

Ana Glória Lopes da Silva

À FINA FORÇA

NARRATIVAS DE TRABALHADORES DE RUA NA BARRA DO CEARÁ.

UFC – FORT.
2003



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRO-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU
MESTRADO
CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO
CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO

Ana Glória Lopes da Silva

À FINA FORÇA

NARRATIVAS DE TRABALHADORES DE RUA NA BARRA DO CEARÁ

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em História Social.

Linha de Pesquisa: Cultura e Poder

Orientador: Prof. Dr. Francisco Régis Lopes Ramos
Universidade Federal do Ceará

Fortaleza

2003

S578a

Silva, Ana Glória Lopes da

À fina força: narrativas de trabalhadores de rua na Barra do Ceará/ Ana Glória Lopes da Silva.—Fortaleza, 2003.

—p.227.

Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Ceará

1. Trabalhadores de rua—Barra do Ceará(Fortaleza) 2. Cotidiano. I, Ramos, Francisco Régis Lopes



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA SOCIAL**

Dissertação intitulada "À fina Força. Narrativas de trabalhadores de rua na Barra do Ceará", de autoria de Ana Glória Lopes da Silva, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Francisco Régis Lopes Ramos
Presidente e Orientador

Prof.ª Dr.ª Martine Kunz
Membro da Banca Examinadora

Prof. Dr. José Olivenor Souza Chaves
Membro da Banca Examinadora

*Àquele para quem não há coisas
demasiadamente difíceis. O "Eu sou", o
Verbo de domínio Sempiterno. À Estrela da
Manhã, Deus de Josué e Kalebe, Davi e
Débora, Salomão, Ruth, Daniel, Éster.
Minha Fortaleza e Cidadela. Minha torre
em tempo de fraqueza, o único digno de
tomar o livro e abrir os selos,
Cristo Jesus.*

*À Francisca e Luiz, meus pais
queridos, com quem aprendo todos os
dias.*

AGRADECIMENTOS

Em torno de uma pesquisa, rumores escutam-se. Falas entrecruzam-se, aglomeram-se pessoas. O fato de alguém se dispor a estudar algo parece suscitar muitas expectativas e curiosidades. Tratando-se de cultura popular os ânimos são frenéticos, festivos, empolgantes, sonoros. Muitos chegam a se envolver de forma eloqüente. O fato de alguém remexer em coisas que muitos não davam atenção, mas de alguma forma eram importantes para alguém, provoca vibrações.

São trabalhadores de ruas que se dispõem a falar, consumidores que de forma festeira me dão licença para entrevistá-los. Proprietários de pequenas embarcações que me transportam sem exigir pagamentos. Crianças que querem tirar fotografias e param de colher lixo para falar comigo; antigos moradores da Barra do Ceará, que choram diante do gravador e presenteiam-me com suas memórias. Meus queridos pais que fazem contatos com pessoas para que eu as entreviste. Amigos que dispõem seus tempos, trabalhos e sensibilidades para ajudar no que acredito ser a construção do conhecimento. Colegas contribuem para o conhecimento de comunidades e espaços desconhecidos. Funcionários de instituições nos ajudam a encontrar o caminho dos documentos.

Lembro os meus colegas de academia, da graduação e da pós-graduação, que de alguma maneira contribuíram com matizes das reflexões contidas neste trabalho; especialmente Hermerson Mendonça, Luiz Moreira, Arley Abrantes—grandes amigos da ABU e Mirtes Freitas, alegria sempre presente.

Nesses dois anos de pesquisa nutri sincera gratidão a todas as pessoas que como eu sentem-se instigadas a conhecer um pouco mais do trabalho de rua na Barra do Ceará. Cito em forma de créditos algumas destas que, além da pesquisa, participaram de maneira direta na feitura desta dissertação. Entretanto, antes, acentuo a orientação de Régis Lopes que, de forma entusiasmada me

apresentou à história oral e instigou-me a uma vigorosa pesquisa sobre o modo de vida dos que trabalham na rua, a fim de sobreviver.

É com grande contentamento que friso a participação de todos os entrevistados. Todos contribuíram para compor essa dissertação. Seus nomes foram mencionados no rol das entrevistas. Seguem os créditos devidos:

Régis Lopes

Orientação historiográfica da pesquisa e dissertação

Ivone Cordeiro

Orientação do projeto de seleção para o mestrado

Lucy Antoneli

correção ortográfica de ensaios textuais.

Alexandre Veras

Mapas e Imagens

Paulo Pacheco

Fotografias

Edson Melo

Informática

Ary Thiers

Movimento ecológico na Barra do Ceará

Alberto Souza

Movimento pela Memória da Barra do Ceará

Maria Luciene

Movimento literário e cultural na Barra do Ceará

CNPQ

Apoio financeiro

RESUMO

Este trabalho dissertativo é resultado da pesquisa sobre o cotidiano dos trabalhadores de rua na Barra do Ceará, na última década do século XX. Nesse período, a comunidade que trabalha na área oeste da cidade de Fortaleza inventa práticas sociais através de múltiplas maneiras de negociar. Dessa forma, os vendedores de rua interferem em uma realidade desfavorável, revertendo-a em seu favor e suscitando vivências imbricadas de valores em uma peleja diária por sobrevivência. *kit-bronzeadores*, *tira-gostos* e *carrinhos de carcaça de geladeira* são alguns dos recursos criados por esses trabalhadores para enfrentar a falta de tudo. Com base teórica no pensamento de Michel de Certeau e trabalhando com fontes orais, a pesquisa problematiza as experiências dos que, cotidianamente, na Barra do Ceará, criam maneiras específicas de viver a partir do comércio de praia.

