

## **Camelôs no Centro Histórico de Manaus: paisagem urbana e consumos culturais**<sup>1</sup>

Lucas Alves de Vasconcelos NETO<sup>2</sup>  
Sérgio Ivan Gil BRAGA<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### **Resumo**

Esta comunicação trata dos camelôs no centro da cidade de Manaus, Amazonas, estabelecidos desde a década de 80 do século XX. Em 2008, eram 2.600 camelôs na Praça da Matriz (CAPELATO, 2008). Após várias discussões para transferência dos camelôs para locais alternativos, com a finalidade de restituir o espaço público à população e facilitar a mobilidade urbana nesta área central da cidade, foi instituído o Projeto Viva Centro, no qual foram criadas galerias comerciais. Neste texto, priorizamos para considerações a Galeria Espírito Santo, situada no centro da cidade, com 300 vendedores regulamentados. Trata-se de entender nesta pesquisa dimensões culturais que envolvem a atividade dos camelôs, enquanto agentes produtores do espaço urbano, de uma paisagem urbana, bem como relações estabelecidas entre estes trabalhadores e consumidores que buscam seus produtos e serviços.

**Palavras-chave:** camelôs; consumos culturais; paisagem urbana.

### **Os camelôs no Centro Histórico de Manaus**

Como dizia Astrid Cabral (2003, p. 12), “Manaus, um ponto perdido no mapa”, verdade que é completamente adequada em razão da localização, porém nem isso foi suficiente para impedir o ritmo de desenvolvimento em que a cidade encontrou no século XIX. A cidade que sofreu uma série de transformações apresenta, nos dias de hoje, vários contrastes. Por todos os lados encontramos a coexistência da “Manaus de antes” com a “Manaus de agora”. Mas o que diferencia uma da outra?

Segundo José Aldemir de Oliveira (2003, p. 21), “Manaus revela, de um lado, territórios pretéritos que se caracterizam pela predominância de movimentos lentos a serviço de atividades tradicionais e, de outro, territórios novos que comportam movimentos rápidos com atividades fluidas impostas pela modernização”.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduando no Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFAM. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq, email: lucasalvesdvn@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do aluno bolsista do CNPq de iniciação científica. Professor da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Associado III, dedicação exclusiva. Lotado no Departamento de Antropologia, Instituto de Ciências Humanas e Letras. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social e do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia da UFAM. Pesquisador da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (FAPEAM) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), email: sigbraga@hotmail.com

O entendimento de Oliveira (2003) é de reconhecer no passado e no presente “agentes produtores do espaço urbano”, que foram protagonistas de “atividades tradicionais” como é o caso do comércio. Quando “iam e vinham navios trazendo franjas do mundo”; em uma Manaus, onde “Europa e Península Ibérica surgiam das próprias pedras das avenidas e esquinas” (Cabral, 2003, p. 12).

Nesses termos, o “tempo rápido”, de poucos anos e muitos acontecimentos, é responsável por transformações que marcaram historicamente a “paisagem urbana” de Manaus. Nas palavras de Oliveira (2003):

“O período em que a cidade teve a influência da borracha, entre 1890 a 1910, é mais curto do que aquele que se segue entre 1929 a 1967, mas com maior relevância para a configuração urbana da cidade em decorrência da infraestrutura e dos equipamentos urbanos construídos” (Oliveira, 2003, p. 20).

Por outro lado, o mesmo autor aponta um tempo de crescimento lento da cidade, entre as décadas de vinte e sessenta do século passado:

“(…) no período pós-extratativismo da borracha, compreendido entre 1920 a 1967, Manaus é a soma de variados fatores produzidos e modificados pelas determinações de seu tempo. Neste período, não se identificam planos urbanísticos voltados para o atendimento das necessidades da população. Segundo o autor, quando havia alguma preocupação neste sentido, era expressa pela perspectiva estética, pelo embelezamento urbano, levando em consideração a dimensão da produção da cidade a partir dos interesses de classe. Por exemplo, a proibição de construir habitações cobertas de palha na zona urbana da cidade. Consequentemente, identifica-se uma preocupação pela manutenção do padrão urbanísticos da parte central da cidade evocada por meio do imaginário de grandeza relativo ao período áureo da borracha (Oliveira, 2003, p. 20)”.

Hoje, “territórios novos”, pós Zona Franca de Manaus, contribuem para mudanças na “paisagem urbana”. Com o advento da ZFM, implantada em 1967, Manaus cresceu em termos demográficos e na dinamização de atividades comerciais e industriais. Pelo fato da capital ter alcançado um desenvolvimento mais contínuo que as cidades do interior do estado, os habitantes das cidades adjacentes à capital tomaram o rumo para a cidade grande que se encontrava então em formação.

