico, responsável por defender o organismo de doenças. www.aids.gov.br/pagina/o-que-e-hiv, acesso em fev. de 2010

segurança, da limpeza; os serviços odontológicos, médicos e advocatícios; as reformas e os consertos da estrutura física. O custeio da taxa de iluminação não está inserido nas taxas que cobrem os serviços mencionados anteriormente e não são fixos. A variação da taxa de iluminação está relacionada aos produtos que o box comercializa. Caso um Associado comercialize eletro-eletrônicos, pagará um valor maior do que um proprietário de um box que vende camisetas. As taxas são cobradas a partir da divisão realizada pela prefeitura, seguindo o mapa original. Nesse sentido, a Associação recebe a taxa referente ao espaço supostamente ocupado por uma barraca “*caveirinha*”. Os Associados que administram mais de um box, aglomerados ou não em um mesmo local, pagarão as taxas por cada unidade padrão, ou seja, a área estabelecida pela lei.

O fato de ter citado apenas a União como coletora de taxas está baseado no fato de ter realizado o trabalho de campo quando apenas essa Associação estava à frente da gestão do Mercado. No entanto, tenho consciência de que esse procedimento também é realizado pela ACAC, já que a contenda pela verba parou nas mãos da Justiça. A insatisfação pela administração das taxas não está estrita às Associações, mas também aos Associados.

No primeiro contato com a União, a vice-presidente enumerou rapidamente os serviços oferecidos. Explicou que os atendimentos somente eram proporcionados aos Associados e aos funcionários da Associação, no entanto alguns funcionários dos boxes faziam uso, já que não teria como lhes negar cuidados, caso fosse necessário. Sobre os serviços jurídicos, fez questão de explicitar que não era destinado aos proprietários dos boxes que comercializavam produtos considerados piratas, pois a gestão não apoiava a comercialização desses produtos no Mercado.

Embora tenha mencionado os serviços, Elisa não explicou os procedimentos que os Associados deveriam seguir para adquiri-los. Entretanto, não teve problema em explicitar que as taxas cobradas serviam para provê-los. Ao falar das taxas, ironicamente elucidou que a maioria dos Associados encontrava-se em débito. Em 2006, para manutenção do Mercado (limpeza, segurança, obras, consertos, entre outros) e para os serviços oferecidos, cobrava-se uma taxa semanal de aproximadamente R\$ 25,00 e atualmente esta taxa é de R\$ 30,00.

As taxas foram classificadas por uma Associada como “*uma obrigação como outra qualquer*”, sendo comparadas às obrigações de pagar as contas em uma casa ou em uma loja

do shopping, explicou que o não pagamento do valor por todos os Associados é injusto e prejudica aos pagantes. Mas, para outros comerciantes o pagamento das taxas não é uma questão tão simples conforme foi expresso acima. Tanto o pagamento da taxa de luz quanto o pagamento da taxa de manutenção foram motivos de uma série de discordâncias, causando ruptura entre Associações e Associados. Esses conflitos são provocados por interesses particulares. Nessa perspectiva, poderíamos pensar num conflito cíclico e inconstante, já que são produzidos pelos mesmos atores, todavia de forma transitória, como na “dança das cadeiras”, fazendo com que em cada acontecimento os atores se aproximem das situações que lhes trazem mais conforto.

3.3.1 – Taxas de manutenção

Em dezembro de 2006, após uma tentativa de conversa com o presidente ou a vice-presidente da União, um funcionário do setor administrativo, bastante atencioso, concedeu uma informação preciosa acerca dos conflitos relacionados aos usos das taxas. O funcionário explicitou que havia um grupo que se opunha à União, logo aos churrascos promovidos semanalmente pela organização. O evento era custeado pela União através das taxas de manutenção pagas pelos Associados e acontecia sistematicamente às sextas-feiras. Durante um evento que participara no Mercado, um senhor contou que o samba era “*uma festa*”, “*o clima era diferente*”. Nesse período, a Associação “colocava a carne e o pessoal comprava o que tivesse a fim de beber, cerveja, era sempre cerveja”. O adjetivo utilizado para qualificar o samba foi fartura: “aquele samba era uma fartura só”. A partir destes relatos, percebi que o que importava não era apenas o som e a socialização, mas o que era oferecido pelo presidente da Associação. A figura do presidente Carlos Augusto era caracterizada pela sua generosidade. Enquanto concedia diversão aos seus Associados, recebia simpatia como retorno.

Por outro lado, potencializava a cobiça de atores que não conseguiam conquistar o seu lugar. Com base no argumento de que União estaria jogando dinheiro fora, o grupo opositor afirmava que o evento era um meio de fazer com que os funcionários não reclamassem. Mesmo questionado sobre as reclamações que havia mencionado, Nestor não soube explicitá-las.

A decisão sobre o fim do investimento coincidiu com a prisão do presidente que estava no controle da União. Sem qualquer explicação aos Associados, para a felicidade do grupo de oposição e como uma espécie de castigo oferecido pela gestão que administrava as taxas, o churrasco deixou de acontecer.

Em março de 2006, o Jornal O Globo publicou a matéria “Polícia fecha Camelódromo da Uruguaiana”, cujas informações diziam respeito às irregularidades encontradas na gestão de Carlos Augusto:

uma operação da Delegacia de Repressão aos Crimes contra a Propriedade Imaterial (conhecida como Delegacia Antipirataria) fechou ontem os 1.500 Boxes do Mercado Popular da Uruguaiana, no centro, e levou a prisão do presidente da associação de vendedores do camelódromo, Carlos Augusto. Uma investigação de mais de um ano apontou indícios de irregularidades na administração de Carlos Augusto, acusado de comandar um esquema de distribuição de produtos piratas no Mercado e cobrar dos vendedores taxas ilegais de iluminação (R\$ 40,00 por mês) e de segurança (R\$ 50,00 por semana).

O mesmo Jornal, no final do mês de abril daquele mesmo ano, publicou uma reportagem na qual Carlos Augusto é acusado, após sua prisão, de *ameaçar comerciantes que depuseram contra ele e algumas barracas tiveram a luz cortada*⁴⁸.

Após a morte de Carlos Augusto, em 2007, novamente as taxas de manutenção foram colocadas em discussão. O valor da taxa cobrada pela União foi destacado como não transparente pelo grupo que se opunha à gestão da União, a LEGAL (Anexo II). A proposta do grupo estava calcada na cobrança do valor de R\$ 30,00. Este valor, conforme proposto, cobriria todas as demandas do Mercado, entretanto a proposta jamais pode ser concretizada, pois a concorrência não fora reconhecida pelos Associados.

Ao assumir a presidência, Elisa afirmou que as decisões acerca do Mercado continuariam nas mãos da União e desconsiderou qualquer possibilidade de uma nova organização que viesse representar e administrar o Camelódromo. Para desqualificar a LEGAL, a presidente da União distribuiu uma circular denunciando o presidente daquela

⁴⁸ Apesar da taxa de iluminação ser um elemento extremamente ligado aos conflitos entre os atores que disputam o controle do Mercado e ser um instrumento utilizado como meio dessas organizações medirem forças, a mesma será discutida no próximo item.

Associação. A crítica estava calcada na inadimplência do presidente da LEGAL que, de acordo com o documento, jamais havia pagado uma conta de energia elétrica, aproveitando-se dos ‘trabalhadores que cumprem suas obrigações’. (Anexo III)

Conforme mencionado anteriormente, os conflitos acerca do uso da taxa de manutenção não aconteciam apenas entre organizações que desejavam controlar o Mercado. Durante uma entrevista, um casal de Associados admitiu não pagar a taxa de manutenção de seus boxes sob o argumento de que a União não realiza os investimentos na área de segurança. Além de desconsiderarem a taxa de manutenção, o casal entrou com uma medida judicial contra esta Associação por ter tido sua energia cortada indevidamente. O valor da indenização foi estabelecido em R\$5.000, 00, porém por ainda se sentir lesado, o senhor apelou para R\$ 20.000,00. Os proprietários dos boxes, Seu Armando e Dona Helena, envolvidos nesse caso posicionam-se claramente contra a gestão de Elisa.

Para esclarecer o que considera falta de segurança, Seu Armando contou diferentes casos. O primeiro estava relacionado ao seu box e o segundo caso abrange o Mercado. Todavia, apesar das críticas fez questão de mencionar que, fora a falta de segurança com os boxes, durante a madrugada o Mercado é um lugar bastante tranquilo.

Com o discurso carregado de indignação, Seu Armando disse que ao chegar para trabalhar, constantemente encontrava a porta de seu estabelecimento urinada e, algumas vezes, com fezes humanas. Sua explicação para o fato é de que *“se tá urinado é porque não tem ninguém tomando conta e se uma pessoa pode urinar, também pode roubar”*. Além de colocar a limpeza como foco de sua crítica, o Associado coloca o Mercado como um local inseguro. Afirmou que muitos proprietários têm seus boxes furtados durante a madrugada e assumem o prejuízo sem qualquer apoio ou ressarcimento por parte da Associação. Contou que, durante a madrugada, os seguranças contratados pela União dormem e já ocorreu dos próprios funcionários realizarem os furtos:

Tanto que eu coloquei na justiça um DVD gravado com um segurança da União furtando aqui à noite (...) eu falei em juízo a seguinte coisa: – ‘olhe, escute bem, não tem acordo com ela, porque ela não é confiável. Ela não paga nada que ela deve. Ela não paga nem as pessoas que são furtadas. Falei em juízo na frente dela. Aí ela pediu licença (...) – ô excelência, eu posso falar? Meu funcionário já foi mandado embora’. (...)E daí, e os outros que ficaram? Isso não me interessa. se ‘o meu funcionário foi mandado embora’, isso é problema dela.

Ao falar sobre os furtos, explicou que a Associação comporta-se de forma indiferente aos proprietários que perdem mercadorias nessas ocasiões, já que nada poderia ser exigido por esses comerciantes, pois os produtos retirados de seus boxes não apresentam notas fiscais. Um exemplo destas mercadorias são as câmeras filmadoras e fotográficas, eletro-eletrônicos e que, na maioria das vezes, são importadas e apresentam custo elevado.

Ao tecer o comentário sobre o tratamento relapso concedido aos Associados, o senhor não levou em conta a possível situação de irregularidade em que os comerciantes poderiam se encontrar. Sua questão está calcada em posicionar-se contra o que considera uma desconsideração aos trabalhadores do Camelódromo. Pude perceber que Seu Armando utiliza a legalidade dos produtos que comercializa como um artifício, pois do seu lugar, pode expor a União a situações adversas.

(...) ela sabe que a pessoa não vai registrar na delegacia porque são mercadorias importadas (...) mas comigo ela se estrepa, porque eu vou lá legal, entendeu? Eu não vou nem na delegacia que é conivente com ela, eu vou direto na Secretaria de Segurança. Porque por ela saber que as pessoas não vão dar queixas por serem coisas ilegais, então fica por isso mesmo (...)

3.3.2 – Taxas de iluminação

Como todos os conflitos que ocorrem no Camelódromo, o conflito referente ao pagamento da taxa de energia está longe de ter um fim. A cobrança, supostamente ilegal, da taxa havia sido utilizada como argumento para levar o ex-presidente à prisão e para perseguir Associados que depuseram contra sua pessoa. O não pagamento já levou os Associados a posicionarem-se contra seus vizinhos de boxes, já que os que se encontram em débito aproveitam da boa vontade dos que pagam regularmente. A má condição de conservação dos fios que passam a corrente elétrica era motivo de reclamação. De acordo com os interlocutores, a instalação improvisada teria provocado curtos circuitos e graves incêndios no Camelódromo.

Até o ano de 2009, a conta de energia encaminhada ao Mercado tinha somente um endereço, a União. Porém, após o retorno da ACAC, as contas passaram a ser encaminhadas à Associação que, *na marra*, havia sido expulsa do Mercado.

De acordo com Dona Francisca, uma senhora que comercializa cigarros importados, a instalação da iluminação fora realizada pela Ligth⁴⁹, mas o deslocamento dos fios aos boxes foi realizado pelos funcionários da Associação. Cada quadra recebeu um relógio para medir seus gastos. Logo, os valores destinados a cada uma deveriam estar relacionados ao número de boxes que as constituem. No entanto, a distribuição da cota não é realizada proporcionalmente.