PALAVRAS-CHAVES: Barra do Ceará, cotidiano, cultura, trabalhadores e trabalho

ABSTRACT

This work is a result of a research on the street workers's life of Barra do Ceará, in the last decade of century XX. In that period, the community of salesmen in the west area of Fortaleza City invents social practices through multiple ways to negotiate. This way, the street salesmen intervene with a unfavorable reality, reverting it in its favor and making appear experiences full of values in a daily fight for survival. Kit-suntan oils, snacks and wheelbarrows made of refrigerator cascass are some of the resources created by these workers to face the lack of everything. With theoretical base in the thought of Michel de Certeau and working with verbal sources, the research deal with the experiences of that, daily, in the Barra do Ceará, create specific ways to live from the beach commerce.

KEY-WORDS: Barra do Ceará, daily, culture, workers and work.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO: APROXIMANDO-SE DOS TRABALHADORES DA PRAIA.....	01
CAPÍTULO I: ESTÉTICA E TÁTICAS DE SOBREVIVÊNCIA.....	21
1.1 “Eu vivo às minhas custas” — constituição do comércio de <i>Kit-bronzeador</i>	23
1.2 O Produto que Clareia e Bronzeia: Malabarismos e Táticas de Lucros	60
CAPÍTULO II: COMO ENGANAR O “MOEDOR MEDONHO”? TRILHAS E ATALHOS DO ALIMENTO.....	94
2.1 “Andar Sentado é Perder de Ganhar”	96
2.2 “O Chio da Negada”: (Inter)Locuções	132
CAPÍTULO III: ESPAÇO E TRANSPORTE.....	158
3.1 Espaços deslocados. Marcando Territórios nos Movimentos dos Carrinhos	160
3.2 Carrinhos de Carcaça de Geladeira	201
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	219
ROL DAS FONTES	
ENTREVISTAS	
BIBLIOGRAFIA	

Como vê, é-me impossível aprofundar e apossar-me da vida, ela é aérea, é o meu leve hálito. Mas bem sei o que quero aqui: quero o inconcluso. Quero a profunda desordem orgânica que no entanto dá a pressentir uma ordem subjacente. A grande potência da potencialidade. Estas minhas frases balbuciadas são feitas na hora mesma em que estão sendo escritas e crepitam de tão novas e ainda verdes. Elas são o já. Quero a experiência de uma falta de construção. Embora este meu texto seja todo atravessado de ponta a ponta por um frágil fio condutor - qual? o do mergulho na matéria da palavra? o da paixão? Fio luxurioso, sopra que aquece o decorrer das sílabas. A vida mal e mal me escapa embora me venha a certeza de que a vida é outra e tem um estilo oculto.

Água Viva

ou

Atrás do Pensamento: Monólogo com a Vida

ou

Objeto Gritante.

Clarice Lispector

APRESENTAÇÃO

Aproximando-se dos trabalhadores na praia.

*Só uma distorção permite a introdução da "experiência" numa outra prática, igualmente social, mas simbólica, escriturária, que substitui a autoridade de um saber pelo trabalho de uma pesquisa. O que é que o historiador **fabrica** quando se torna escritor? Seu próprio discurso deve revelá-lo.*

Michel de Certeau¹

Em março de 2001, comecei a realizar pesquisas de campo na praia da Barra do Ceará. Pensando em problemáticas, recortes temporais e objetos de pesquisa, cheguei à praia muito cedo, em um sábado, procurando um possível entrevistado.

Essas idas à praia tornaram-se, desde então, uma constante, assim como o procedimento de observar o movimento daquela área da cidade Fortaleza. À medida que as entrevistas avançavam, minha proximidade com a comunidade se elaborava, as conversas tornavam-se interessantes, o viver e o cotidiano dos que circulavam na "Barra" tornavam-se mais visíveis.

¹ CERTEAU, Michel de. *A Escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982, p. 96.

Quando do início das entrevistas, enfrentei a dificuldade de trazer ao trabalhador uma pauta definida por mim. À medida que as entrevistas avançaram, entendi que precisava ouvir um discurso pautado, em certa medida, na vontade do entrevistado. No *feeling* da forma como a entrevista se desenvolvia, é que a pauta das problemáticas poderia ser desenvolvida. Inspirada por Alessandro Portelli², permiti a fluidez da fala do entrevistado sem perder as oportunidades de questionar, buscar esclarecimentos, colocar questões, surpreender-me e perceber que o trabalho se imbrica a momentos diversos da vida do trabalhador, tanto quanto a dimensões para além do procedimento “mecânico” de perguntar e ouvir respostas.

Nesse movimento, trabalhar com a História Oral no âmbito da História Social da Cultura significou construir, no curso da pesquisa, uma sensibilidade às relações entre o trabalho de rua, na Barra do Ceará, e a oralidade. Gestos, palavras e sonoridades vão bordando as narrativas do viver desses trabalhadores e tomando sentido, à medida que traduzem um modo de estar no mundo. As memórias são adornadas por gesticulações diversas, múltiplas exclamações sonoras, timbres os mais variados.

Das rodas de conversa, dos boatos, das tensões com fregueses, das contendas com os poderes normativos, das mercadorias gritadas; das vendas de bronzeadores, sacos d’água, picolés; quentinhas, os vendedores de rua trazem, para as narrativas, uma animação que colore o texto dissertativo de expressões “entre aspas”. Aqui, no meu entender, emergem formas particulares de constituir vivências. Pequenas e invisíveis interferências no real. O viver de pessoas pobres na periferia de Fortaleza.