Com base em ANDRADE (2012, p. 91), na década de 1970, órgãos públicos como a Superintendência de Valorização Econômica da Amazônia (SPVEA), Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (Sudam) e, mais atualmente, o Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas (Idam) implantaram medidas para manter os habitantes do interior em suas cidades, mas mesmo

assim o movimento migratório teve números elevados, em vista de que Manaus oferece a promessa de uma classe média em constante crescimento.

Após a implantação da Zona Franca, Manaus apresentou um aumento de habitantes “não-naturais”. A partir de 1980, passou a ocorrer um aumento de quatrocentos mil habitantes a cada década. Em 2010, Manaus apresentava o número de 1.805.000 habitantes (ANDRADE, 2012).

Para Oliveira (2003, p. 51), em seus estudos do “processo de produção do espaço urbano” a ênfase dada corresponde às transformações da “natureza como elemento da paisagem”, com a finalidade de entender “inúmeras modificações decorrentes da ação do indivíduo”. Segundo o autor, “no caso de Manaus, para se construir a paisagem urbana e moderna estas modificações são marcantes em relação aos igarapés que recortam a cidade”, posto que muitos deles foram “aterrados”. É o caso, por exemplo, já em fins do século XIX, do “igarapé do Espírito Santo que recortava o centro da cidade e passava bem próximo da Praça da Matriz”.

A modernidade que se intensificou com a Zona Franca de Manaus, com toda a pujança econômica, não somente representou uma ameaça maior à natureza, mas foi responsável também por estabelecer uma maior divisão do trabalho, por novas ocupações formais e informais, bem como sobre novos padrões de consumo.

Na paisagem urbana do centro histórico da cidade, ainda se encontra o comércio tradicional, de alimentos, bebidas, vestuário, utensílios domésticos, estivas em geral e outras mercadorias. Mesmo com a criação de vários centros comerciais e shoppings centers em bairros de Manaus. Mas, agregado a este comércio tradicional do centro histórico, há comerciantes informais, com múltiplos equipamentos urbanos voltados para o comércio ambulante, num incansável ir e vir até encontrar um local para o estabelecimento de uma barraca em caráter provisório.

Para efeitos deste texto, focalizaremos o comércio informal de trabalhadores que se estabeleceu no centro da cidade a partir da década de oitenta do século passado. Este comércio tem se ocupado da oferta de bens de consumo tais como, “roupas, produtos eletrônicos, alimentos, passes de ônibus, calçados, cigarros, produtos de higiene, CD’s, óculos, relógios, artigos de papelaria, artesanato, mercadorias sazonais, como enfeites natalinos, brinquedos, etc.”.

Rodrigo Capelato registrou em 2008, com base em dados levantados pela Prefeitura Municipal de Manaus, a existência de 2.600 camelôs localizados na Praça da Matriz e seu

entorno. Segundo este mesmo autor, “entre os ambulantes no Centro, o SEBRAE constatou que os principais produtos comercializados eram: miudezas e variedades (30,11%), roupas e acessórios (19,11%) e lanches e bebidas (11,67%)” (CAPELATO, 2008, p.86).

Na pesquisa de Márcio André Araújo de Oliveira (2009), a partir de dados levantados pelo SEBRAE/AM, a Praça da Matriz figura na paisagem urbana como:

“o local mais atraente para o exercício da ocupação de camelô e ambulante em face das 141 (cento e quarenta e uma) linhas de ônibus que por ali circulam – nos dias úteis, e 138 (cento e trinta e oito) – nos finais de semana e feriados. Pelo centro da cidade passam 860 (oitocentos e sessenta) veículos coletivos nos dias úteis e 270 nos finais de semana e feriados” (ARAÚJO, 2009, p.45)

O que permite entender, a importância da mobilidade urbana associada ao comércio informal. Para obter uma ideia das pessoas que transitam por este lugar, “no terminal de integração de passageiros localizado também no centro circulam 270.343 (duzentas e setenta mil, trezentas e quarenta e três) pessoas nos dias úteis. É o maior terminal da cidade”. Acrescente-se a isso os automóveis, “circulam diariamente nos dias úteis cerca de 150.000 (cento e cinquenta mil) veículos particulares e existem 50 (cinquenta) pontos de táxi” (ARAÚJO, 2009, p. 46).