Fios desencapados – 12/2007 (Bruno Mibieli)

Os valores que chegam mensalmente aos Associados são fixos, independente do fato de seu estabelecimento se localizar ou não em uma quadra com maior ou menor número de boxes. A quantia paga apenas se diferencia, conforme descrevi anteriormente, em decorrência dos produtos que comercializam. No ano de 2006, a quantia variava entre R\$ 25,00 e R\$ 30,00⁵⁰.

Em 2007, uma das quadras passou oito dias sem iluminação. As explicações para o corte são de diferentes ordens. A Associação responsabilizou os Associados que estavam em débito, os associados que estavam em débito acusaram a Associação de não utilizar as taxas com transparência. O jornal O Globo divulgou que os Associados ficaram sem energia por conta de uma represália causada pela prisão do presidente. Os Associados entraram em

⁴⁹ Grupo de empresas que fornece energia elétrica para o município do Rio de Janeiro – Integrado pelas empresas Light S.A. (holding), Light Serviços de Eletricidade S.A (distribuidora), Light Esco Ltda. (comercializadora) e Light Energia S.A. (geração e transmissão).

⁵⁰ Os valores apresentados por diferentes Associados se afastam bastante do valor notificado pela matéria publicada no jornal O Globo – R\$50,00.

conflito entre si, já que muitos ficaram sem luz pelo fato de um grupo de Associados optar por não pagar suas taxas. O grupo que não pagava a taxa de iluminação era liderado por . Atualmente, é um dos membros que compõe a ACAC. A Associação perdeu uma briga na Justiça, já que Seu Armando, ferrenho opositor da União, sempre pagou a taxa de iluminação em dia e teve a energia cortada. Naquele ano, a Associação devia R\$ 47.000,00 à Light. A conta foi colada em cima da palavra caixa, encontrava-se à mostra para quem quisesse conferir, tal fato suscitava muitas declarações entre diversos atores:



Parede da ACAC com taxa de iluminação a mostra –
12/2007 (acervo pessoal)

(...) oito dias sem luz! Por causa de uns, prejudica os outros (...). (Dona Tereza, trabalha para o filho em um box revendedor de capas para celular)

O corte de luz aconteceu depois que o grupo de oposição denunciou que a Associação não pagava a conta, mas era esse grupo que não pagava (...) quando o Associado está em débito ele recebe uma advertência. O corte de luz é realizado após meses sem pagamento(...). (Nestor, funcionário do setor administrativo da Associação)

Querem o espaço de graça, tão pensando o quê? (Samanta, trabalha em um dos boxes que a família possui, comercializa artigos femininos).

Em março de 2009, quando conversava com Cassandra, irmã de Pedro e proprietária de um box na quadra D, fomos interrompidas pela chegada de um funcionário da Associação. Presenciei a cobrança da taxa de energia. O encontro foi bastante intimista, o funcionário abraçou carinhosamente a proprietária e disse: “*ei minha mãe velha, passa aquela grana*”. Ainda abraçada com o funcionário, Cassandra lhe respondeu: “*volta amanhã que hoje eu já paguei a Associação*”. Perguntei se ele estava cobrando alguma taxa relativa ao Mercado e recebi a resposta afirmativa: “*a luz.*” Perguntei quanto era a taxa cobrada, ela respondeu: “*R\$ 40,00*”. Perguntei aos irmãos como o Mercado ficou após a morte de Carlos Augusto e Cassandra imediatamente respondeu que “*mulher no poder é tudo!*”, referindo-se a Elisa. Sem que lhe perguntasse, apontou para a cobertura no intuito de identificar a nova fiação.

Percebi que o apoio e o reconhecimento de Cassandra à gestão realizada por Elisa permitiram-lhe prorrogar o prazo do pagamento da taxa de luz para o dia seguinte. Além do fato de exaltar a figura de uma mulher a representando, a proprietária do box demonstrou ter uma relação de afetividade com o funcionário da Associação, o funcionário de Elisa. Neste sentido, mais uma vez constatei que o controle do Camelódromo extrapola regras rígidas, estendendo-se às relações construídas na base dos sentimentos.

Como Cassandra, a vice-presidente, Carmem, citou a fiação como uma melhoria realizada pela atual presidente. No entanto, quando traz o tema para a conversa, associa as melhorias realizadas por Elisa ao retorno da ACAC: *Elisa entrou só fazendo obra, entrou fazendo as coberturas, mudou a fiação, colocou lâmpada(...) Aí o Mercado está pronto, aí juntou uns vândalos que querem tomar a associação de assalto, olha o que a gente tem passado por aqui.*

Novamente me deparei com as duas organizações diante da disputa pela administração do Camelódromo. Agora, o pagamento da conta de luz é o elemento que incita o conflito. Ambas as Associações argumentam que a rival é não regularizada, que se utiliza de meios ilegais para receber o apoio dos Associados, que está relacionada com milicianos, que fraudou a conta de luz. Tanto a ACAC quanto a União acreditam ser responsáveis pelo controle de todos os elementos que constituem o Mercado, desde os Associados à estrutura física.

O discurso da vice-presidente da União:

Ele fez um golpe tão sujo com pessoas tão sujas igual a ele [Mauro, presidente da ACAC], não sei como ele fez isso. A gente estava devendo a quadra D e a quadra C, porque você sabe, isso é muito grande; são 1680 boxes e a gente estava juntando dinheiro pra pagar as duas contas, A gente já tinha pagado a A e a B e estava juntando dinheiro para pagar a C e a D. Essa última conta que a gente pagou foi R\$ 27.000,00. Quer dizer, se você vai lá na Light, se você está devendo, você não consegue colocar o nome na sua conta devendo, não consegue, não consegue! Foi comprovado na Light uma fraude. Foi comprovado mesmo que os funcionários colocaram o nome deles [ACAC] na conta de luz mesmo devendo. Roubaram a nossa conta de luz(...) foi para o nome de uma Associação clandestina chamada ACAC. Estou te dizendo que teve fraude, foi constatada a fraude. Colocaram a conta de luz no nome dele e a gente teve que lutar pra colocar de volta no nosso nome. Faltou só a D. colocamos uma pressão muito grande na Light, aí desceu o Superintendente e disse que ‘a partir de hoje, enquanto não resolver na justiça não troca nome de ninguém; ninguém troca o nome de ninguém’. Aí graças a deus que a quadra A, B e c já estava no nosso nome, só tinha a D no nome dele. E mesmo assim, a D no nome dele, o pessoal vem aqui pagar, não quer pagar a ele não, nós pagamos a D (...) A gente paga, nós vamos deixar nosso povo sem luz. Não pode! Eles pagam a gente, não pagam a eles não. O pessoal tem medo deles, medo, medo, medo, medo. Isso não pode! (...) Esses senhores, tipo Ademar, o Mauro, isso aí, está desde o

começo do Mercado, mas não tão forte assim. Mas como juntou todos os adversários contra a gente, toda a banda podre; e pra completar, eles trouxeram gente de Rio das Pedras, de campo Grande, envolveram tudo aqui dentro (...) a salinha 170 está interditada. Lá é uma sala que eles invadiram, está interditada pela prefeitura e eles continuam usando a salinha. Essa sala não existe para a prefeitura e eles se instalaram lá como um grupo de milicianos (...).

O discurso do presidente da ACAC:

As contas de luz que estão no nome da ACAC. Tudo que está no nome da ACAC, a gente foi buscar na justiça. A gente foi buscar na justiça e na primeira instância ela perdeu. Na segunda nós ganhamos também... ela [Elisa, presidente da União] pediu para as contas de luz voltarem para o nome dela. Eu tenho a documentação e diz que, além da reintegração eu sou registrado aqui dentro. A União não é registrada aqui dentro, ela não tem nenhum documento aqui dentro, tanto que a sede dela é fora do Mercado. Só o que acontece? Ela usou de meio escuso com os funcionários da Light e tentaram fazer uma mutreta. Eu já levei a documentação ao Dr. Alvez, que é o presidente da Light, relatando que os funcionários da Light estão vendendo a própria Light. Venderam por quê? (...) vamos botar aqui: você mora aqui e aqui tem a outra casa. Você pode pagar a conta de luz da outra casa e mandar a Light trocar para o seu nome a luz da outra casa? Foi o que a Light fez. Ela chegou com as cópias das minhas contas de luz dizendo que eu não tinha pago e mandou a Light passar pro nome dela. Aí que está a confusão! (...) Estão tentando [passar as contas de luz que estão com nome da ACAC para o nome da União], mas eu já acionei a ANEEL. Porque é errado! Eu já falei para eles lá, 'eu vou cobrar juros; eu vou arrancar da sua empresa um dinheiro muito forte, porque me deram motivo suficiente para isso. O meu jurídico está debruçado em cima disso, já falei isso pra eles. Eu quero resultado! E aí eu fico calado só observando.

O apoio dos Associados junto a uma Associação se instrumentaliza no momento em que os mesmos pagam a taxa de iluminação para uma das organizações. A taxa é um meio de manter vínculos, no qual ambas as partes serão beneficiadas. Logo, enquanto a Associação tem a garantia de que a taxa será paga, o Associado poderá, como Cassandra, adiar um dia do pagamento.

Diante a situação, Seu Armando afirma que “*camelô é tudo burro*”. Apesar de apoiar a ACAC e pagar as contas de luz para a organização, o Associado percebe nesse conflito, em particular, a causa de um problema maior para ser administrado futuramente. Quando expõe sua versão sobre a disputa acerca da conta de luz, o senhor não foge dos dados comentados pelo presidente da ACAC e pela vice-presidente da União. O “*caso parou na Justiça!*”. Afirmou que conta de luz estava no nome da União e havia sido transferida para o nome da ACAC. Não adentrou nos detalhes do processo, mas elucidou que ambas estão recebendo as taxas. Cada Associado faz o pagamento para a Associação que reconhece como legítima, como sua representante.

Seu Armando, manifesta-se a favor da organização que apóia e, para defendê-la, baseia-se nas decisões judiciais. Em sua opinião, o Associado deveria realizar o pagamento para a Associação reconhecida judicialmente e utilizou isso como exemplo para o caso, pois em período anterior, pagava suas contas para a Associação que se opunha:

(...) mas é um problema também, que ela [Elisa] tá cobrando (...) ela continua recebendo indevidamente. Então, conclusão, depois não vai ter dinheiro nem de um, nem de outro para pagar. Conclusão: a luz não vai ser paga, aí vai cortar. E o camelô também é burro! (...) porque tá vendendo! Se você tem uma conta a pagar, você vai ver o nome de quem tá, aí você vai pagar em nome daquela pessoa (...) ela já perdeu em segunda instância (...) ela está cometendo um crime, um estelionato, cobrando uma coisa que não é devida. A situação é essa! O que eu tenho que falar, eu falo. Eu não escondo nada porque eu não sou baú!

De acordo com seu Armando, essa situação é indiferente para o bom andamento do seu negócio. Em decorrência da localidade de seu box, o senhor argumenta que jamais ficará sem luz. Localizado na Rua da Alfândega, no início da quadra D, o estabelecimento recebe energia durante todo o dia.

3.3.3 – Quando um funcionário não dança no ritmo da Associação

Assim como os constantes conflitos entre Associação e Associados, alguns funcionários acabam entrando na “dança das cadeiras”, sendo sua posição demarcada pela influência e benevolência de um dos grupos que administram o MPU, ou seja, da ACAC ou da União.



Dona Felipa passeando no Mercado
10/2009 (acervo pessoal)



Entrada dos banheiro do Mercado
10/2009 (acervo pessoal)

O caso de Dona Felipa, funcionária do Camelódromo desde o ano de 2005, poderá nos colocar frente a mais um exemplo no qual as Associações são colocadas como elementos que possibilitam a permanência, definindo os atores que poderão estar dentro ou fora do Mercado.

Em 2007, quando conheci Dona Felipa, que contou trabalhar no banheiro há aproximadamente dois anos. Disse que antes desse período estava desempregada e ao passar pelo mercado, perguntou “à *um funcionário se sabia de algum trabalho*”. O funcionário lhe respondeu que havia vaga no banheiro. Desde então fiscaliza a entrada das mulheres, cobrando delas o valor do uso e a limpeza do local. Neste período, perguntei se possuía alguma reclamação para fazer da atuação da Associação, da União. Respondeu que não, pois possuía todos os direitos trabalhistas: “*tenho 13º, carteira assinada e salário em dia!*”.