² PORTELLI, Alessandro. *Forma e significado na História oral. A pesquisa como um experimento em igualdade. Projeto História*, São Paulo: Educ, Nº14, 1997a, p. 7-24. O que faz a História oral diferente. *Projeto História*, São Paulo: EDUC, Nº14, 1997b, p. 25-41 e *História oral como Gênero. Projeto História*, São Paulo: EDUC, Nº22, 2001, p. 9-36.

Insisti com os entrevistados em discutir sobre a grande problemática do trabalho de rua, mas eles também insistiram em contar as histórias de suas vidas, trabalhos, famílias, andanças, conquistas de casas de mutirão e quando eu lhes perguntava “por quê?”, querendo buscar uma explicação para a forma como as coisas funcionavam, ou riam da minha insistência ou respondiam como Chicó: “*não sei, só sei que foi assim*”. Ou “*lá vem você com sua mania de pergunta*”.³

Contar é o queriam⁴. E nesse contar traduziam toda uma cultura popular forjada nas ruas, na praias, nos bares, nas portas dos clubes⁵. Foi em parceria com esses trabalhadores, suas memórias, que, paulatinamente, percebi como o trabalho de rua era lembrado: o lixo, o *kit*, as quentinhas, os carrinhos de geladeira, as pescarias, a luta pelo espaço, o clube de Regatas, o ir-e-vir pelo rio Ceará. Joguei com as cartas que os próprios narradores me forneciam. Aprendi com eles as artimanhas

³ SUASSUNA, Ariano. **O Auto da compadecida**. 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997, p.28-29.

⁴ Em seu trabalho sobre narrativas da seca, Kênia Rios infere que “... a seca não era um tema bom para ser explicado, porém excelente para ser contado. A diferença é significativa. Entre os entrevistados não havia o costume de explicar muito as coisas, principalmente a desgraça. Por outro lado, o sofrimento é bom para virar história, e nem sempre triste.” RIOS, Kênia S. **Engenhos da Memória: narrativas da seca no Ceará**. Tese de doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Departamento de História, 2003, p.8.

⁵ Sobre as artimanhas das narrativas populares Michel de Certeau considerando a obra Marcel Detienne Observa “ *Historiador e também antropólogo, Marcel Detienne escolheu deliberadamente a narração. Ele não instala as histórias gregas diante de si para tratá-las em nome de outra coisa que não elas mesmas. Recusa o corte que delas faria objetos de saber, mas também objetos a saber, cavernas onde “mistérios” postos em reserva aguardariam da pesquisa científica o seu significado. Ele não supõe, por trás de todas essas histórias, segredos cujo progressivo desvelamento lhe daria, em contrapartida, o seu próprio lugar, o da interpretação. Esses contos, poemas e tratados para ele já são práticas. Dizem exatamente o que fazem. São o gesto que significam. Não há necessidade alguma de lhes acrescentar alguma glosa que saiba o que exprimem sem saber, nem perguntar de que são a metáfora. Formam uma rede de operações da qual mil personagens esboçam as formalidade e os bons lances. Neste espaço de práticas textuais, como num jogo de xadrez cujas figuras, regras e partidas teriam sido multiplicadas na escala de uma literatura, Detienne conhece como artista mil lances já executados (a memória dos lances antigos é essencial a toda partida de xadrez), mas ele joga com esses lances; deles faz outros com esse repertório: conta histórias por sua vez. Re-cita esses gestos táticos. Para dizer o que dizem, não há outro discurso senão eles. Alguém pergunta: mas o que “querem” dizer? Então se responde: vou contá-los de novo. Se alguém lhes perguntasse qual era o sentido de uma sonata, Beethoven, segundo se conta, a tocava de novo. O mesmo acontece com a recitação da tradição oral, assim como a analisa J. Goody: uma maneira de repetir séries e combinações de operações formais, com uma arte de “fazê-las concordar” com a circunstâncias e com o público*”. CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p.155.

populares da fala, das palavras e da voz para, só assim, enfrentar as artes desses vendedores.

Sem considerá-los heróis, também não pude vitimá-los diante das trepidantes reações a questões. Diante das “caçoagens” com as quais tratavam certas colocações. Do encontro de mundos tão próximos quanto distantes fluía, então, um animado jogo. Foi com esse mundo distante, mundo das periferias das cidades brasileiras, constituído pelo anonimato de trabalhadores, que eu quis trabalhar. Não para tê-lo com um espetáculo a ser assistido, mas para exercitar um antigo desejo de historiadora: o de concretizar, através do meu trabalho, a responsabilidade de viver a diversidade⁶. Aqui, no meu lugar, na minha cidade, no bairro em que moro. De onde eu pensei saber muito, agora, diante desses narradores, descubro culturas dentro de culturas, multiplicidade e diferença.

Trabalhando com a cultura desses trabalhadores de rua, a história oral se mostrou válida, à medida que com ela a subjetividade tomou um acento significativo. A riqueza de possibilidades chegou a mim à proporção que me encontrei no centro do mundo periférico, para ouvir as narrativas de um peixeiro, de uma lavadeira, de um vendedor de maçã, de uma vendedora de quentinha ou de uma comerciante de *kit-bronzeador*. Dezenas de experiências me chegavam para assinalar, no dizer de Alessandro Portelli que:

A sociedade não é uma rede geometricamente uniforme como nos é representada nas necessárias abstrações das ciências sociais, parecendo-se mais com um mosaico, um patchwork, em que cada fragmento(cada

⁶ Sobre pesquisas pautadas na diversidade Denise Bernuzzi Analisando o livro de Charles Sant'Ana afirma: “... por isso, a complexidade das recordações é bem vinda. Os esforços da vida na roça são detectados tanto quanto são captados os momentos de ludicidade e de lazer. O autor logo percebeu que “as memórias dos agricultores não autorizam a caracterização da cultura popular como algo unitário, monolítico.” SANT'ANNA, Denise B. de. “Sem Teseu, sem Minotauro”: aventuras da memória. *Projeto História*. São Paulo: EDUC, Nº17, 1998, p.475-478.