Segundo CAPELATO (2008) “a estruturação do sistema de transporte e do sistema viário no Centro de Manaus, ao favorecer o intenso fluxo de pedestres, induz à ocupação do espaço público por ambulantes”; ou seja, “na intenção de diminuir custos de transporte, os ambulantes precisam estar próximos de seus fornecedores, e as grandes importadoras, distribuidoras e atacadistas estão localizadas em todo perímetro da região central da cidade”. À época da pesquisa, o autor identificou a partir de dados da SEMAGA – Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento - 109 estabelecimentos que abastecem os ambulantes no Centro, (CAPELATO, 2008, p. 82).

De fato, o comércio tradicional e os novos comerciantes informais são produtores de uma paisagem urbana, com a qual Manaus tem convivido nas últimas três décadas e meia. Segundo Araújo (2009), uma relação quase que de complementaridade, posto que “o centro, também, abriga uma diversidade de distribuidoras, atacadistas e importadoras, que são utilizadas pelos camelôs para as compras de mercadorias durante o final da semana e, de igual modo, atraem a população para as compras”. (ARAÚJO, 2009, p.46).

Este quadro começou a mudar a partir de 2009, durante a gestão do Prefeito Amazonino Mendes e na atual administração do Prefeito Arthur Virgílio Neto. Desde aquela época, a prefeitura buscava transferir os camelôs, das calçadas e ruas do centro para instalações fixas mais apropriadas, nas imediações da Praça da Matriz. O processo se

intensificou com o tombamento do Centro Histórico de Manaus em 2010, pelo IPHAN, quando assumiu relevância o restauro de bens históricos e a requalificação urbana dos logradouros públicos. Nos últimos dois anos da atual gestão do município estão sendo implantadas transformações no centro da cidade, decorrentes do projeto “Centro Vivo”, que entre outras medidas tem transferido os camelôs dos logradouros públicos para espaços fixos (ARAÚJO, 2009, p.49).

No dia primeiro de agosto de 2014, foi inaugurada a galeria Espírito Santo, situada na confluência das ruas Joaquim Sarmiento com 24 de Maio, que abriga em torno de 300 vendedores ambulantes que foram “regulamentados”. Conforme dados da prefeitura municipal de Manaus, a galeria tem espaço para 323 lojas e ainda disponibiliza aos visitantes um posto de Pronto Atendimento ao Cidadão (PAC), praça de alimentação e uma casa lotérica. O antigo prédio histórico, que inclusive já abrigou um cinema que funcionou até o início da década de noventa do século passado, recentemente servia de estacionamento, depois de restaurado foi entregue ao comércio dos camelôs.

Segundo Capelato (2008, p. 62), a rotina de trabalho dos camelôs não é nada fácil, “se estabelece em uma média de 10h diárias de permanência na banca”, “trabalham de segunda a sábado, invariavelmente aos domingos nos meses festivos (Mães, Pais, Natal e fim de ano)”. Reconhecem que “os seis primeiros meses não lhes são favoráveis” e que “todos expressam que a melhoria das vendas acontece mesmo no 2º semestre quando as festas se aproximam e há a liberação da primeira parcela do 13º salário (no mês de agosto)”; “as vendas também sofrem queda com o período de chuvas da região, a crise (desde o 2º semestre de 2008) também foi apontada como um dos motivos para baixa nas vendas”.

De um modo geral, os consumidores de produtos dos camelôs da Praça da Matriz e, com a mudança destes para os novos estabelecimentos comerciais construídos em galerias fixas, “são levados a um tipo de mercado especializado, com a sensação de que irão encontrar o que buscam de modo mais rápido e com o melhor preço”. Conforme Capelato:

“São consumidores com baixo poder aquisitivo e que estão no comércio do centro por ele ainda representar um grande lugar de compras, com uma grande variedade de produtos, em condições vantajosas de preço. Enquanto entrevistava um camelô, que trabalhava com chapéus e camisetas, uma pessoa o procura e encomenda um chapéu personalizado que ele se dispõe a fazer. O pagamento de 50% do valor é feito e o restante quando o comprador for buscar a encomenda. É interessante salientar, ainda, que compradores das lojas de departamentos do centro são os mesmos consumidores de produtos das ocupações informais do entorno da Praça da Matriz” (CAPELATO, 2008, p. 106).

Diante do exposto, consideramos como relevante nesta pesquisa, entender as múltiplas dimensões culturais que envolvem este tipo de atividade humana dos camelôs, enquanto “agentes produtores do espaço urbano”, de uma “paisagem urbana” construída no dia a dia, bem como as relações estabelecidas entre estes trabalhadores e os consumidores que buscam seus produtos e serviços no Centro Histórico de Manaus.