O último encontro com Dona Felipa aconteceu em janeiro deste ano, quando eu conversava com seu Adão. Adão é uma pessoa que me traz novas interlocuções e apontou para a senhora, ainda distante do local onde nos encontrávamos, exclamando: “*aquela ali tem bastante história para contar!*”.

Três anos após conhecê-la, a senhora me informou que cumpria a mesma tarefa no Camelódromo. No entanto, o que mudou foram os seus patrões. Dona Felipa atualmente é funcionária da ACAC. Apesar de enaltecer o seu ex-patrão, Carlos Augusto, possui verdadeiro repúdio por sua ex-patroa, Elisa.

A explicação para sua demissão está calcada na relação de amizade construída com os integrantes da ACAC. Dona Felipa relacionou a insatisfação da presidente da União a uma questão de ordem pessoal, já que segundo suas informações, Elisa lhe impôs como condição de permanecer no Camelódromo o rompimento dos vínculos que havia criado com seus oponentes.

Além de ter sido contratada pela ACAC, a funcionária moveu uma ação contra a União por não considerar justa a quantia que quiseram lhe pagar após os anos de trabalho, isto é, R\$ 115,00:

Trabalhei cinco anos na União, aí depois que eu fiz amizade com o pessoal da ACAC eu fui mandada embora. Fizeram a minha homologação, isso foi agora, em dezembro. A mulé [mulher] me chamou lá na sala dizendo: ‘eu não quero você falando com esse pessoal’. Eu falei: ‘olha, só, eu presto serviço à senhora, mas as amizades que eu tenho só diz respeito a minha pessoa’. Aí no outro dia eu vim trabalhar, aí ela me mandou

embora. Aí eu disse ‘tá bem, tá ótimo’(…) o que aconteceu? Mandaram fazer minhas contas. Sabe quanto elas queriam me dar? R\$ 115,00 por cinco anos de casa. Aí eu disse: ‘eu não assino nada’ e coloquei na Justiça. Aí o que aconteceu? A ACAC veio e me acolheu. A ACAC assinou minha carteira. Tá tudo bonitinho e é nela que eu vou ficar. Estou no banheiro de novo!

O respeito ao ex-presidente Carlos Augusto mais uma vez foi explicitado por uma interlocutora, já que a sua generosidade se transformou no emprego para Dona Felipa. O apreço da funcionária do banheiro não estava voltado para a organização que Carlos Augusto presidia, mas para a bondade de sua pessoa, entretanto quando outras pessoas “amigas” (re)surgiram no mercado, Dona Felipa entregou-se aos seus encantos, sendo punida por sua conquista. Sem saber que havia se tornado alvo de uma disputa por seguidores, assim como acontece com todos Associados e funcionários que praticam atividades no Camelódromo, teve que escolher entre as novas amizades ou o emprego, ficando com a segunda opção.

Os poderes que controlam o Mercado estão centrados em pessoas que buscam constantemente o apoio de outras pessoas para terem sua representatividade legitimada. O presidente da ACAC, Mauro, o novo amigo de Dona Felipa, é um homem educadíssimo e atencioso. Veste-se de forma bastante elegante e tem uma voz um tanto marcante por ser demasiadamente rouca. Ao acompanhá-lo no Mercado, quando fomos à busca dos Associados que haviam sido sorteados, percebi que trata seus simpatizantes de forma bastante gentil e sempre que demandado, pára e escuta o que eles têm a dizer.

Dona Felipa foi contratada por uma pessoa desconhecida, mas havia se tornado fiel pelo que recebera. Ela foi despedida por não concordar em abrir mãos das amizades que conquistou e re-admitida pela conquista de novas amizades. Nessa perspectiva, notamos que o Mercado Popular da Uruguaiana é liderado por diferentes grupos que se consideram aptos a tomarem as mesmas decisões. A mesma funcionária que foi demitida por um grupo, foi contratada por outro, sendo que, a função exercida em período anterior à sua demissão continuou a mesma após sua admissão.

Permanecer e construir história no Camelódromo não depende apenas dos desejos particulares de cada Associado. Vimos no decorrer desse capítulo que o posicionamento dos Associados diante de outros Associados e perante as Associações ou, ora uma, ora outra, é

fundamental para lhes garantir regalias e vantagens ou serem depreciados e saírem em desvantagem.

3.3.4 – Quando os Associados não dançam no ritmo da Associação

Apesar de regulamentado por um órgão da Prefeitura, a Secretaria de Fazenda, as decisões acerca do Mercado Popular da Uruguaiana são ditadas pelas Associações que disputam o controle do mesmo. Podemos notar, neste caso, que apesar do proprietário de um box no Camelódromo ter seu estabelecimento regularizado pela Prefeitura, o mesmo foi impedido de realizar suas atividades pelo fato de suas contas não estarem em dia com a Associação. Conforme verificamos na narrativa, a Associação intervém naquele local, impondo regras que deveriam ser colocadas pelo Estado através de suas instituições, especificamente a Secretaria de Fazenda ou os órgãos ligados à ela.

Durante a entrevista com a vice-presidente da União tive a oportunidade de presenciar as negociações dessa Associação com Associados em débito. A negociação ocorreu através de ligações. Todavia, calhou de um funcionário ter ido pessoalmente à sede para solicitar que o estabelecimento onde trabalhava fosse reaberto.

Ao receber as ligações, a vice-presidente não pediu que eu desligasse o gravador, no entanto caso o rapaz não tivesse interrompido nossa conversa, eu não poderia tratar a situação observada como descreverei a seguir, já que a negociação durante as ligações sucedeu-se através de códigos.

“Cortar o cadeado do box 000, quadra B, corredor da Cris”, grita Carmem a um funcionário que se encontrava na ante-sala. O recado foi dado após uma ligação. Durante a conversa, Carmem buscava em sua mesa, entulhada de papéis, o mapa com as quadras do Mercado. Cada quadra estava impressa em uma folha de papel A4. O mapa continha a divisão de cada box e era bastante nítido. Cada mapa teria sido alterado com marcas de canetas fluorescentes para algo identificar.

Além desse grito, a vice-presidente deu outros três. Todos eles, após realizar o mesmo procedimento: identificar nos mapas os cadeados que seriam arrebatados. Em diferentes

situações, a presidente se dirigiu a mim e comentou: “*vê se pode menina, a gente cheia de coisa pra fazer e ainda tem que ficar abrindo cadeado do pessoal que esquece a chave, (...) não estou dizendo, hoje está impossível*”.

No meio da entrevista o rapaz parou na entrada da porta da sala onde conversávamos e em silêncio aguardou a autorização de Carmem para realizar sua solicitação. A vice-presidente me pediu “*um instantinho*” e perguntou o que ele queria. O funcionário pediu-lhe que abrisse o cadeado do box. Claramente ele não esquecera sua chave.

- é pra abrir o cadeado lá.
- de onde meu filho?
- 000 quadra C.
- Eitaaaa, o que tá acontecendo meu amigo, que você não tá mais pagando a Associação?
- foi o patrão lá.
- foi o patrão lá? Tá devendo 25 semanas? Tá pagando a quem?
- não sei, ele que sabe.
- vai lá falar com Elisa por favor.

Após o diálogo com o rapaz, Carmem retoma para o ponto em que estávamos na entrevista, como se nada tivesse interrompido o que falávamos. No momento em que conversava com o funcionário, a atitude da vice-presidente não foi diferente das vezes que analisava o papel quando falava ao telefone. Nesse sentido percebi que “*cortar o cadeado*” significava permitir que um Associado em débito pudesse realizar suas atividades. No momento em que se deparou com uma situação que não pôde ou não quis resolver, encaminhou o problema para a sua superior, a presidente da União. Nesse sentido, pude verificar que o não pagamento de taxas é um empecilho para o Associado, já que terá seu box lacrado, sendo impedido de comercializar os seus produtos.

As histórias dos Associados se confundem com as histórias das Associações, assim como se constroem e são construídas pelas mesmas. Os interesses acerca da constituição e transformação do MPU estão extremamente ligados aos conflitos, circulares e inconstantes, que mobilizam os atores que vivenciam seu dia-a-dia no Camelódromo. Assim, as disputas pelo reconhecimento da representação e da legitimidade entre esses atores são os elementos constitutivos do MPU.

Os conflitos que permeiam a busca pela representatividade e pela legitimidade entre as Associações não teria sentido, caso não houvesse atores para reconhecê-las. A administração é quem possui o poder de geri-los e, por outro lado, concede poder para controlá-los. O simples pagamento de uma taxa pode enfraquecer ou tornar uma gestão eficaz, fator que transforma os Associados em atores fundamentais para reforçar as adversidades entre as Associações. Assim, sem a presença e a interferência dos camelôs retirados das ruas do centro do Rio de Janeiro no ano de 1994, entre outros atores, o Camelódromo não apresentaria as características e proporções alcançadas atualmente.

3.4 – Quando a regra é romper a ruptura

No ano de 2009, no entanto, ocorreu um fato atípico. O atual prefeito do município do Rio de Janeiro naquele momento havia encaminhado à Câmara dos Vereadores uma resolução para acabar com o Camelódromo. Esse momento caracterizou-se por prevalecer à adesão momentânea de Associações e Associados que se mobilizaram contra a resolução. Concomitantemente ao momento em que a mobilização ocorria, o prefeito retirou a resolução que propusera anteriormente. Esta situação foi comentada por alguns Associados. Um interlocutor afirmou que, caso o prefeito não voltasse atrás da decisão de acabar com o Camelódromo, os proprietários dos boxes não abririam seus respectivos estabelecimentos em forma de protesto.

Em uma conversa com a atual vice-presidente da Associação que administra o Camelódromo, fiz questão de elucidar que havia percebido uma fotografia⁵¹ na sala de espera da Associação. De forma bastante empolgada, puxou uma camiseta⁵² que estava ao seu lado e perguntou se eu já tinha visto, respondi que sim. Ela elucidou nunca ter visto “*uma cena daquela, todo mundo em volta do Camelódromo*”, referindo-se ao movimento dos trabalhadores diante a possibilidade do prefeito retirá-los da área. Contou que, além do ato, houve a iniciativa de elaborar um abaixo-assinado: “*todo mundo querendo assinar o abaixo*

⁵¹ A fotografia mostrava o abraço realizado em volta do Camelódromo pelos Associados, funcionários e as demais pessoas que não concordavam com a iniciativa tomada pelo prefeito, como população civil, taxistas, comerciantes e funcionários das lojas localizadas no entorno.

⁵² A camiseta havia sido utilizada durante a mobilização e apresentava o anúncio “O Camelódromo é de todos”.

assinado pro prefeito não acabar com isso daqui, todos os taxistas que ficam por aqui, o pessoal do comércio, todo mundo que passava assinava”. A vice-presidente mencionou que seria “uma loucura” acabar com aquele espaço, que “o prefeito ia amarrar sua força”. Ao ouvir esse comentário, fiz uma cara de dúvida que imagino ter sido significativa para a vice-presidente, pois seu comentário foi “eu explico!”. Explicou que o prefeito não teria onde empregar mais de dez mil pessoas e “mesmo que quisesse, não ia conseguir!”. Afirmou ser esse o número de empregos diretos e indiretos que Camelódromo gera. Disse que esses empregos não dizem respeito apenas a uma pessoa, mas a famílias: “tem barraca que é uma família inteira trabalhando, e aí comê [como é] que fica? um monte de família passando fome por aí?”

O discurso da vice-presidente engloba o Mercado Popular da Uruguaiana de forma a homogeneizá-lo, como se não houvesse desavenças ou disputas pelo controle daquele espaço. O que está em jogo, em sua concepção, era o direito de permanecer. Todos pelo Camelódromo!