peessoa) é diferente dos outros, mesmo tendo muitas coisas em comum com eles, buscando tanto a própria semelhança como a própria diferença.⁷

De conversa em conversa, entrevista em entrevista, tramas foram se tornando visíveis. Observações de lugares e recantos; trocas de informações com comerciantes, garçons, banhistas, vigias de carros, vendedores ambulantes, aos poucos, permitiram-me engendrar-me no lugar e fazer parte da urdidura dos que constituem o lugar praia da Barra do Ceará. A minha relação com trabalhadores formulou-se de tal forma que passei, em certo sentido, a ser vista como mais uma trabalhadora na praia⁸.

Nesse ritmo, comecei a ensaiar as composições textuais a fim de captar e interpretar o movimento dos observados e entrevistados. A partir das conversas e de minha experiência na comunidade, paulatinamente comecei a entender que um roteiro para a pesquisa seria aquele que tratasse da forma como essas pessoas, na praia, se articulam para trabalhar, negociar e, dessa maneira, construir meios de vida, formas de garantir o dia-a-dia, recursos para suportar o peso do cotidiano.

⁷ PORTELLI, Alessandro. "A filosofia e os fatos. Narração, interpretação e significado nas memórias e nas fontes orais". **2 Tempo**. Revista do Departamento de História da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, VI, Nº2, 1996, p. 72.

⁸ Refletindo sobre a Igualdade e a diferença nas pesquisas com História Oral Portelli problematiza: "*Isso Leva-nos ao problema original: o papel da igualdade e da diferença no campo da pesquisa. Os dois conceitos se relacionam. Somente a igualdade nos prepara para aceitar a diferença em outros termos que hierarquia e subordinação; de outro lado, sem diferença não há igualdade—apenas semelhança, que é um ideal menos proveitoso. Somente a igualdade faz a entrevista aceitável, mas somente a diferença a faz relevante. O campo de trabalho é significativo como o encontro de dois sujeitos que se reconhecem entre si como sujeitos, e conseqüentemente isolados, e tentam construir sua igualdade sobre suas diferenças de maneira a trabalharem juntos.*

Nestes termos, a pesquisa pode ajudar-nos a fazer a algumas de nossas necessidades contemporâneas mais exigidas: a redefinição do self e a crise da nação política. O reconhecimento do outro, que é a base da antropologia, é quando muito, limitado, a menos que implique também questionamento e redefinição da própria identidade do antropólogo(ou do Historiador). Num tempo como o de nossa história comum, quando a crise dos movimentos radicais deixou a maioria de nós sozinhos para encarar nossos problemas comuns e individuais, a luta pela autodefinição sempre toma a forma de narcisismo, cinismo, egoísmo categórico e desprezo para discussões gerais. Creio que uma função de pesquisa hoje é, uma vez mais, colocar a questão da identidade num plano social e interpessoal, e ajudar-nos a reconhecer a nós próprios no que nos faz semelhantes embora diferentes dos outros". PORTELLI, Alessandro. "Forma e significado na História Oral. A pesquisa como um experimento em igualdade". **Projeto História**, São Paulo: EDUC., nº14, 1997, p. 23.

Passando a freqüentar a praia na semana e no final de semana bem como nas festividades, uma relação entre mim e os que moram e trabalham ali foi se insinuando, de forma desconfiada ou de maneira tácita, e em outros momentos de um jeito muito despojado.

Momentos de encontro com a comunidade foram muito interessantes à medida que revelaram a forma como as pessoas percebiam a prática da "entrevista" e a própria "entrevistadora". Nas festividades do aniversário da Barra do Ceará, em 2002, circulando entre o público que assistia a *shows*, fui confundida com uma vereadora. O traje "esporte fino", digamos assim, em contraste com a forma de se vestir dos que me observavam e o fato de estar no bar do Alberto, onde pessoas da Prefeitura Municipal de Fortaleza se concentravam, levaram muitos a achar que eu trabalhava para a Câmara de Vereadores do Município. Mulheres vestidas com *shorts* de *lycra*, de pés descalços e de cabelos pouco cuidados, olhavam para a brancura de minha camisa de viscose e através das minhas vestimentas contemplavam um mundo diferente. Homens magros e de tez enegrecida, vestidos apenas de bermudas, circulando no calçadão pareciam ver na liberdade que eu tinha de estar no restaurante Albertu's um sinal da detenção de algum tipo de poder.

Essa imagem de profissional revestida de algum poder ficou particularmente visível quando um rapaz, que trabalha vigiando as barracas da praia das Goiabeiras, articulou com um o garçom da barraca do Batoque uma oportunidade para falar comigo. Depois que finalizei algumas entrevistas naquele dia, o garçom apresentou-me ao vigia, que passou a relatar um episódio de invasão de uma barraca na noite anterior. Na noite em que ele estava fazendo a vigia, um certo "Capitão", proprietário de barracas, havia invadido outras barracas atrás de bebidas. Achando que eu era jornalista por causa do gravador e da máquina fotográfica, o vigia queria fazer uma denúncia. Informei-o de que não era jornalista, o que, de maneira nenhuma, o impediu de

repetir diversas vezes a história do “Capitão” que invadira barracas, na noite anterior.

Alguns vendedores começaram a perceber a iniciativa de pesquisar o comércio ambulante na Barra do Ceará como uma ação da Igreja Católica. Em certo domingo, fui abordada pelo garçom da Batoque que perguntava se eu era freira. A autonomia de um trabalho que não se desenvolve no campo imediato do utilitarismo provocou associações da presença da pesquisadora com o campo das generosidades religiosas.