### **Trabalho informal, consumos culturais e modernidade**

A presente pesquisa surge da necessidade de compreender o contexto em que estão inseridos os comerciantes informais e como esta atividade se relaciona com a formação social deste grupo.

Segundo a Organização Mundial do Trabalho, o trabalho informal é descrito pela “produção em baixa escala”, pelo “baixo nível de organização” e pela “quase inexistente separação entre capital e trabalho”. Este mesmo Órgão afirma que o fator que leva indivíduos a recorrerem à informalidade se resume, em grande parte, ao desemprego.

De acordo com pesquisa realizada em 2003 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) podem ser consideradas como “empresas informais”, aquelas que possuem até cinco funcionários e com contabilidade empresarial não distinta da familiar.

Para CAPELATO (2008, p.67), aquilo que encontra outras formas de organização do trabalho, diferente da forma instituída pelo Estado, é considerado “informal”.

No Brasil, conforme o IBGE, o setor informal é responsável pelo movimento de aproximadamente duzentos bilhões de reais por ano, mostrando que a regulamentação da atividade informal não é tão benéfica para os indivíduos que exercem esse tipo de comércio. Mas para o pesquisador Paul Singer, secretário de Economia Solidária do Ministério de Trabalho e Emprego (2011), o Estado é prejudicado com esse tipo de economia, pois, uma quantidade considerável de impostos não é arrecadada, trazendo como consequência o desequilíbrio das contas públicas que seriam revertidas em benefícios para os próprios trabalhadores. Segundo Singer, “cria-se um quadro de pobre vendendo para pobre”.

Talvez, o que se tem neste comércio de bens industriais e modernos, voltados para um público consumidor que tem se ampliado de forma crescente, trata-se provavelmente de uma entre outras contradições que se pode apreender sobre a modernidade. Segundo HARVEY (2007, p. 22), a vida moderna está permeada pela “efemeridade”. Esta transitoriedade das coisas dificulta a preservação de um contínuo desenvolvimento histórico. Ao definir algo, é necessário levar em consideração essa “impulsiva” mudança,

que afeta tanto os termos da discussão como o que está sendo discutido. A modernidade não só rompe todas as condições históricas precedentes, mas também é caracterizado por um processo de “rupturas e fragmentações internas inerentes”.

Pode-se inferir, sobre a situação dos camelôs nesta pesquisa, o fato de oferecerem para consumo bens industriais como expressões da contemporaneidade, mesmo que pouco duráveis e destinados à obsolescência em um curto espaço de tempo. Talvez pouco ou nada influenciem as marcas do passado nos logradouros públicos e edificações da cidade, mas sim, o uso comercial deste espaço público com bens postos em circulação que aproximam camelôs e consumidores.

Esse espaço reapropriado pelo comércio pode ser considerado como uma “sociedade do consumo”, conforme afirma Lipovetsky (2009, p. 184), por apresentar diferentes características, tais como: a elevação do nível de vida, a abundância das mercadorias e dos serviços, o culto dos objetos e dos lazeres, moral hedonista e materialista etc. Para o autor, “todas as indústrias se esforçam em copiar os métodos dos grandes costureiros. Essa é a chave do comércio moderno”. O “império do efêmero”, como bem designou Lipovetsky, muitas vezes impulsionado por adquirir algo pelo simples sentido de consumir e não para satisfazer necessidades essenciais.

Seguindo esta linha de raciocínio, o comércio informal seria um ambiente facilitador do acesso a esses bens de consumo que se encontram “em alta”, uma vez que no comércio informal existe a venda e compra de produtos similares aos fabricados por grandes marcas. Isto ainda gera, por conseguinte, a ideia de comprar algo que aparentemente é necessário, porém, pagando menos que o valor real do produto, este que se configura como outro aspecto que torna o comércio informal um facilitador do consumo.

Diante do exposto, consideramos como desafio entender as múltiplas dimensões culturais que envolvem a atividade humana dos camelôs, enquanto “agentes produtores do espaço urbano”, bem como as relações estabelecidas entre estes trabalhadores e consumidores que buscam seus produtos e serviços no Centro Histórico de Manaus. Para isso, trata-se a princípio de observar e descrever atividades e relações estabelecidas por camelôs e consumidores no âmbito da galeria do Espírito Santo, localizada no Centro Histórico de Manaus; bem como, identificar alterações produzidas na paisagem urbana do Centro Histórico, a partir do funcionamento da galeria Espírito Santo, considerando a área de influência desse equipamento comercial e seus agentes; além de identificar os bens

culturais consumidos por seus frequentadores e, dentro do possível, entender as especificidades desse comércio informal popular.