Capítulo IV:

Administração de conflitos em uma perspectiva pacificadora

Juridicamente, a universalização do bem público pode ser condicionada e restrita, exigindo-se sempre a emissão de outorga prévia – licença, e/ou autorização e permissão – a quem haja solicitado e demonstrado satisfazer determinados requisitos legais (Delgado, 2006). Nessa perspectiva, somos colocados diante da idéia de que os instrumentos e os contratos jurídicos bastam para definir situações complexas e intrincadas do dia-a-dia dos trabalhadores ditos informais e das instituições responsáveis pelo controle de suas atividades e do espaço que ocupam. Uma explicação para esse fato está calcada na perspectiva do campo do Direito no Brasil reivindicar autonomia frente a outros campos da cultura e da sociedade sob o argumento de constituir-se à parte das relações sociais, onde só penetram aqueles que os critérios jurídicos permitem (Kant de Lima, 1995), não evocando uma origem “popular” ou “democrática”, tendo como objetivo controlar uma população sem educação, desorganizada e primitiva (Kant de Lima, 1999:24). O modelo jurídico, na concepção de Sigaud (2004), analisa os *casos excepcionais* – regras tradicionais que são rompidas pela própria tradição – de forma desatenta, permitindo que os fatos não enquadrados nas normas, sejam observados por visões simplificadas e empobrecedoras do mundo social (Sigaud, 2004:132). No entanto, a partir do olhar antropológico, podemos observar as incongruências que se encontram entre o que as leis ditam e os comportamentos ou situações que perpassam essas leis.

No caso do município do Rio de Janeiro, a concessão do espaço público não foge à regra dos demais municípios. A concessão de ruas e calçadas para o desenvolvimento de atividades de cunho privado é realizada por meio de uma licença ou de um alvará fornecido pela prefeitura aos trabalhadores informais. Para que o indivíduo seja contemplado por esse alvará, deve estar inserido em uma série de critérios e estar munido de uma diversidade de documentos que o identifique como apto para exercer o trabalho informal de maneira formal. Entretanto, essa regra se tornou uma exceção quando tratamos do deslocamento dos camelôs da *pista* para espaço que lhes foi concedido.

Além da ruptura das regras acerca da alocação, as restrições que circunscreviam a estrutura física do MPU também foram alteradas. Tais situações podem nos levar a pensar que a prefeitura, através de seus agentes fiscalizadores, negligenciou as atividades desenvolvidas no espaço e as transformações realizadas no mesmo. Podemos pensar também que os camelôs valeram-se de regras próprias, abstraindo outras que lhes foram impostas, não respeitaram os limites da área que poderiam usufruir e tampouco as modificações regulamentadas pela portaria AP. 1, n. 02/95. Portanto, a “grosso modo” poderíamos dizer não foi “nem um, nem outro” ou “não foi isso, nem aquilo”. A prefeitura não foi negligente com o não cumprimento das regras por parte dos Associados e estes não abstraíram o que lhes foi instituído. O que ocorreu com o Camelódromo está suscetível de acontecer com qualquer lugar, pois quando alguém define um local e intervém sobre o mesmo, estará colaborando para a construção de sua história, já que “*quem pratica o espaço, é também de maneira muito sutil, aquele que o produz*” (Mello, Voguel, 1983: 70).

4.1- As regras igualam os desiguais

O papel do Estado, através de seus diversos órgãos, seria o de viabilizar meios que protegessem o indivíduo de modo a colocá-lo em posição de equidade, para que não fosse necessário ampará-los através do que considero meios alternativos. Em outras palavras, o que foi definido por Rui Barbosa como o caminho de se produzir igualdade entre os desiguais no Brasil, já que em sua percepção, os indivíduos em situação de desigualdades seriam compensados através de garantias que não fossem aquelas válidas para a sociedade como um todo (Amorim, Kant de Lima, Mendes, 2005: XXV). No caso do MPU, a alternativa do Estado, através da Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro foi aplicar a Lei 1876/92.

Para explicitar as configurações e transformações delineadas acerca do Mercado, durante esses dezesseis anos, podemos tomar a descrição fornecida pelo funcionário de um box que comercializa tênis considerado “pirata”. De acordo com o vendedor, o espaço pode ser comparado a uma “*empresa a céu aberto*” que possibilita fonte de renda, isto é, “*estabelece o modo de vida*” para aproximadamente 4.000 pessoas, entre proprietários e funcionários, além de vendedores que circulam informalmente entre os corredores vendendo cafezinho, suco e refeição. Atualmente, o fato de estar estabelecido ou não dentro dessa *empresa* não está

restrito à obediência das normas e dos critérios definidos pela instituição pública que projetou a ocupação da área, a Prefeitura. De acordo com a Lei Nº 1876 de 29 de junho de 1992 do Rio de Janeiro, Art.5º, são considerados habilitados para o comércio descrito no art. 1º.

I - os cegos, os paraplégicos, mutilados e demais deficientes físicos;

II - os carentes, aí entendidos as pessoas físicas com idade superior a quarenta e cinco anos, os desempregados por tempo ininterrupto superior a um ano e os egressos do sistema penitenciário, condicionado o exercício da atividade ao não envolvimento em nova prática delituosa;

III - as pessoas físicas que já exerçam atividades profissionais previstas nesta Lei na data de sua promulgação.

Parágrafo Único - Os desempregados e os egressos do sistema penitenciário poderão exercer as atividades previstas nesta Lei e pelo prazo de dois anos.

Embora os candidatos a serem deslocados das ruas para exercerem suas atividades no Camelódromo tivessem que passar por um processo seletivo, o procedimento efetivado pela Prefeitura Municipal rompeu com os requisitos que ela própria havia estabelecido. Os critérios designavam que os ambulantes deveriam estar inseridos em características específicas, encaixados em categorias que os tornariam aptos ou não a praticarem a camelotagem no novo espaço.

Durante as conversas com meus interlocutores, jamais chegaria a essa informação, já que a maioria dos Associados garantiu ter realizado o credenciamento, sendo, posteriormente, sorteados, fato que teria garantido suas respectivas vagas no espaço que abrigaria o MPU. Apesar da contextualização dessa história se diferenciar quando se trata dos Associados que não participaram daquele processo, há comerciantes recém-chegados que afirmam ter compartilhado de todas as etapas, vislumbrando a regulamentação que lhes permite estar dentro do Camelódromo, além de lhes assegurar os direitos dos Associados mais antigos. A história contada pelos novos Associados não está relacionada ao propósito de ludibriarem os curiosos que os indagam sobre sua relação com o Camelódromo, mas ao fato de apreenderem e, de certa forma, reproduzirem as histórias e os acontecimentos contados pelos mais antigos.

Os camelôs credenciados foram, sem exceção, sorteados e alocados no terreno concedido pelo Metrô. Somente após uma entrevista com um fiscal da prefeitura, pude

entender o motivo de todos os ambulantes inscritos serem sorteados. Ao lhe perguntar sobre a existência de critérios, ele explicou-me que abrangiam a totalidade dos vendedores ambulantes, constavam na Lei 1876/92. Entretanto, disse que o sorteio dos lotes foi um ato cujo objetivo era formalizar o processo para os ambulantes, pois a prefeitura não havia feito a análise do material que recebido, tendo interesse restrito no deslocamento dos camelôs para um espaço destinado.

Existem esses critérios para o comércio ambulante, mas esses critérios não foram usados ali, foi usado em outros assentamentos na Cidade, mas não ali. Foi usado na São José (...) ali foi usado isso. Mas no Camelódromo foi feito assim, teve até um cadastramento, pegaram os nomes, mas não foi de fato um processo seletivo (...) não foi um processo real, assim de seleção, de exames, de condições e tal. De fato, pode até ter sido feito processos individuais que as pessoas apresentavam documentação que até atenderiam a lei e tal, mas de fato, é isso que interessa pra você, não foi isso que foi feito. O que foi feito foi uma espécie de acomodação, onde as pessoas da Uruguaiana passaram ali para dentro.

Os critérios, até então, excludentes, não retiraram dos ambulantes que neles não se enquadravam o privilégio de conquistar seu lote de 1m² no centro do município. Para ordenar o que na concepção das autoridades não possuía ordem, a prefeitura, representada pelo Prefeito César Maia, conferiu aos ambulantes a possibilidade de se igualarem aos desiguais. Independente dos ambulantes não apresentarem carências, debilidades físicas, serem ex-detentos, encontrarem-se desempregados e com idade avançada, garantiu direitos, inicialmente restritos aos penalizados física, social, política e economicamente relembrando as palavras de Antunino: *“por uma exclusão da vida, ele não vai ser outra coisa a não ser camelô”*.

Vale ressaltar que em 1995, enquanto a Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro admitia uma política inclusiva como um meio institucional de administração de conflitos no espaço público urbano, em Niterói, o município vizinho, realizava-se o processo de forma inversa. Embora a lei não os apontassem como concorrentes, já que teriam prioridade no processo seletivo para aquisição da licença que lhes possibilitariam realizar legalmente a camelotagem, a política deliberada pelo poder público municipal excluía dos camelôs portadores de deficiências físicas os privilégios que lhes foram concedidos. Em *Igualdade e Hierarquia no Espaço Público: análises de processos de administração de conflitos no município de Niterói*, Mello² (2007) elucida a estratégia utilizada por esse grupo, na medida em que explicita que

exploram a “*performance do sofrimento*”, pois não encontravam fóruns legais para formalização de demandas. Apesar de estarem inseridos nos critérios que os desigalam e lhes proporcionariam privilégios, esses camelôs não obtiveram suas licenças renovadas durante o processo de recadastramento. O grupo, formado por doze vendedores ambulantes Portadores de Deficiências Físicas (PDF), intercedeu judicialmente por terem sido excluídos da política de recadastramento. A intervenção fora realizada por uma advogada que ocupava o cargo de Presidente da Comissão de Direitos Humanos da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Dos doze ambulantes, cinco obtiveram a renovação de sua licença (Mello², 2007).

No caso do Camelódromo, as considerações levantadas por Pires não poderiam ser levadas em conta, pois esses critérios foram exigidos, porém utilizados como uma espécie de adorno. Neste sentido, os critérios limitaram-se em agrupar todos os candidatos inscritos durante um evento no Sambódromo, onde todos foram sorteados na presença do Prefeito César Maia. Atualmente, esse critério também não poderia ser levado em conta, pois o recadastramento no Mercado acontece através de acordos implícitos entre Associação e Prefeitura, neste caso por funcionários que, possivelmente, não representam a Instituição, conforme foi mencionado anteriormente.

Atualmente, as regras de ocupação do Mercado são construídas localmente. São os atores que decidem o preço do seu estabelecimento, que aumentam o tamanho dos seus boxes, que modificam a estrutura, optando por vitrines de vidro, estantes ou prateleiras de madeiras, entre outras estruturas que produzem uma ruptura com os padrões e a estética dos estabelecimentos. Essas modificações são identificadas como uma melhoria em termos de conforto para os trabalhadores e para os consumidores, todavia as construções dessas regras passam pela aprovação dos “*grandes-homens*”.

4.2 – Construção de regras para o recadastramento

No Mercado Popular da Uruguaiana, todos os camelôs inscritos foram sorteados, porém, de acordo com as estimativas de Seu Armando, apenas 30% dos Associados sorteados permanecem no local. A explicação para este abandono está calcada no fato de que, naquele período, quase não entrava clientes, logo “*ninguém vendia nada!*”. Para identificar os

Associados que não passaram pelo processo seletivo, Seu Armando utilizou a palavra “*penetra*”.

Algumas táticas utilizadas pelos interessados para garantir legalmente seu espaço no Camelódromo foram elucidadas por Seu Armando, porém não tive contato com os Associados que me descrevessem esses processos como artifícios que lhes permitiram estar inseridos no MPU. Os discursos dos novos Associados são emoldurados por argumentos que os enquadram no mesmo patamar que os sorteados⁵³.

As ações de comprar, vender, alugar ou trocar boxes são legalizadas por artimanhas específicas, ou melhor, cadastra-se diante à instituição responsável pela fiscalização do Camelódromo, envolvendo diferentes estratégias por parte dos atores envolvidos. Essas estratégias estão configuradas por um universo de construção e desconstrução de regras.

Quando aconteceram os primeiros abandonos, os boxes foram ocupados por camelôs que não haviam participado do sorteio. Estes, diante do processo de re-cadastramento, entregavam ao fiscal os documentos requisitados. O fiscal registrava os dados do camelô e os levava para a prefeitura.

Houve situações em que Associados perderam seus boxes quando alugados. Ao serem avisados sobre o recadastramento, muitos locatários não repassavam a informação ao locador. Quando o responsável pela prefeitura chegava para realizar sua tarefa, o locatário apresentava os documentos solicitados. Assim, tornava-se o novo licenciado, apto legalmente para ocupar aquele espaço.