Grande parte das entrevistas se realizou com auditório. Sempre que o gravador permanecia ligado por mais de uma hora e de forma visível, curiosos aglomeravam-se em redor. Alguns espectadores reclamavam do enorme tempo despendido nessas entrevistas que incomodava os que de pé permaneciam no sol, ouvindo com particular interesse e intrigante participação na entrevista.

Outros aproximavam-se, metiam-se na conversa e, quando o gravador era desligado, cochichavam baixinho no meu ouvido dando-me indicações sobre quem eu deveria entrevistar, perguntas que eu deveria fazer ao entrevistado. Em certa ocasião, quando, fazendo entrevistas debaixo da ponte do rio Ceará, do lado de Fortaleza, um senhor de estatura pequena, de chapéu preto de feltro, tez escura e bigodes grisalhos, aproximou-se e logo deu contribuição, falando da forma como se produz a farinha de mandioca. Desligado o gravador e já distante dos vendedores ambulantes que ali se localizam, ele acenou para mim e, quase sussurrando, falou-me que eu deveria entrevistar o vigia do estacionamento de carros debaixo da Ponte sobre o rio Ceará, e lhe perguntar por que ele, sendo vigia, trabalha bêbado. Também me aconselhou a entrevistar uma senhora que sabia muito da Barra do Ceará e que era muito sua amiga.

Diante dessa dinâmica das entrevistas e das vivências na praia da Barra do Ceará, aos poucos fui rompendo com preconceitos e estigmas que, de certa forma, entravaram a fluidez

da pesquisa com os que se movimentam pelas calçadas, areias, bares da Barra do Ceará. Na prática de estar quase diariamente entre vendedores, comerciantes e moradores da praia, entrevistas foram se multiplicando e a multiplicidade de questões pertinentes ao viver da comunidade foram aparecendo⁹. Assim, o comércio da praia mostrou-se como uma problemática na qual a pesquisa deveria se deter.

Meus olhos encherem-se com figuras de personagens que vão e vêm com seus “isopores”, cestas, caixas e marmitas. Os meus ouvidos impacientarem-se com o cadenciamento repetitivo da chamadas de vendas de produtos. O olfato se incomodou com a fumaça dos fogareiros de lata enegrecida a carvão. Os meus pressupostos se intrigaram com a venda de almoço servido em marmitas na praia. O meu tato não consegui andar nas areias enegrecidas de carvão. A minha maneira “um tanto moderna” não entendeu a negociação e o uso de kits-bronzeadore (L’Oréal). O meu pensamento se intrigou com a maneira através da qual se vive com uma quantidade parca de moedas e em barracões de madeira reaproveitada, nos morros de areia quente. Toda uma trama ia se tornando visível a partir de algo em que a vida dessas pessoas estava em evidência. A trama era, em suas articulações, reforçada pela dimensão do trabalho, pelo comércio como um caminho para concretizar a vida.

Assim, a observação seguiu e os estudos suscitados desta levaram-me a interpretar historicamente uma das faces do crescente comércio ambulante, em Fortaleza. Trabalhei com uma categoria diferenciada dos trabalhadores do centro da Cidade. Meu

⁹ Olivenor Souza considerando as memórias de camponeses do sertão do Ceará infere “ Por isso, iniciei a travessia do tempo sabendo que não poderia fazer de cada história narrada apenas uma estação de ociosa paragem. Ao menos, seria oportuno, antes de prosseguir na travessia, procurar em cada uma delas identificar os cenários, as personagens, as situações dramáticas ou divertidas, enfim, o que foi vivido e hoje é lembrado, ou, o que foi vivido e hoje encontra-se perdido nas zonas do esquecimento. Portanto, era preciso estar sempre em movimento cruzando tempos, espaços e memórias. Pois, na arte de lembrar e narrar, uma história sempre puxa outras histórias, com novas paradas, novos cenários e novas personagens”. CHAVES, Olivenor S. **Atravessando Sertões. Memórias de Velhas e Velhos Camponeses** Camponeses do Baixo-Jaguaribe-Ce. Tese de Doutorado—Universidade Federal de Pernambuco—Programa de Pós-Graduação em História, 2002.

olhar está particularmente voltado para os trabalhadores da Praia da Barra do Ceará, na periferia. Nessa área da Cidade, localizada no litoral oeste, embora a presença de pessoas vendendo os mais variados tipos de mercadorias seja constante, pouco sabemos desse núcleo social. Na melhor das hipóteses, a imagem projetada dessas pessoas é a veiculada pelos jornais e pela televisão. Todavia, a composição destas imagens está profundamente marcada por pressupostos absolutos, verdades cristalizadas, estereótipos, desclassificações: pobreza, ignorância, marginalidade, violência, pirataria, marretagem.

Longe do centro da Cidade, relativamente distante dos poderes administrativos e da fiscalização, a Barra do Ceará é territorialidade de movimentos sinuosos de uma comunidade que se ressentida da falta de políticas governamentais que atendam as reivindicações de moradia, escola, segurança, saúde, saneamento. Ao mesmo tempo, a população pobre inventa formas de ganha-pão, de lidar com as tensões do dia-a-dia. Tais formas nem sempre estão consoantes à racionalidade de poderes instituídos, mas de acordo com as necessidades imediatas do cotidiano, como um recurso de manutenção da batalha pela vida.