Antes da incursão ao campo, torna-se pertinente consulta bibliográfica e de legislação ordinária referente às atividades comerciais do setor informal, bem como as formas de regulamentação desta atividade no espaço público urbano. Para isso, podem ser consultadas a Lei Orgânica do Município de Manaus e legislação complementar, bem como o atual Plano Diretor do Município de Manaus, com vistas a reconhecer dispositivos legais e diretrizes do planejamento urbano referentes ao comércio informal, logradouros públicos, mobilidade urbana, entre outros temas conexos.

O estudo do Dossiê de Tombamento do Centro Histórico de Manaus e legislação pertinente do IPHAN, considerando as diretrizes e prescrições a serem observadas sobre intervenções em espaços públicos e suas implicações para o comércio informal. Deve-se ressaltar que qualquer intervenção em bens edificados e no espaço público referente ao polígono de tombamento do centro histórico, devem necessariamente ter a anuência do IPHAN.

Para a pesquisa de campo, é importante delimitar o espaço de observação, no caso, a galeria Espírito Santo, considerando que existem no espaço cerca de 300 comerciantes, múltiplas atividades de comercialização de bens voltados para o vestuário, utilidades domésticas, eletrônicos, etc.

Para observação antropológica das atividades e relações estabelecidas por camelôs e consumidores no âmbito da galeria do Espírito Santo, identificação dos bens culturais adquiridos por seus consumidores e verificação das alterações produzidas na paisagem urbana do Centro Histórico, a partir do funcionamento da galeria Espírito Santo, é relevante a utilização do método da observação participante.

Roberto Cardoso de Oliveira (2006) define o método da “observação participante” como a relação informal estabelecida entre pesquisador e sujeitos pesquisados, neste último caso, tanto camelôs como consumidores. Para o autor, existiriam três situações importantes no contexto do campo, o que convencionou chamar de “olhar”, “ouvir” e por fim “escrever”.

O olhar implica em observar e registrar em um caderno de campo o que se pode captar pela visão. Na verdade, o campo visual pode ser bastante limitado para captar múltiplas atividades que, no caso, ocorrem simultaneamente em um agrupamento de vários estabelecimentos comerciais, dificuldade que pode ser superada com várias jornadas de



observação. Diante desse quadro, é bem provável que se tenha condições de delinear um croqui do espaço, delimitando áreas específicas, registrar atividades cotidianas estabelecidas entre os agentes, descrever as formas de disposição dos produtos nos equipamentos comerciais, áreas de conversação e usos comuns, etc.

No caso do “ouvir”, Roberto Cardoso de Oliveira (2006) defende a importância do diálogo, pois suspeita de informações obtidas muitas vezes resultantes da fala apenas do pesquisador. Neste caso, as conversas podem ser informais e entabuladas, observando o ritmo das atividades comerciais, inclusive de tal forma como se a atividade do pesquisador fosse circunstancialmente percebida pelos comerciantes, tal como o interesse de mais um consumidor pedindo informações sobre determinados produtos. É provável, que relações de afinidade possam ser estabelecidas com determinados comerciantes, a ponto de selecionar alguns desses informantes, considerando a diversidade das atividades e produtos que se encontra na galeria Espírito Santo. É nessa perspectiva que o ouvir pode se tornar uma relação dialógica, de conversa espontânea e informal.

Deve-se buscar também o diálogo informal com os consumidores de bens culturais. Neste caso, podem-se aproveitar certos contextos de conversação, sobretudo em datas comemorativas (Natal, dia das mães e dos pais, dia das crianças, etc.) quando o fluxo de consumidores é maior e fomentar o diálogo sobre as características de certos produtos, com vistas a descobrir os motivos da procura e preferência por esses produtos. Lembre-se, que é um mercado que depende muito da apresentação de novidades, de produtos da moda, do apelo sobre preços populares, o que abre muito espaço para o diálogo.

E, por fim, o escrever, que deverá corresponder a reunião dos vários registros feitos em cadernetas de campo em uma etnografia. A princípio, consideramos duas categorias de agentes: camelôs e consumidores. O primeiro, por se encontrar fixo no próprio espaço comercial, no âmbito dos próprios boxes e adjacências, provavelmente demande uma etnografia que tem um compromisso maior com a construção deste espaço interno. O consumidor, por outro lado, se define em função dos produtos que procura e dos fluxos e trajetórias à procura de algo nos vários boxes da galeria. Analisar a relação deste com o produto, que é posto em circulação pelos camelôs, talvez permita definir o que leva os consumidores a obter o produto, por se tratar de um produto útil ou até mesmo novidade no mercado.