Ter um box alugado não implica no fato de que todos os locadores perderão o seu espaço para o locatário, já que existem os locatários que avisarão ao locador e este estará presente com seus documentos no dia do recadastramento, conseqüentemente não perderá sua licença. Essa situação foi descrita durante a entrevista com uma Associada. Apesar de ter sido contemplada no sorteio, ela possui um box alugado. Em suas palavras, essa é uma questão *moral*, pois a única garantia existente nesse acordo é a *palavra*. Amália alugou um box em frente ao lote sorteado. Nos estabelecimentos ela comercializa os mesmos tipos de produtos,

⁵³ Este discurso foi analisado em “Em busca dos responsáveis: uma discussão sobre os atores e as dinâmicas que viabilizaram a construção de um Camelódromo no Rio de Janeiro (RJ)”, apresentado na VIII RAM.

bijuterias e artigos femininos, os mesmos que segundo a Associada eram vendidos na época em que trabalhava na *pista*.



Amália em um dos seus boxes – 01/2010 (acervo pessoal)

A questão sobre a possibilidade de locação e venda dos boxes foi mencionada por um funcionário (eletricista) da União de forma a envolver múltiplos atores que constituem o local. Ele explicou que quando ocorre um “*problema pequeno*”, o associado se encaminha à Associação na tentativa de resolvê-lo. Quando o “*problema é grande*”, realiza o registro na 2ª IRLF- Inspeção Regional de Licenciamento e Fiscalização. Ao pedir que caracterizasse tais problemas, citou como pequeno a necessidade de reparos no interior dos boxes, já para exemplificar o grande, mencionou a disputa de box entre locador e locatário. Disse que o ideal é que a disputa seja evitada ou, se inevitável, resolvida sem que o poder municipal tenha conhecimento. Caso aconteça, nenhum dos dois teria o direito à propriedade, correndo o risco de perder o box e expor os demais. Após resolver a situação entre eles, cabe ao proprietário comunicar à Associação e esta finalmente estabelece contato com a prefeitura, caso haja necessidade de mudança de cadastro.

Durante o trabalho de campo, as conversas com diferentes interlocutores levaram-me a crer que, apesar de não realizar com uma frequência pré-estabelecida, a fiscalização da prefeitura ocorre anualmente. Além do recadastramento realizado pela instituição fiscalizadora, há também o controle realizado pela Associação. Alguns informantes explicaram que já ocorreu situação na qual o Associado não sabia para quem estava preenchendo seus dados, se era para a Prefeitura ou se era para a Associação.

Embora não tenha sido explicitado, pude identificar diferentes sentidos que me levaram a compreender o processo de fiscalização como uma forma de manutenção dos Associados perante a ocupação do espaço público urbano. Ao manter a listagem em dia com seus Associados, independente do período que este tenha iniciado suas atividades no MPU, a Associação terá o controle da ocupação de cada box, o que significa saber a quem cobrar as taxas de energia e de manutenção. O objetivo dos fiscais da prefeitura, porém não está calcado em saber se os atuais ocupantes são aqueles que foram sorteados no ano de 1995, mas da mesma forma que a Associação, ter o controle de quantos boxes estão sendo ocupados.

Ao afirmar que a fiscalização realizada pela prefeitura acontece periodicamente, conforme garantiram os Associados, devo ter o cuidado de explicitar que, durante a entrevista com um fiscal da prefeitura, o funcionário assegurou que a instituição há tempos não realiza o recadastramento.



Placas na Associação União indicando que a organização não comercializa boxes –12/2009 (acervo pessoal)

Tal situação me incitou a pensar que este processo não vem sendo concretizado por um meio oficial, mas oficioso, na concepção de que presença da prefeitura se constitui por intermédio de um funcionário que, possivelmente, não recebe ordens das instâncias superiores da instituição. Assim como a Associação, esse funcionário realiza o mapeamento do espaço para garantir interesses particulares e não os interesses da instituição como um todo, o que nos leva a considerar que as negociações acerca da legitimidade de um box perpassam pela idéia de *mercadoria política* discutida por Misse (2002). A interferência da prefeitura no MPU é legitimada pelos atores que compõe esse espaço, todavia não é notória para representantes dessa instituição.

As formas de ocupação do Camelódromo podem ser relacionadas à ocupação do espaço nas ruas do Micro-Centro de Ponta Del Este, na medida em que “*as condições de ocupações mantêm uma precariedade que garante a reprodução de um sistema de indefinições que exige intervenção e tolerância, isto é, o espaço é sempre possível da arbitrariedade das autoridades.*” (Rabossi, 2004:98). Apesar de pagar taxas às posturas municipais, os *mesiteiros* não garantem segurança e estabilidade, mantendo-se em situações de precariedade. Tanto os valores das taxas quanto as formas que o espaço público pode ser utilizado são decisões das posturas. Um dos motivos que explicam esse fato é a percepção a respeito do significado de espaço público. Os *mesiteiros* e as posturas municipais consideram a rua um espaço público, no entanto na concepção dos *mesiteiros* a rua é de todos, enquanto na percepção das posturas é antes de mais nada, municipal, particular. Apesar das diferentes concepções sobre a ocupação do espaço, ambos acreditam que o espaço da rua não é uma propriedade individual, contudo mesmo levando em conta que o espaço é inalienável, apropriam-se e usufruem do mesmo. As negociações entre o poder municipal, as associações e os comerciantes definem estes usos como provisórios, porém por uma série de negociações, essas ocupações tornam-se permanentes, *precariedade e permanência se retro-alimentam.* (Rabossi, 2004).

No Mercado Popular da Uruguaiana, as licenças concedidas aos camelôs também deveriam ser provisórias. No entanto, como veremos neste próximo capítulo, há uma série de negociações que colocaram os camelôs em situações de proprietários. Como os *mesiteiros* de Ponta Del Este, os Associados do Camelódromo fazem questão de explicitar que seus boxes pertencem à prefeitura, posto que não possuem receio de falar sobre a compra, venda ou aluguel de boxes e da transformação dos espaços que não lhes pertencem, geralmente com base no argumento de criar melhorias.

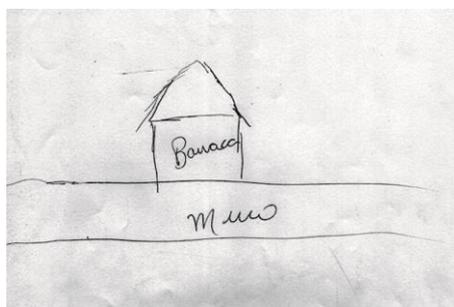
4.3 – Espaços ajustados em um mapa original

Não houve transformações durante esses dezesseis anos na divisão de lotes realizada pela prefeitura antes de alocar os ambulantes no Camelódromo. Este comentário me despertou muitas dúvidas acerca do significado de limites, extensão, enfim, do significado de espaço. A Rua Uruguaiana perdeu parte de sua calçada para bancadas, cabideiros, araras, dentre outros

mostruários. A Rua da Alfândega torna-se cada vez mais estreita por conta do prolongamento dos boxes da quadra D através de estruturas fixas. A transformação é visível a todos, então por que afirmar que a atual estrutura do Mercado é a mesma configurada em um mapa desenhado há dezesseis anos?

4.3.1 – Amizade e interferência na conformação do espaço

Relação Prefeitura x Associado



“olha, eu desenhei mais ou menos assim, um muro e uma barraca encostada aqui; a gente encostava no muro para atender o freguês do lado de fora”.

À primeira vista poderíamos pensar que esse é um desenho de uma casa com um muro bastante distante dos alicerces da construção, todavia é o box de Dona Helena e Seu Armando, quando em 1994 dois lotes do Mercado lhes foram concedidos. Durante aproximadamente três meses o casal esteve afastado. Dona Helena havia sido sorteada na quadra B, box 244 enquanto seu marido na quadra D. Unificados, permaneceram na quadra de Seu Armando. A transferência dos lotes foi realizada por pessoas da prefeitura. Nas palavras de Dona Helena, *“como estava no início [o Mercado], as pessoas que trabalhavam aqui da prefeitura eram amigos nossos, eu dava água, eu dava tudo para eles, aí juntou nós dois aqui e nós estamos até hoje juntos aqui trabalhando”*. O processo de transferência de uma quadra para outra fora identificado por Dona Helena como uma *“permuta”*.

Além das denúncias contra a Associação, seu Armando orgulha-se de ter sido o primeiro Associado a retirar o muro da frente de seu estabelecimento. Explicou que o muro

era bastante alto e “*por sacanagem, a prefeitura não retirou por inteiro*”. Contou que após seu ato de “*coragem*”, os outros Associados seguiram o seu feito e também arrancaram o obstáculo que, na concepção de Dona Helena, prejudicava as vendas, pois os clientes não poderiam se aproximar para ver os produtos e não era prático se deslocar para levar os produtos aos clientes. Desde o início do trabalho de campo jamais soube da existência desse empecilho, nenhum interlocutor em período anterior levantou a questão. No período que havia o muro, o Mercado era constituído pelas barracas de estrutura metálica, identificadas pela vice-presidente da União como “*caveirinhas*”.



Muros que atrapalhavam a venda. Os primeiros foram retirados por Seu Armando – **1995 (Dona Helena)**

A estratégia do casal para aumentar as vendas era a utilização de seu automóvel. Além de ser um meio de locomoção, o veículo era utilizado como uma banca, já que expunha parte das mercadorias. Naquela época, a Avenida Presidente Vargas era aberta, ou seja, não havia barracas e tampouco paredes de concreto que atrapalhassem a acomodação do carro junto à barraca.



OK, o orgulho de não comercializar pirataria – **10/2009 (acervo pessoal)**

Durante os dezesseis anos de atuação no Mercado, o casal variou os produtos comercializados, garantindo nunca ter comercializado produtos considerados ilegais. Inúmeras vezes Seu Armando repetiu que manteve seu box aberto após o *OK* da DRCPIM, conforme mencionei anteriormente, e não respeitou o pedido de Carlos Augusto para que fechasse seu box em respeito aos outros comerciantes.

A substituição das barracas “*caveirinhas*” pelos boxes de estrutura metálica aconteceu na primeira gestão do ex-presidente Carlos Augusto. Cada ambulante pagou pelo seu estabelecimento. Atualmente encontramos algumas dessas estruturas perdidas pelo Mercado, pois também foram modificadas. As estruturas metálicas que compunham os boxes do casal ainda existem, no entanto para detectá-las temos que ser informados de sua permanência. Os boxes 282 e 283 encontram-se cobertos por aramados, transformando-se em um painel de roupas. É no interior dos boxes que Dona Helena “*faz as coisas dela*”.



A união de boxes por conta da conquista de amizades - –10/2009 (acervo pessoal)

Sem que possamos identificá-los, perdemos a noção da área que abriga o estabelecimento do casal. Atualmente, não poderia dizer ao certo, mas além de obter a antiga estrutura metálica, o espaço dos boxes é constituído por mais 3 m², ou seja, o espaço ocupou aproximadamente 8 barracas “*caveirinha*”. A extensão dos estabelecimentos foi igualmente prolongada em toda a quadra D, especificamente na Rua da Alfândega. Dona Helena deu a sua versão sobre a história:

O box é daqui para dentro, nós fomos pra frente porque todo mundo foi. Quando nós começamos era daqui para trás que ficava a mercadoria. Aí depois o pessoal foi botando um pouquinho pra frente, aí foi liberando, aí eles liberaram essa calçada porque isso aqui era uma passagem, aí liberaram isso tudo. Foi assim que se tornou esse box imenso.

Nesse caso, não fui informada por Seu Armando se foi ele quem deu o ponta-pé inicial para a mudança, porém como os muros foram retirados, os boxes tomaram outras características. Características que não modificam o mapa produzido pela prefeitura. Os boxes continuam no local onde deveriam estar, conforme destacados no mapa oficial.

A proposta do casal não é permanecer por muito tempo no Mercado. Dona Helena explicou que os quatro filhos estão criados, agora está na hora de pensar em um cruzeiro ou em uma viagem longa. Questionei-lhes sobre o que fariam com seu estabelecimento, se deixariam para algum dos filhos administrarem. A resposta foi negativa, Seu Armando disse que seus filhos tinham suas profissões e não teriam nada para fazer naquele local. Gabando-se da localização de seu estabelecimento, afirmou que o valor dos boxes não correspondia a menos de R\$ 400.000,00 e que não faltavam interessados pelo espaço. Perguntei-lhe como fariam para negociar um valor tão alto e como alguém poderia confiar neles, já que não poderiam fazer a mudança de nomes na prefeitura. Dessa vez a resposta foi dada por Dona Helena: *“faz no cartório que fica tudo bonitinho, que a minha filha é advogada. Ele assina, eu assino e cada um com a sua sorte! Não tem problema não”*.