Nessa dinâmica, a Barra do Ceará, na década de 1950, aparecia como o local de contrabando, onde se descarregavam mercadorias vindas do Exterior que escapavam das tributações portuárias. Segundo Gisafran Jucá¹⁰, em 1959 o *Jornal O Povo e O Unitário* publicavam matérias denunciando a circulação de automóveis sem placa, no centro da Cidade, provenientes da zona da praia da Barra do Ceará.

Contudo, antes de ser associada ao local de contrabando, a Barra do Ceará está vinculada à expansão colonizadora portuguesa através da expedição de Pero Coelho de Souza. Em 1603, ele instala o forte de São Tiago, que até hoje inspira

¹⁰ JUCÁ, Gisafran. *Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza(1945-1960)*. São Paulo: Annablume; Fortaleza: SECULT, 2000, p.55.

comemorações no local. Já no século XIX, Freire Alemão¹¹ visita o local e registra a existência do maior engenho do Ceará de propriedade do Senhor Gouveia, além de rica e rara vegetação de mangue. O Chefe da Comissão ainda notificou ruínas que, segundo ele, poderiam ser do forte de São Sebastião, o mesmo pintado por Frans Post em 1645 e erguido por Martins Soares Moreno em 1612¹².

Na década de 30 do século XX, para ali convergia a elite de Fortaleza em função do hidroporto, constituído por hangares da Pan-Air e da Condor. Espaço de lazer da elite, as margens do rio Ceará enchiam-se de automóveis, quando da descida de aviões. As possibilidades de exploração fluviomarinha atrairiam, na década de cinquenta, a indústria de sal para a região de mangue e com ela um grupo de migrantes e trabalhadores que se estabeleceram no que ainda era mata. Mas, somente com a implantação dos conjuntos habitacionais, como parte da política de periferação e industrialização encampada pela SUDENE, BNH e pela Secretaria de Planejamento Urbano do Município de Fortaleza que implementou, em 1967, a definição das regiões metropolitanas, uma população numerosa e mais permanente se fixa no local. A margem do rio foi ocupada por migrantes que vinham em busca de emprego nas grandes indústrias que se instalaram no eixo da avenida Francisco Sá, mas também por equipamentos de lazer de camadas sociais mais abastardas. O Clube de Regatas, inaugurado em 1960¹³, e as mansões de grupos influentes são indícios da atração que Barra do Ceará provoca numa elite ansiosa pelo litoral. A partir da década de 1980 do século XX zonas especiais são definidas pelo Plano de Metas Governamentais para

¹¹ *Os Manuscritos do botânico Freire Alemão, 1964, Catálogo e transcrição por Darcy Damaceno e Waldir da Cunha. Rio de Janeiro: Divisão de Publicações e Divulgação da Biblioteca Nacional, p. 249-252.*

¹² *Imagens publicadas por Nestor Goulart. Ver REIS FILHO, Nestor G **Imagens de vilas e cidades do Brasil colonial**. Coleção Uspiana- Brasil 500 anos. São Paulo: EDUSP/ Imprensa Oficial, 2000.*

¹³ *Clube de Regatas inaugurado em 21/04/1960 por Oswaldo Rizzato. Jornal Diário do Nordeste- 10/05/1999. Jornal O Povo-26/01/1996.*

Fortaleza¹⁴. Nesse Plano a Barra do Ceará está incluída nas áreas de lazer. Com a criação do pólo de lazer e a Abertura da Av. Radialista José Lima Verde, o acesso à praia das Goiabeira torna-se mais fácil, bem como a paisagem da foz do rio Ceará projeta-se para a Cidade.

Recentemente, uma movimentação infra-estrutural, puxada pela instalação do Porto do Pecém e abertura da via litorânea, no litoral oeste do Estado, tem provocado alterações socioespaciais no litoral Oeste da Cidade, de maneira que moradores e trabalhadores da Barra do Ceará têm sido atingidos. Desde 1993, a construção da ponte sobre o Rio Ceará deu partida a uma polêmica discussão quanto aos seus benefícios. Enquanto a Associação Ambiental Beira Rio defendia o estabelecimento da ponte, barqueiros queixavam-se da diminuição do movimento da clientela para atravessar o rio a barco. A construção da Costa Oeste, via que acompanhará a orla, desde o Kartódromo até a ponte sobre o rio Ceará, também tem provocado desapropriações e deslocamentos de grupos de pessoas para áreas de mutirões, bem como preocupado barraqueiros da Praia das Goiabeiras quanto à situação do comércio de praia, naquela localidade.

Ao mesmo tempo, os recursos naturais da planície fluviomarinha do rio Ceará vem sendo alvo de constantes agressões. Esgotos domésticos ou industriais, mutirões em áreas de mangue e falta de investimentos comprometem o ecossistema. O desmonte de formas de vida articuladas ao rio e o ao mar é visível e muitas vezes provoca migrações de trabalhadores do setor pesqueiro da economia para o setor do comércio informal.

Compondo essa trama, são muitos os ambulantes que constantemente estão presentes nas ruas da Barra do Ceará, vindos de outros bairros da Cidade, até de outros estados ou

¹⁴Plano de Metas Governamentais para Fortaleza (PLAMEG Fortaleza) 1979/1983. Diretrizes básicas para o desenvolvimento de atividades de recreação e lazer pela população através da implantação de um sistema de parques urbanos e de uma rede de equipamentos comunitários, p 114.

Fortaleza¹⁴. Nesse Plano a Barra do Ceará está incluída nas áreas de lazer. Com a criação do pólo de lazer e a Abertura da Av. Radialista José Lima Verde, o acesso à praia das Goiabeira torna-se mais fácil, bem como a paisagem da foz do rio Ceará projeta-se para a Cidade.