Quanto ao espaço de investigação e entorno, ou seja, galeria e ruas adjacentes, que compõe a paisagem urbana do local, pode-se trabalhar inicialmente com a ideia de espaços

“abertos”, ou seja, de plena circulação, tanto no âmbito interno da galeria, como no seu entorno. Esta talvez seja uma característica que nos permita a princípio estabelecer uma analogia deste espaço com outros espaços públicos, tal como a praça da matriz em que se encontravam anteriormente os camelôs.

Uma vez que dados quantitativos referentes à pesquisa forem levantados, uma produção quantitativa terá início, para que se obtenha como resultado uma base para a compreensão do comércio informal e a interação cultural realizada nesta paisagem urbana encontrada na região central da cidade de Manaus.

### **Paisagem urbana, requalificação histórica e urbana, empreendedorismo**

Desde a inauguração da Galeria Espírito Santo, em 01 de agosto de 2014, têm sido realizadas várias promoções e eventos com a finalidade de atrair clientes. Há controvérsias entre os permissionários sobre a importância comercial do local, posto que ainda fica a desejar o número de frequentadores. Alguns se queixam de que ainda há camelôs ocupando as calçadas, considerados como “invasores”, e o poder público não tem coibido estas ações. Outros comerciantes acreditam que o empreendimento requer mais tempo para despertar o interesse comercial na população.

Uma estratégia para atrair clientes tem sido a realização de sorteios e atividades recreativas e artísticas, tratando-se de uma “Galeria Popular”, em datas comemorativas, como Dia das Mães, dos Pais, dos Namorados, etc. Os sorteios contam com prêmios muito cobiçados pelos clientes. No dia dos Namorados deste ano (2015), foi promovida a campanha “presentes para quem você ama, com um precinho de apaixonar”, os microempreendedores disponibilizaram produtos temáticos e realizaram um sorteio de quatro vale-compras, no valor de R\$ 500,00 cada um, para o ganhador adquirir qualquer produto dentro da Galeria. No dia das mães, neste mesmo ano, foram sorteados produtos como geladeira, fogão, máquina de lavar, cama box, TV de Led.

Além destas atividades, também tem sido promovidas “ações sociais”, com serviços oferecidos a comunidade. Tal como aconteceu no dia das mães, em maio de 2015, quando foram oferecidos serviços gratuitos de profissionais do SENAC, envolvendo massoterapia, manicure, corte de cabelo, cuidados de sobrancelha, etc.

Nas festas do ciclo junino, muito comemoradas nas regiões norte e nordeste, os promotores da Galeria Espírito Santo criaram a “campanha junina”, envolvendo várias atividades, entre as quais, “casamento na roça”, “danças de quadrilhas juninas” e um

concurso gastronômico organizado pelos próprios donos das lanchonetes, com cada dono concorrendo com um prato de comida típica da época, representando o seu “lanche”. Houve até a preocupação de definir uma comissão julgadora encarregada de avaliar o melhor prato da galeria.

Além disso, tem sido convidados artistas populares para entretenimento dos frequentadores da galeria, como DJs com programações musicais, show de mágicas, apresentações teatrais incluindo trupe de mímicos, etc. Os lanches na parte superior da galeria oferecem muitas opções de alimentos não somente aos consumidores habituais, mas também aos frequentadores eventuais, que podem adquirir salgados, sanduíches, bolos, refrigerantes, sucos, dentre outros, ao tempo em que prestigiam os eventos da galeria.

Tomando por base os pressupostos de paisagem urbana escritos por Gordon Cullen (2004), conceito “que exprime a arte de tornar coerente e organizado, visualmente, o emaranhado de edifícios, ruas e espaços que constituem o ambiente urbano”. Podemos dizer que na cidade de Manaus está ocorrendo um processo de mudança dos agentes transformadores do espaço, em especial na Galeria Espírito Santo, uma vez que os comerciantes foram transferidos da praça da matriz e logradouros públicos adjacentes, para prédios na área central da cidade, região que carrega forte herança histórica.