Relação Associado x camelôs fixados nas calçadas

Interferir no cenário que constitui o Camelódromo não é um feito realizado apenas pela relação de Associados e Prefeitura, estende-se à relação entre os Associados e camelôs. Este caso pode ser identificado pela seletiva ocupação das calçadas do Mercado por um número mínimo de camelôs. Na quadra C, desde que eu iniciei o trabalho de campo, os vendedores ambulantes que saíram da *pista* e permaneceram no espaço são os mesmos.

Sentados em cadeiras plásticas ou em pé segurando seus mostruários, esses camelôs comercializam cd's identificados como piratas e acessórios para telefones celulares. Para

expor as diferentes mercadorias, eles acabam se apropriando de apetrechos diversificados. O mostruário de cd's e o plástico transparente com divisórias de tamanho exato para acoplar as capas dos produtos disponíveis encontram-se sempre vazios, pois o produto é armazenado em malas que ficam próximas aos ambulantes ou com Associados dos boxes localizados na parte frontal da quadra. Este tipo de utensílio também é usado por camelôs da *pista*, pois durante os “rapas” realizados pela Guarda Municipal não terão a mercadoria apreendida. O mostruário de acessórios é bastante utilizado em um grande número de estabelecimentos no Camelódromo. O objeto é um aramado quadrado com as divisórias também em tamanho exato. Na calçada pode estar apoiado no chão quando possui dois lados, uma espécie de cavalete. Caso seja apenas constituído de um lado, fica apoiado em bancos ou na perna do vendedor se o mesmo estiver sentado. Essa armação varia de tamanho de acordo com a função que lhe é atribuída, podemos encontrá-la prolongando o tamanho dos boxes ou como grandes painéis onde as mercadorias ficam expostas.

Painéis de arame como esses são utilizados por camelôs na *pista* – 04/2002 (acervo pessoal)



A ocupação das calçadas do MPU “*não é para qualquer um*”, afirmou Omar em 2007, quando o conheci. Naquele período, o vendedor encontrava-se estabelecido no local há quatro

anos, mas antes “*era camelô na rua*”, atuava em frente ao Ponto Frio⁵⁴ e, constantemente, perdia suas mercadorias para “*o bote da GAE*”⁵⁵.

Antes de saber parte de sua história, perguntei se trabalhava no Mercado e imediatamente ele respondeu que “*não*”, que era “*ilegal*”. Disse ter conquistado seu espaço através da “*política da boa vizinhança*”, por não atrapalhar os proprietários dos boxes, fazer tumulto ou rodinha (“*quando junta muita gente num lugar pra ficar conversando*”) e tampouco vender produtos semelhantes aos dos proprietários que lhe permitiam ficar próximo aos seus boxes.

Da mesma forma que conquistou o espaço, Omar teve que sair. Sem que eu pedisse explicação, contou que após o box ter sido comercializado, se indispôs com o novo dono e deslocou-se para o local onde o encontrei: sentado em uma cadeira universitária ao lado da entrada do metrô da Rua Uruguaiana, limite entre as quadras C e D. Sua atividade também não era a mesma, de vendedor de acessórios para aparelhos móveis passou para técnico.

No início de 2009, Omar consertava telefones, mas no final daquele ano havia abandonado o local. Os camelôs, que como ele ocupavam a quadra C, continuam no local. Fui informada por um deles que Omar estava “*com problema na cabeça*”, por isso abandonou seu ponto. No Natal, os camelôs da calçada junto com os Associados passaram “*a sacola pra ajudar o cara, que a família tá passando necessidade de verdade*”.

Os camelôs que ocupam as calçadas não pagam taxas à Associação, mas comercializam produtos que são adquiridos em depósitos localizados no próprio Mercado. Nesse sentido, a “*relação de boa vizinhança*” identificada por Omar não está restrita ao fator amizade, mas desdobra-se na possibilidade de venda para ambos os interessados, os camelôs e os Associados

⁵⁴ Loja de departamento que vende eletrodomésticos. Não existe somente no estado do Rio de Janeiro, mas em outros estados do território nacional.

⁵⁵ O Grupamento de Ações Especiais foi criado como força tarefa em 15 de setembro de 1994 para atuar em situações de emergência de alto risco, calamidades públicas ou de apoio à Defesa Civil. Desde outubro de 2002, os guardas deste grupamento foram remanejados para as operações diárias de controle urbano no centro da cidade, reforçando a fiscalização do comércio ambulante em apoio a fiscais da Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização da Secretaria Municipal de Governo. O efetivo do GAE é o único que, além de ocupar o espaço urbano, atua como força de controle de distúrbio. Para as ações de controle urbano desenvolvidas no centro, o GAE mantém 26 guardas divididos em Grupos de Apoio Operacional (GAO), visando ordenar o espaço público, coibindo a ocupação irregular do solo e assim combatendo o crescimento desordenado do comércio ilegal. www2.rio.rj.gov.br/gmrrio

Além dos camelôs que atuam na calçada, há também os que desenvolvem suas atividades no interior do Mercado. Alguns desses ambulantes vestem-se com um jaleco ou com uma camiseta com o registro da União, mas segundo um informante nem sempre estão autorizados pela mesma, como veremos a seguir.

Relação Associado x camelôs autorizados em circular no MPU

O espaço físico do Mercado não é transformado diariamente. Além dos vendedores de cafezinho, de quentinhas e de outros alimentos consumidos pelos Associados, há também vendedores que utilizam carrinhos com isopores acoplados, comercializando água, suco, refrigerantes. Estes vendedores mantêm os carrinhos parados nos corredores ou se locomovem no interior do Mercado abastecendo os Associados e os transeuntes.

Estes vendedores percorrem ou ficam concentrados em locais fixos e, apesar de não serem estabelecidos no Mercado por não pagarem taxas à Associação, devem seguir regras. Um exemplo disso é obedecer o limite que define o porte do carrinho utilizado para abrigar o isopor que irá gelar os produtos. Essa regra foi citada pela vice-presidente da União quando falávamos sobre as obras realizadas pela atual presidente, após a morte de Carlos Augusto. O tamanho dos veículos, segundo Carmem, interfere no volume do isopor e no peso que ele poderá carregar, ou seja, quanto maior o carrinho, maior será a caixa de isopor e mais peso poderá carregar. Quanto mais pesada, maior será o estrago feito no chão. Essa regra foi criada na perspectiva de controlar o desgaste do piso e a necessidade de fazer reparos diariamente. Apesar da regra existir não é cumprida e há casos que, como o de Seu Bento, não se exige que seja cumprida.

Seu Bento possui oitenta anos de idade, trabalha na camelotagem há quarenta. Durante o dia atuava na rua, mas durante a noite trabalhava com carteira assinada em restaurantes “*chiques*” na Zona Sul carioca. Atualmente, além de ser vendedor ambulante, gaba-se do fato de ser aposentado. O senhor havia sido sorteado e vendido seu box, mas nunca havia deixado de atuar no Camelódromo. Ele possui uma carrocinha que usa para vender frutas. Todos o conhecem e há filas para adquirir seus produtos, coco e laranja. Além de atuar no

Camelódromo da Uruguaiana, comercializa seus produtos no Camelódromo da Central, já que se desloca do Morro da Providência - área limítrofe à Central - onde reside.



Geringonça criada por Seu Bento para chamar atenção dos seus fregueses – 01/2010 (acervo pessoal)

Após vender seu espaço, Seu Bento tentara comercializar no MPU produtos que não fossem as frutas, como café, bolinho de carne, mas segundo ele, não obteve sucesso: “(...) *aí comecei a vender fruta, fiz muitas amizades vendendo frutas, aí estou aqui hoje*”. Além da construção de amigos por conta dos produtos comercializados, o senhor contou ter sido bastante ajudado por amigas no Mercado, referindo-se à presidente e vice-presidente da União.

A atuação do ambulante restringe-se ao interior da quadra D, pois caso se aproxime das ruas no entorno do Camelódromo é reprimido pelos Guardas Municipais, situação que designa como “*humilhante*”. Contou que ao sair do espaço, alguns Guardas que controlam o espaço ironizam sua idade: “*dá uma voltinha coroa, dá uma voltinha coroa, não pode parar, não pode parar se não a gente te pega!*”. No entanto, assinalou que no Mercado não há quem o incomode: “*aqui ninguém me perturba não, inclusive a presidente minha amiga, ela é maneira comigo*”.

Ao apontar a amizade com a presidente como uma possibilidade de atuar no Camelódromo, questionei se havia alguma situação que alguém tivesse o ajudado. Sua resposta foi positiva: “ajudou, ajudou deixando eu trabalhar sem documento, sem lenço e sem documento!”. Ao pedir que contasse uma história, o senhor ficou pensativo e contou que havia perdido um dinheiro no Mercado e uma mulher fez uma lista para arrecadar o dinheiro, referia-se à Carmem, atual vice-presidente da União: “teve uma vez que eu perdi um dinheirinho. Perdi vinte cruzeiros. Foi na época daquele presidente bonitinho... do Collor. Aí uma mulher que hoje trabalha com a presidente, chamada Carmem, fez uma lista pra mim. Todo mundo assinou, aí ela arrumou trinta e cinco cruzeiros”. Afirmou que preferia ajudar às pessoas a ser ajudado, dando laranja, coco ou R\$ 1,00 às crianças que pedem.



Carrinho maior que o tamanho permitido –01/ 2010 (acervo pessoal)

4.3.2 – Habilidade e a acomodação do espaço

Um dos maiores responsáveis pela transformação do Mercado é Manuel, apelidado de Manuel Bom Bril, 1001 utilidades. Apesar de ser marceneiro e compositor, o senhor manteve um box no Mercado algum tempo depois do espaço ter sido inaugurado.

A primeira interferência de Manuel no Mercado aconteceu no período em que um amigo ex-presidiário que no trabalhava no local solicitou seus serviços. Durante uma conversa, o senhor me explicou que pelo fato do Camelódromo ter sido instalado em uma área aberta, o vento era um grande problema para os Associados: “Não tinha uma barraca que

ficasse em pé, era ferro voando o dia inteiro, eles passaram maior perrengue aqui. Toda tarde venta mesmo”. Ainda explicou que antes de acomodar os camelôs na área, a prefeitura passou resíduo de asfalto no chão. A solução dada por seu Manuel para que as barracas parassem de voar foi fazer quatro furos no chão e colocar um tubo em cada um deles, onde cada pé da barraca seria encaixado.

As barracas pararam de voar e Manuel ocupou uma área abandonada por outro ambulante:

O pessoal que foi sorteado não quis vir pra cá, aí abriu espaço pra muita gente, aí começou a ter uma invasão, uma invasão que acabou dando certo. Por quê? Porque quem foi sorteado não queria, aí outras pessoas foram tomando conta. Aí eu peguei um espaçozinho aqui, cheguei a trabalhar de camelô.

Assim, Manuel contou a sua versão sobre a ocupação do espaço. Antes de ser contratado para fazer reparos no Mercado ele nunca havia exercido a camelotagem. Todavia, esse período foi bastante curto, pois em pouco tempo ele abandonou o espaço onde comercializava ferramentas.

Após contar sua história, perguntei: “*abandonou?*”. Manuel respondeu com bastante naturalidade que sim. Disse que naquele período muitos ambulantes voltaram para a rua, uns, como ele, abandonaram, mas outros negociaram seus boxes. Afirmou que o valor era irrisório em relação ao que vale atualmente, pois no período anterior havia pouco movimento de compradores. Ser camelô não era o objetivo de sua vida, já que suas paixões estavam voltadas para a música e para ser marceneiro. Não levou a primeira proposta à frente, mas adequou suas composições registrando-as em camisetas comercializadas em uma loja no bairro que reside, Santa Tereza, mais especificamente no Morro dos Prazeres. Atualmente, Manuel é um dos mais requisitados marceneiros do Camelódromo.