Recentemente, uma movimentação infra-estrutural, puxada pela instalação do Porto do Pecém e abertura da via litorânea, no litoral oeste do Estado, tem provocado alterações socioespaciais no litoral Oeste da Cidade, de maneira que moradores e trabalhadores da Barra do Ceará têm sido atingidos. Desde 1993, a construção da ponte sobre o Rio Ceará deu partida a uma polêmica discussão quanto aos seus benefícios. Enquanto a Associação Ambiental Beira Rio defendia o estabelecimento da ponte, barqueiros queixavam-se da diminuição do movimento da clientela para atravessar o rio a barco. A construção da Costa Oeste, via que acompanhará a orla, desde o Kartódromo até a ponte sobre o rio Ceará, também tem provocado desapropriações e deslocamentos de grupos de pessoas para áreas de mutirões, bem como preocupado barraqueiros da Praia das Goiabeiras quanto à situação do comércio de praia, naquela localidade.

Ao mesmo tempo, os recursos naturais da planície fluviomarinha do rio Ceará vem sendo alvo de constantes agressões. Esgotos domésticos ou industriais, mutirões em áreas de mangue e falta de investimentos comprometem o ecossistema. O desmonte de formas de vida articuladas ao rio e o ao mar é visível e muitas vezes provoca migrações de trabalhadores do setor pesqueiro da economia para o setor do comércio informal.

Compondo essa trama, são muitos os ambulantes que constantemente estão presentes nas ruas da Barra do Ceará, vindos de outros bairros da Cidade, até de outros estados ou

¹⁴Plano de Metas Governamentais para Fortaleza (PLAMEG Fortaleza) 1979/1983. Diretrizes básicas para o desenvolvimento de atividades de recreação e lazer pela população através da implantação de um sistema de parques urbanos e de uma rede de equipamentos comunitários, p 114.

morando por ali mesmo; vendedores de vassouras, que vêm do Álvaro Weyne ou de Messejana a pé para vender no Polar e no Nova Assunção, bem como os vendedores de redes, que chegam da Paraíba com suas tendas montadas em suas "pic ups" para vender redes a partir de dez reais ou a dúzia de pano de prato por seis reais. A "Estrela do Norte" passa de mês em mês no Nova Assunção com seu carro e alto-falantes anunciando suas mercadorias. Vai passando pelas avenidas principais e ruas mais largas do Polar, pois, pelas estreitas do Nova Assunção só dá para passar um carro ou as bicicletas dos verdureiros, vendedores de mel, vendedores de plantas, os cavalos dos vendedores de panelada e mocotó, os carrinhos de metalonas empilhados de cabides de metal, espelhos e toalhas de mesa, ou ainda os vendedores a pé, oferecendo bichos de pelúcia e espelho, e os carrinhos de geladeira dos catadores de lixo.

Os catadores de lixo vêm e voltam à procura de caixas de papelão, garrafas secas de refrigerantes, latas de leite, restos de móveis. Os comerciantes de *kit-bronzeador* nos pontos de ônibus oferecem produtos a quem desce. Os homens das piabas e dos ovos de codorna passam a todo instante nas manhãs de domingo na Praia das Goiabeiras. As banquinhas de bombons, os vendedores de milho, "dim-dim" e água, enfim, um número incontável de comerciantes informais que ocupam de forma efêmera lugares onde podem vender o mais possível, da forma mais pertinente aos seus modos de vida.

Um caminho para reconhecer esses homens e essas mulheres como socialmente constituídos (desviando-se dos esterótipos) é buscar identificá-los, prezando pelo desvendar das diferenças e pluralidades, como a historiadora Maria Odila Leite procede nos estudos urbanos. Interpretando indícios de manifestações sociais de temporalidades múltiplas, a historiadora os percebe coexistindo no espectro dos fenômenos urbanos. Nesse sentido, é necessário fugir da massificação contemporânea que

oculta especificidades, os regionalismos culturais com nuances de grandes fluxos migratórios.¹⁵

Com efeito, importa à autora de *Cotidiano e Poder* a politização do Cotidiano, isto é, o exame de conflitos e tensões no interior das dinâmicas sociais. Partindo da idéia de embates na dinâmica do dia-a-dia, a historiadora reconhece a pluralidade de práticas na constituição do social¹⁶. Centra esforço na percepção das múltiplas ações e enfatiza a diferença, estabelece crítica que possibilita a visibilidade de vários modos de ser, atuando e constituindo-se na historicidade do real. Para um trabalho de tal monta, a composição das tramas historiográficas se expressa através da ênfase em rupturas, vestígios, indícios que reforcem a concentração em manifestações de vidas, de seres, de subjetividades. A inclusão, na produção historiográfica, do dia-a-dia dos que trabalham nas ruas das metrópoles brasileiras, em especial, na periferia de Fortaleza, pode significar, antes, um estudo de aspectos provisórios, individuais e formas intermediárias, do que uma análise das conexões do trabalho cotidiano com as macro estruturas econômicas. No momento em que nossa sociedade vive os dilemas e as angústias da globalização e da ocidentalização, qual seria a relevância de um estudo pautado na diferença e nas particularidades de grupos minoritários? Tão relevantes quanto os impactos do modelo globalizador no social são as reivindicações de grupos variados circunscritos ao espaço da cidade.

Uma multiplicidade de grupos na década de 90 do século XX busca afirmar-se mediante uma pauta de exigências que diz

¹⁵“Os historiadores do nosso cotidiano trabalham, necessariamente, com uma multiplicidade de tempos coexistentes na mesma conjuntura histórica, na qual discernem durações simultâneas e reconstituem a imbricação de temporalidades plurais. É essa uma abordagem promissora para a crítica do que se convencionou chamar de Globalização no mundo atual e também muito instigante no contexto do conhecimento de especificidades do nosso país, onde se sucedem regionalismos econômicos e culturais em descompassos de múltiplas temporalizações”. DIAS, Maria O da S. “Hermenêutica do cotidiano na Historiografia Contemporânea”. *Projeto História*. São Paulo, Educ., Nº17, 1998, p. 227.