Roberto Adam (2008), analisando o conceito de Gordon Cullen sobre paisagem urbana, identifica três reações dos sujeitos, que podem servir de interpretação ou “prognósticos” sobre modificações na paisagem urbana:

“O primeiro é a ótica, que é a visão serial propriamente dita, e é formada por percepções sequenciais dos espaços urbanos, primeiro se avista uma rua, em seguida se entra em um pátio, que sugere um novo ponto de vista de um monumento e assim por diante. O segundo fator é o local, que diz respeito às reações do sujeito com relação a sua posição no espaço, vulgarmente denominado sentido de localização, “estou aqui fora”, e posteriormente, “vou entrar em um novo espaço”, e finalmente, “estou cá, dentro”; esse aspecto refere-se às sensações provocadas pelos espaços; abertos, fechados, altos, baixos etc. O terceiro aspecto é o conteúdo, que se relaciona com a construção da cidade, cores, texturas, escalas, estilos que caracterizam edifícios e setores da malha urbana” (ADAM, 2008, p. 63-64).

Por outro lado, segundo Arantes (In: KARA-JOSÉ, 2007),

“o emprego do termo “requalificação urbana” no vocabulário de intervenções estratégicas faz parte de uma forma de abordagem da cidade que se afasta cada vez mais da ideia do planejamento urbano centrado na racionalidade e na funcionalidade, rumo a intervenções pontuais em determinados lugares, como forma de se criar novos atributos locais – de novo a ideia de competitividade. Assim, a expressão “requalificar”, dentre outras, passa a representar um conjunto de ações

para se chegar na cidade-empresa e mercadoria, em que a cultura é um instrumento chave, seja na criação de cenários atrativos, projetados como imagens de modernidade, seja na criação de consensos em torno de ações permeadas pela ideia de “melhoria do bem comum” – oferta cultural, espaços renovados – encobrendo um processo que tem como base a gentrificação”.(KARA-JOSÉ, 2007, p. 114)

A experiência de São Paulo com os camelôs, segundo alguns autores, foi muito de coibir o uso das ruas, sobretudo os calçadões da área histórica, e de deslocar tais práticas para áreas que já apresentavam atividade comercial, como a rua 25 de março e o bairro do Brás. Em entrevista realizada por Heitor Frúgoli Jr. com a urbanista Regina Meyer, verifica-se a “guerra” da administração de São Paulo contra os camelôs:

“Eu acho que a racionalização do transporte vai tirar grande parte dessa população que transita pelo Centro, e quando isso acontecer, na minha opinião, vai ser provavelmente o primeiro momento de efetiva reorganização dessa coisa do informal no Centro. Por quê? Porque essa população que estará circulando menos no Centro vai estar fazendo suas compras em outro lugar, e assim como o mercado procura as suas melhores situações, os camelôs também, eles não vão ficar lá sozinhos nas ruas, esperando a população, eles vão para onde essa população está. (2000: 86).” (KARA-JOSÉ, 2007, p. 115)

No caso de Manaus, pode-se inferir que a desocupação dos camelôs de praças e logradouros públicos e realocação desses, agora “empreendedores”, em prédios inclusive de valor histórico no próprio centro, pode representar um diferencial em intervenções de requalificação no Centro Histórico da cidade. Fica a questão, entretanto, de identificar as alterações produzidas pelos camelôs nos novos espaços de comércio, em especial na galeria Espírito Santo, contribuindo assim para mudanças na paisagem urbana deste local. Sem esquecer também de interpretar os consumos culturais característicos deste espaço, que constituem referência para os sujeitos que procuram tal comércio de bens populares. Considerando não somente os bens de consumo postos à venda, mas também o investimento que os próprios empreendedores têm feito promovendo diferentes eventos populares, com vistas a agregar valor as suas atividades, talvez inclusive enquanto “economia criativa”.

Na verdade, trata-se de “pensar a relação entre o sujeito e o meio ambiente como uma relação comunicativa. Significa, por um lado, pensar o processo progressivo de eletrificação e informatização do território, que transformou cada vez mais o habitar em uma prática de interação comunicativa” (DI FELICE, 2009, p. 27). Assim, há que se entender, que as novas experiências vivenciadas pelos frequentadores da galeria implicam em novas formas de reunião e ações comunicativas.

Goffman (2010, p. 28) criou o termo “*ajuntamento* para” se “referir a qualquer conjunto de dois ou mais indivíduos cujos membros incluem todos e apenas aqueles que estão na presença imediata uns dos outros num dado momento”. O autor usa, entretanto, “o termo situação”, para se referir “ao ambiente espacial completo em que ao o adentrar uma pessoa se torna um membro do ajuntamento que está presente, ou que então se constitui. As situações começam quando o monitoramento mútuo ocorre, e prescrevem quando a penúltima pessoa sai”.