Contou que todas as barracas do Camelódromo “*já tiveram algum serviço*” seu, entretanto esse fato não garante que o seu trabalho não tenha sido modificado. O marceneiro explicou que após o Mercado *vingar* houve uma grande circulação de Associados que alugaram ou compraram espaços. À medida que os espaços foram re-negociados tomaram novas características, já que receberam a interferência dos novos Associados. Além desse

motivo, Manuel explicou que outros marceneiros prestam serviço para o Camelódromo, inclusive funcionários da Associação (União) são contratados especificamente para desenvolver essa tarefa.



Seu Manuel vende camisetas temática no interior de seu *cantinho* – 01/2010 (acervo pessoal)

Além de ocupar um box no Mercado, Manuel trabalhou na primeira gestão da União quando Perez ainda era presidente, atuando na manutenção e na segurança durante as madrugadas. Há poucos meses recusou o convite de emprego da ACAC. Disse que aceitar o convite significaria ter que se dedicar exclusivamente à Associação, fator que demandaria seu tempo integralmente. Explicou que faz muitos serviços para lojas da SAARA e do comércio formal. Volta e meia, quando chego ao seu *cantinho* e percebo que está ausente, descubro, posteriormente, que estava fazendo “*um orçamento*” ou um “*serviço*”.

Mesmo não tendo um box, ele tem um lugar fixo no Mercado que ele próprio chama de “*cantinho*”. O local foi improvisado em uma das saídas de ar do metrô da Estação de Metrô da Uruguaiana. Permanece a céu aberto e nos dias de calor não há quem consiga se manter no espaço, nem o próprio marceneiro. Com armários de madeira sobrepostos, lacrados por todos os lados e saco plástico ao fundo, o local aparenta ser fechado.



cantinho e armários guarda ferramentas – 01/2010 (acervo pessoal)

A estrutura improvisada é deslocada quando os funcionários do metrô precisam realizar algum reparo ou limpeza nas saídas de ar, mas após a manutenção ser realizada a estrutura montada pelo marceneiro retoma sua forma. Embora a explicação seja referente ao seu “*cantinho*”, o interlocutor utiliza alguns verbos no plural, fator que nos incentiva a pensar que não é apenas sua estrutura a ser deslocada, mas a estrutura construída por outros, isto é, Associados ou pessoas que assim como ele ocupam o espaço: “*no mês de novembro [2009] fizeram obra, aí tivemos que tirar tudo, aí eles fizeram o trabalho e depois a gente volta com tudo*”.



cantinho a céu aberto e ferramentas – 01/2010 (acervo pessoal)

Ao realizar transformações em seus boxes, os Associados devem comunicar à Associação o que pretendem modificar e identificar a pessoa que realizará as obras. O trabalhador poderá ser um funcionário da Associação ou qualquer outro que o Associado dê preferência. No primeiro caso, o Associado pagará o serviço apenas à pessoa que realizou sua obra, já no segundo caso, o trabalhador que venha realizar o serviço deverá pagar uma taxa à

Associação. Assim, Manuel deveria proceder, porém o marceneiro afirma que nunca pagou qualquer taxa e nunca foi cobrado. Não soube explicar o motivo de nunca ter tido o trabalho taxado e de não ter sido incomodado por não pagá-lo, mas afirmou que caso isso aconteça, jamais deixaria dinheiro para Associação que “*nem coloca o pé*”, referindo-se à União.

Ao contrário de Seu Bento, Manuel não possui amizades pelas mulheres que presidem a União, logo os vínculos que lhe permitem permanecer em seu “*cantinho*” não são os mesmos. Sua amizade foi conquistada pela constante interferência na estrutura do Mercado e a construção de relações de afinidade com os proprietários desses estabelecimentos. Manuel contou que ao transitar pelas quadras é cumprimentado por pessoas que não lembra o nome. Todos o conhecem, ele reconhece, mas não sabe o nome de todos. Seu trabalho no mercado foi disseminado pelo “disse, me disse”, pelas relações que constroem e desconstroem as regras acerca do Mercado Popular da Uruguaiana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das regras para acabar com a suposta desordem foi deslocar os camelôs para um espaço restrito. Será que passou pela cabeça das autoridades que “agora está tudo resolvido, eles não irão mais criar sujeira”? Caso tenha passado, como o problema da desordem teria sido solucionado, se a decisão foi aglutinar inúmeros supostos desordeiros em um mesmo local? Os desordeiros continuariam criando desordem, porém em um local reduzido, onde ficariam aglomerados. “E agora?”, pensariam as autoridades: “a desordem não acabou! Tem gente vendendo o espaço público, tem gente comercializando mercadoria falsificada, os comerciantes formais não param de reclamar e os Guardas Municipais vivem machucados, está tudo errado!”. Conforme descrevi inicialmente, a proposta de criação do Mercado consistiu na criação de um espaço harmonioso no centro do município do Rio de Janeiro. Mas, como criar harmonia abafando os conflitos?

No caso do Mercado Popular da Uruguaiana, embora não tenha sido efetivada a criação de uma lei para garantir o privilégio, selecionando as pessoas que poderiam ou não usufruir daquele espaço, atuar na rua é uma regra que foge ao que se supõe ser o princípio da igualdade (Mello, 2005, Pires, 2010).

Pensar em um trabalho cuja proposta estivesse calcada na construção e na desconstrução de regras envolveu inicialmente a tentativa de abstrair as noções de legalidade e de ilegalidade, de lícito e de ilícito, de limpeza e de sujeira, de ordem e de desordem na forma em que são colocadas e naturalizadas nos discursos dos atores que constituem e interferem no Camelódromo da Uruguaiana, bem como pela mídia que o acompanha e pelas autoridades que o fiscalizam. Esta não foi uma tarefa fácil, pois esses conceitos estiveram presentes durante todo o meu trabalho de campo. Como esse local poderia existir se todas as características que o compõem são consideradas negativas? A tentativa de responder a esta questão me incentivou a escrever um capítulo sobre os camelôs.

Ao sistematizar algumas características acerca desses trabalhadores, a partir de pesquisas concluídas por outros autores, percebi que os valores atribuídos a esses trabalhadores não se restringe a um ou outro vendedor. A atribuição de valores negativos

repete-se independente do local de atuação do vendedor ambulante. Seja no trem, na *pista*, no ônibus, na calçada do Camelódromo e no interior desse espaço, com licença para atuar ou não esses trabalhadores geralmente são apontados por uma série de desqualificações.

A criação do Camelódromo está associada a todas essas desqualificações. O argumento sempre foi organizar, mas organizar o quê? A economia? A estética da cidade? Embora a tentativa seja bastante antiga, em momento algum houve uma explicação convincente a respeito dos motivos que levariam a camelotagem ser extinta ou ordenada. Além da falta de argumento, o *mosaico de regulamentações* não permitia essa ordem, não por falta de impulso das autoridades para criar regras, mas pelo fato dessas regras serem incompatíveis umas com as outras, na maioria das vezes em que se tenta implantá-las. Nesse sentido, o espaço público urbano passa a ser controlado por muitas regras, principalmente por aquelas que são construídas no cotidiano dos atores que sistematizam seu dia-a-dia através de ajustes que envolvem diferentes estratégias e negociações. Negocia-se o espaço público através da violência física e/ou moral, da criação de relações pessoais, da construção e da desconstrução de regras calcadas sempre em interesses pessoais.

A flexibilidade e facilidade de produzir e romper com as regras produzidas no Mercado Popular da Uruguaiana decorre, principalmente, do fato dos poderes que controlam o espaço encontrarem-se pulverizados. Não apenas os poderes instituídos pelos órgãos públicos, mas também o poder conseguido através de suas lideranças e seguidores, ou melhor, Associação e Associados. A concepção de lei no Camelódromo se assemelha bastante à concepção de lei mencionada por Malinowski quando trata dos nativos das Ilhas Trobriand, a lei é sempre ideal quando se trata da conduta alheia.

Neste trabalho, através da busca de histórias que viabilizaram o Mercado, caracterizando-o como múltiplos Mercados, percebi que a conduta alheia é sempre apontada como ilegal. Essa posição não se restringe a um ou outro Associado ou a uma ou outra Associação, trata-se de uma idéia disseminada e utilizada como um meio de conquistar poder, na perspectiva de que 'se ele está errado e eu não, quem deve estar aqui sou eu, eu estou certo'. Esse é um fato que alimenta as seqüências de disputas por pessoas e pelo espaço físico. No Camelódromo as verdades são disputadas e para construir essas verdades vale de tudo, principalmente humilhar os opoentes através de ofensas pessoais.

O espaço físico é apenas um dos elementos que estão em jogo, pois as pessoas que constituem esses espaços são tão importantes quanto às áreas que administram. São os Associados que disseminam crenças, percepções pessoais, constroem e desconstróem idéias sobre as Associações. Ao mesmo tempo, as Associações se movimentam para incitar essa produção de crenças ao seu favor. Essa movimentação é, primeiramente, iniciativa das lideranças, neste caso, dos presidentes das Associações. A transformação de suas qualidades pessoais em poder foi o meio pelo qual conquistaram seus espaços. A melhor liderança é aquela que consegue articular o maior número seguidores. Logo, as taxas e os empreendimentos, elementos viabilizados pelos Associados, são quesitos que ativam a cobiça das Associações e do poder público que fiscaliza o Mercado.

Características pessoais à parte, a construção e desconstrução das regras do Mercado ultrapassam as idéias de (i)legalidade. O Mercado é regularizado e fiscalizado. Os Associados possuem licenças para atuar. Há mercadoria importadas e de alto valor que são vendidas com nota fiscal e garantia. Os funcionários possuem carteiras assinadas e, quando insatisfeitos, recorrem à justiça para garantir os seus direitos. As Associações afirmam atuar legalmente. O controle de pagamentos é efetivado com base na divisão de lotes realizada pela prefeitura no ano de 1994. Como apontar o Camelódromo como um espaço ilegal se no cotidiano tanto Associação quanto Associados buscam o respaldo da lei? Além do *mosaico de regulamentações*, esse fato pode ser explicado pela construção de regras locais, ou seja, as adequações diárias praticadas pelos atores que construíram o local.

As instituições que deveriam controlar o espaço, em momento algum vivenciaram o mesmo. Como controlar ou dar ordem a um espaço criado por especificidades, negociações e valores diferentes do que aqueles previstos pelas autoridades que almejam ordenar a cidade? Não estou tratando de poderes paralelos. Os fiscais da prefeitura são atores sempre presentes, entretanto os seus papéis no Mercado estão restritos ao (re)cadastro, como descrevi anteriormente. Seus papéis acabam sendo permeados por interesses particulares e não pela instituição como um todo, já que não há um consenso a respeito dos meios pelos quais a instituição atua. As autoridades públicas não conhecem a rotina do Camelódromo, onde diariamente são produzidas inúmeras estratégias e transformações através da produção de regras locais.

Tentei demonstrar neste trabalho que acreditar na ruptura de normas e regras por parte dos atores que deveriam fiscalizá-las ou cumpri-las não passa de uma readaptação e readequação do cotidiano. Isso se dá a partir da elaboração de um novo conjunto de regras e normas construídas e legitimadas através de interesses sociais, morais, econômicos e políticos por parte dos atores envolvidos.

O Mercado Popular da Uruguaiana é constituído por “*grandes-homens*” e “*seguidores*”, atores que não possuem papéis rígidos. Assim, transitam de acordo com as atividades desempenhadas e com as representações que adquirem ao exercer determinadas atitudes. Acredito que para estudar questões específicas ou não sobre as cidades é fundamental reconhecermos o contexto e o papel desempenhado pelo ator em circunstâncias específicas, pois a mudança de papel implica novas formas de apropriação de idéias, interesses, instituições, organizações e valores.

Anexo I:

Classificação Brasileira de Ocupações

“A CBO é um documento que reconhece, nomeia e codifica os títulos e descreve as características das ocupações do mercado de trabalho brasileiro. Sua atualização e modernização se devem às profundas mudanças ocorridas no cenário cultural, econômico e social do país nos últimos anos, implicando mudanças estruturais no mercado de trabalho”. Este documento foi aprovado no ano de 2002 pelo Ministro Paulo Jobin Filho, através do Ministério do Trabalho e Emprego.

De acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações – CBO/2002, descrição 5243-05, um vendedor ambulante é classificado através das seguintes ocupações: “Ambulante, Baleiro (ambulante), Camelô (comércio ambulante), Doceiro (comércio ambulante), Jornaleiro (ambulante), Sorveteiro (comércio ambulante), Vendedor de cachorro quente”.

O documento define a atuação dos vendedores ambulantes através de múltiplas atividades: vendem mercadorias em vias e logradouros públicos. Estipulam prazos e condições de pagamento e fornecem descontos nos preços. Planejam atividades de vendas e definem itinerários. Compram, preparam e transportam mercadorias para venda, visitam fornecedores, fazem levantamento de preços e negociam preços e condições de pagamentos. Providenciam licença para exercer a ocupação.

A caracterização do trabalho dos vendedores ambulantes por este documento é definida através de duas perspectivas. A primeira diz respeito às condições gerais de exercício: atuam em vias e logradouros públicos, a pé, carregando a própria mercadoria junto ao corpo, em sacolas, malas, bolsas ou carrinhos de mão. Trabalham sem vínculo empregatício, a céu aberto ou em veículos automotores ou de tração animal. Trabalham em horário noturno ou diurno, em pé, por longos períodos, sujeitos à exposição de ruídos, condições adversas de temperatura e material tóxico, que pode resultar em estresse. E a segunda trata da “formação e

da experiência: o acesso ao trabalho é livre, encontrando-se pessoas com escolaridade heterogênea. Em geral, o exercício profissional requer escolaridade do ensino fundamental.”

O documento descreve ainda as competências pessoais: demonstrar controle emocional; dar prova de boa condição física; demonstrar atenção; mostrar boa apresentação, suportar condições climáticas adversas; demonstrar educação; manusear produtos químicos; dirigir veículo automotor; dar prova de honestidade; dar prova de organização; agir com sensatez e atualizar-se profissionalmente”. E ainda, os “recursos utilizados pelos vendedores ambulantes: lona; sacos plásticos; máquina de algodão doce; formas para assar; bombas para encher pneus; funil; tesoura; fita métrica; moenda de cana; bombonas; máquina de ralar; chapeiras; mangueiras; sacolas; cesto de lixo; bicicleta ou triciclo, microfone...”

Anexo II: LEGAL X União



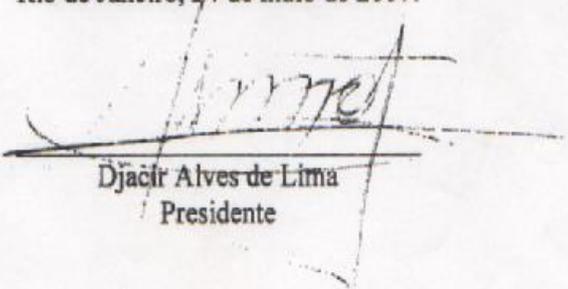
**LEGÍTIMA ENTIDADE GRUPO DE APOIO AOS COMERCIANTES
DOS MERCADOS POPULARES DO CENTRO DO
RIO DE JANEIRO**

AOS MERCADORES POPULARES DA RUA URUGUAIANA

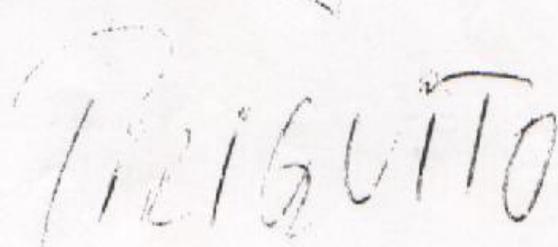
A partir de hoje, 24 de maio de 2007, a cobrança relativa à contribuição social e energia elétrica, serão unificadas em uma única contribuição, no valor de R\$ 30,00 (trinta reais), visando dar transparência maior ao destino do seu dinheiro.

Estamos estudando também, posteriormente uma forma de redução desta quantia, para efetuarmos melhorias no Mercado.

Rio de Janeiro, 24 de maio de 2007.



Djaçir Alves de Lima
Presidente



Mercado Popular da Rua Uruguiana – Quadra B Boxe N° 20
Centro Rio de Janeiro
CNPJ nº 08.835.375/0001-83

PREZADOS COMERCIANTES

Pela presente, viemos esclarecer que a união dos comerciantes do MERCADO POPULAR DA URUGUAIANA, continua em pleno exercício de suas atividades, em continuidade ao trabalho iniciado pelo presidente Alexandre Farias, cujo falecimento ocorreu apenas há 5 dias.

Assim, esta associação encontra-se apenas aguardando a Missa de 7º dia, a realizar-se na próxima 6ª feira dia 25/05 às 16:00hs., para levar a seus **associados e amigos**, toda e qualquer informação em relação a continuidade dos trabalhos.

Na oportunidade esclarecemos ainda que “a convocação” feita para o dia 23/05/07, não foi feita por esta associação e sim pelo “Sr. Piriquito” que se denomina presidente da **COMISSÃO PRÓ-MORALIZAÇÃO DO MPU**; apesar de **JAMAIS** ter pago uma única cota referente a energia elétrica, usufruindo da energia paga por seus colegas trabalhadores cumpridores de suas obrigações.

Pretendemos sim, dar continuidade “a moralização” empreendida pelo nosso falecido presidente; com as cabíveis modificações necessárias, que serão comunicadas a todos em tempo hábil.

Atenciosamente,

**ROSALICE R. OLIVEIRA
PRESIDENTE**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Howard. Uma Teoria da Ação Científica. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.

AMORIM, Maria Stella; KANT DE LIMA Roberto; TEIXEIRA MENDES Regina Lúcia. Introdução. In: AMORIM, Maria Stella; KANT DE LIMA Roberto; TEIXEIRA MENDES Regina Lúcia. *Ensaio sobre a igualdade jurídica – Acesso à Justiça Criminal e Direitos de Cidadania no Brasil*. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2005.

BARROS, José Flávio Pessoa de; MELLO, Marco Antônio da Silva; VOGEL, Arno. Galinha D'Angola – Iniciação e Identidade na Cultura Afro-Brasileira. Rio de Janeiro: Pallas, 2001.

CNPq. Relatório do Projeto “Entre o Legal e o Ilegal: Lógicas Igualitárias e Hierárquicas de Apropriação do Espaço Público Urbano”, 2007.

CUNHA, Neiva Viera da; MELLO, Pedro Paulo Thiago. *Saara: reinventando etnicidades e ambiências urbanas num mercado popular carioca*. In: GOMES, Maria de Fátima Cabral Marques (org.). Cidade, transformações no mundo do trabalho e políticas públicas. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006, p. 104-119.

DEL BRENNNA, Giovana Rosso. *O Rio de Janeiro de Pereira Passos*. Rio de Janeiro: Editora Index, 1985.

DELGADO, Ana Paula Teixeira. “Aspectos Jurídicos do comércio ambulante do Município do Rio de Janeiro”. In: GOMES, Maria de Fátima Cabral Marques (org.). Cidade, transformações no mundo do trabalho e políticas públicas. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006, p. 188-199.

DOUGLAS, Mary. Pureza e Perigo. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

KANT DE LIMA, Roberto. A Polícia da Cidade do Rio de Janeiro: seus dilemas e paradoxos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Forense, 1995.

_____. Da Inquirição ao Júri, do Trial by Jury à Plea Bargaining: Modelos para a Produção da Verdade e a Negociação da Culpa em uma perspectiva comparada Brasil/

Estados Unidos. Tese apresentada ao Concurso de Professor Titular em Antropologia da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 1995.

_____. “Polícia, Justiça e Sociedade no Brasil: uma abordagem comparativa dos modelos de administração de conflitos no espaço público”. In: Revista Sociologia e Política, vol. 13. Curitiba, 1999.

LORETTI, Priscila Tavares. CENOGRAFIAS URBANAS: uma experiência antropológica no mercado de objetos re-significados. Trabalho apresentado para exame de qualificação ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade do Federal do Rio de Janeiro, 2009.

MAFRA, Patrícia Delgado. A “pista” e o “camelódromo” – camelôs no Centro do Rio de Janeiro. Dissertação de mestrado apresentado ao Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.

MARTINS, Angela Maria Moreira. *Ambiências que abrigam o comércio informal no Rio de Janeiro. O estudo de caso do mercado popular da Rua Uruguaiana* In: GOMES, Maria de Fátima Cabral Marques (org.). Cidade, transformações no mundo do trabalho e políticas públicas. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006, p. 81-103.

MELLO, Marco Antônio da Silva; VOGEL, Arno. Lições da Rua: O Que um Racionalista Pode Aprender no Catumbi. Arquitetura Revista Fau Ufrj, Rio de Janeiro, 1983, v. 1, n. 1, p. 67-79.

MELLO, Marco Antônio da Silva; VOGEL, Arno; SANTOS, Carlos Nelson dos. Quando a Rua Vira Casa: A Apropriação de Espaços de Uso Coletivo em um Centro de Bairro. 1ª. ed. São Paulo: FINEP/IBAM, 1980. Projeto. v. 1.

MELLO², Kátia Sento Sé. Igualdade e Hierarquia no espaço público: análise de processos de administração institucional de conflitos no município de Niterói. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense. Niterói/RJ, 2007.

MISSE, Michel. “O Rio como um bazar. A conversão da ilegalidade em mercadoria política”. Revista Insight Inteligência, 2002.

MOLLIER, Jean-Yves. *Camelô: Figura Emblemática da Comunicação*. São Paulo: EDUSP, 2009.

OSTROWER, Isabel. “Fazendo do limão uma limonada – moralidades, estratégias e emoções entre os vendedores ambulantes nos ônibus do Rio de Janeiro. Dissertação de mestrado apresentado ao Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

_____. *Redes, jogos, relações e estratégias de negociação entre vendedores ambulantes nos ônibus do Rio de Janeiro*. In: GOMES, Maria de Fátima Cabral Marques (org.). *Cidade, transformações no mundo do trabalho e políticas públicas*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006. p. 120-134.

PIRES, Lênin. *Arreglar não é pedir arrego - uma etnografia de processos de administração institucional de conflitos no âmbito da venda ambulante em Buenos Aires e Rio de Janeiro*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense. Niterói/RJ, 2010.

_____. “Esculhamba, mas não esculacha!” – Um relato sobre os usos dos trens urbanos na Central do Brasil, no Rio de Janeiro, enfatizando as práticas dos comerciantes ambulantes naquele espaço social. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense. Niterói/RJ, 2005.

_____. “Deus ajuda a quem cedo madruga? Trabalho, informalidade e direitos civis nos trens da Central do Brasil”. In: PILLAR GROSSI, Miriam, HEIBORN Maria Luiza, ZANOTTA MACHADO Lia. 2006. *Antropologia e Direitos Humanos 4*. Florianópolis: Nova Letra Gráfica e editora.

RABOSSO, Fernando. *Nas ruas de Ciudad Del Este. Vidas e vendas num mercado de fronteira*. Tese de doutorado apresentada ao Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

SIGAUD, Lygia Maria. Armadilhas da honra e do perdão: usos sociais do direito na mat pernambucana. *Mana* (Rio de Janeiro), Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 131-163, 2004.

SILVA, Marcos Alexandre Veríssimo da. De sol a sol, em luta por um lugar ao sol: a Guard Municipal e os ritos, conflitos e estratégias do espaço público carioca. Dissertação d Mestrado em Antropologia apresentada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia, d Universidade Federal Fluminense, 2007.

VELHO, Gilberto. *Mudança, Crise e Violência Política e Cultura. Civilização Brasileira.* Rio de janeiro. 2002.

Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. 11ª Edição, 14ª tiragem, 1967 – Supervisionada e aumentada por Aurélio, com a assistência de José Baptista da Luz. Civilização Brasileira. Rio de Janeiro e São Paulo. 1971.

Enciclopédia Barsa. Vol. 4. Encyclopædia Britannica Editores Ltda. 1978.

Revista Veja, 1º de janeiro de 1969.

Revista Veja, 1972.

Revista Veja, 22 de junho de 1983.

Revista Veja, 7 de setembro de 1983.

Revista Veja, 12 de agosto de 1986.

Jornal O Dia, 11 de março de 2009.

Jornal O Globo, 14 de março de 2006.

Jornal O Globo, 16 de março de 2006.

Jornal O Globo, 17 de março de 2006.

Jornal O Globo, 22 de março de 2006.

www.guiaoficial.com.br

www.pacoimperial.com.br

www.mercadouruguaiana.com.br

www.rio.rj.gov.br/gmrio

pt.wikipedia.org/wiki/Fast-food

pt.wikipedia.org/wiki/Camel%C3%B4

www.aids.gov.br/pagina/o-que-e-hiv