O que nos permite entender os eventos, não somente como reunião e ações comunicativas, mas como novas “situações” que dinamizam as vidas dos sujeitos, vendedores e consumidores, mas também frequentadores eventuais, que influenciam na configuração de novos cenários ou paisagem urbana. Como bem lembra Goffman (2010, p. 34) “quando pessoas estão conscientes da presença de outras, elas podem funcionar não meramente como instrumentos físicos, mas também como comunicativos”.

Interessante observar como a paisagem urbana se transforma na galeria e seu entorno, em datas comemorativas, inclusive com o oferecimento de novos produtos aos consumidores. Há uma área interna que tem se consolidado para a realização de eventos que visam chamar a atenção dos passantes para a Galeria Espírito Santo, com o objetivo de atraí-los para consumir os produtos expostos nos vários boxes do espaço.

Do interior da galeria, através das janelas e de um piso interno superior, pode-se tanto contemplar a rua, como também as atividades comerciais, os passantes e os eventos realizados na praça interna, que adquiriu importante centralidade na galeria. É a população que dirige o olhar para a própria cidade em que vive.

Ainda precisamos aprofundar mais as nossas observações de uma pesquisa recém-iniciada. Por ora, o que se pode inferir é que esse conjunto de atividades tem dois aspectos que nos parecem relevantes: a afirmação de uma identidade positiva de “empreendedor”, em detrimento de uma visão pejorativa de “camelô”; e a promoção de eventos que tem contribuído para a configuração de situações e ações comunicativas de significativo conteúdo popular, com influência inclusive na paisagem urbana da galeria e no entorno desta, posto que se trata de uma “galeria popular” no próprio sentido do termo.

De fato, como bem lembra Henry Lefebvre (1991, p. 107), “a vida urbana ainda não começou”, ou melhor, está em permanente construção. O que foi a cidade ontem, o que é hoje e o que será daqui a uma década ou cem anos, são questões completamente divergentes. Para o autor, a sociedade hoje vive um momento de adequação urbana onde

“estamos acabando hoje o inventário dos restos de uma cidade milenar na qual o campo dominou a cidade, cujas ideias e valores, tabus e prescrições eram em grande parte de origem agrária, de predomínio rural e natural”.

## Referências

ADAM, Roberto Sabatella. **Analisando o conceito de Paisagem Urbana de Gordon Cullen**. Editoria Da Vinci (Curitiba. Impresso), v. 05, p. 61-68, 2008.

ANDRADE, A. O. . **Migração para Manaus e seus reflexos socioambientais**. Somanlu (UFAM), v. 12, p. 85-102, 2012.

ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. Uma estratégia fatal. **A cultura das novas gestões urbanas**. São Paulo: Vozes, 2000.

ARAÚJO, Marcio André. **Trabalho Informal e redes sociais: os camelôs da Praça da Matriz em Manaus**. Dissertação de mestrado. Manaus, PPGS: UFAM, 2009.

CABRAL, Astrid, **Geografia Provinciana**. In: OLIVEIRA, J. A. **Manaus 1920 - 1967: cidade doce e dura em excesso**. Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas - EDUA; Editora VALER: Governo do Estado, 2003.

CAPELATO, Rodrigo. **“Se essa rua fosse minha...” A (re)criação do espaço público no centro de Manaus**. Dissertação de Mestrado. Manaus, PPGSCA: UFAM, 2008.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. **O trabalho do antropólogo**. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: UNESP, 2000.

CULLEN, Gordon. **Arquitetura & Urbanismo – Paisagem Urbana**. Lisboa, Portugal. Edições 70. 2004

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 2009.

GOFFMAN, Erving. **Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos**. Ed Vozes: Petrópolis, RJ, 2010.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. Edições Loyola: São Paulo, 2007.

KARA-JOSÉ, Beatriz. **Políticas culturais e negócios urbanos: a instrumentalização da cultura na revalorização do centro de São Paulo (1975-2000)**. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2007.

LEFEBVRE, Henry. **O Direito à cidade**. Editora Moraes Ltda: São Paulo, 1991.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Companhia das Letras: São Paulo, 2009.

OLIVEIRA, J. A. **Manaus 1920 - 1967: cidade doce e dura em excesso**. Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas - EDUA; Editora VALER: Governo do Estado, 2003.

SINGER, Paul. **O trabalho informal e a luta da classe operária**. In: **MAPA DO TRABALHO INFORMAL: perfil socioeconômico dos trabalhadores informais do Estado de São Paulo**. Kjeld Jakobsen, Renato Martins e Osmir Dombrowski (orgs). São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.