¹⁶ DIAS, Maria O. S. *Quotidiano e Poder em São Paulo no Século XIX*, 2ª edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995, p 19-21.

respeito a questões territoriais, sexuais, de gênero, religiosas, de trabalho, de moradia, de meio ambiente, etnia e lazer. A projeção desses núcleos socialmente diferenciados, na coletividade, tem apontado para uma multiplicidade de questões a serem problematizadas. O modo de vida de vendedores da Praia da Barra do Ceará, nesses termos, emerge a partir de evocações que me instigam a reflexões sobre a construção da historicidade de suas vivências. É dialogando com a pauta de exigências desses trabalhadores que a prática de interpretar a maneira como vivem se reveste de significado historiográfico e social. É reconhecendo o direito de indivíduos socialmente ativos de se afirmarem no campo de investigação historiográfica que invisto na atenção a grupos específicos e particularmente constituídos.

Nessa direção, é relevante acentuar que, na Fortaleza das cinco últimas décadas do século XX, a urbanização acentuada é marcada por uma expressiva concentração de renda nas mãos de uma minoria e fluxos migratórios de todas as partes do Ceará numa convergência para a Capital. No desdobramento desses dois fenômenos é que ocorre, na Cidade, a concentração de uma população significativa vivendo abaixo da linha da pobreza.

Com o decorrer do século XX, a evolução urbana de Fortaleza foi contundentemente marcada pela configuração de áreas cada vez mais identificadas com a pobreza e marginalidade. Nesse período, os maiores adensamentos expandiram-se no sentido oeste, na área de influência do grande corredor industrial que denotou ser a avenida Francisco Sá, para os setores industriais do Ceará.¹⁷

¹⁷ A década de 1930 parece ter inaugurado a dinâmica de favelização em Fortaleza. O Pirambu, considerado um prolongamento do Arraial Moura Brasil, se expandiu pelo litoral oeste até a Praia das Goiabeiras. As margens das estradas de ferro, também constituíam pontos de atração de migrantes que ali formavam núcleos. Entre o cemitério São João Batista e a Estação Ferroviária localizava-se um núcleo vivendo de forma precária, identificado como o Morro do Moinho. Até 1950 vão tornando-se visíveis várias áreas, concentrando população vivendo em péssimas condições sociais e infra-estruturais: Meireles (1950), Papoquinho (1950), Lagamar (1933), Morro do Ouro (1940), Bairro de São João do Tauape, Varjota (1945), Zé Padre (1930), Mucuripe (1933), Alto da Balança. Ver SILVA, José B. **Quando os Incomodados não se retiram: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza**. Fortaleza: Multigraf Editora, 1992. p.40-70.

Migrações motivadas por estrutura agrária perversa e industrialização constituem vetores que contribuem para a demarcação da periferia de Fortaleza, configurando, no final do século XX, "áreas de risco" onde se localizam mutirões e zonas de degradação ambiental, de onde populações pobres produzem meios para sua sobrevivência, pois, onde o Estado falta, a natureza desponta como um dos últimos recursos.

Espaço do descaso das políticas estaduais e municipais, bem como do conflito pela posse do solo entre populações pobres e grupos de elites sedentos pelo litoral, a Barra do Ceará constrói-se formulando estratificações marcadas por uma rede de conflitos presente no curso dos dias¹⁸. Nessa trama, o trabalho de rua é uma das expressões quotidianas dessa luta dos mais fracos contra os mais fortes.

Portanto, a organização de um estudo cuja centralidade está no cotidiano de trabalhadores pobres nas ruas tange um campo de táticas de atuação das massas urbanas. Significa trabalhar tensões numa hermenêutica radical de conflitos¹⁹, orienta para o respeito às vitórias do mais fraco sobre o mais forte, mediada por uma engenhosidade, operando dentro de um enquadramento referencial normativo em que usos e práticas tiram partido desse grande enquadramento, sem, contudo, reduzir-se a ele.²⁰

Todavia, na profusão de culturas localizadas no demograficamente concentrado espaço urbano, manter a sensibilidade às diferenças residuais, sem naturalizá-las, requer um esforço reflexivo através do qual se possa elaborar uma crítica à cultura de massas. Um desmonte de coisas que, aparentemente,

¹⁸ *A luta pela posse da terra, a implantação de mutirões, as reivindicações por escolas, creches e hospitais, a estruturação dos sistemas de esgoto e abastecimento d'água, a pavimentação de rua e urbanização de favela, as reclamações por linhas de ônibus; exigências em épocas de enchentes e deslizamentos de barracos nas margens de rios, o desejo pela demarcação de APA's (Área de Preservação Ambiental), configuram um conjunto de solicitações de noventa associações concentradas na área litorânea entre o centro e a ponta oeste da cidade, da faixa litorânea até a Bezerra de Menezes, desde a década de 1970. Relatório de Associações da Federação de Bairros e favelas de Fortaleza, 2001.*

¹⁹ DIAS, Maria O. da S. *Hermenêutica do cotidiano na Historiografia Contemporânea. Projeto História*. São Paulo (17). Educ., 1998, p. 231.

²⁰ CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p.60.

já possui o seu lugar préestabelecido; é pensar o que já teria uma rigorosa localização no social; o que não prescindiria de reflexão para funcionar. É nesse movimento que o meu trabalho com vendedores de rua se faz, na percepção de que a banalidade cotidiana guarda nuances e engrenagens que podem ser objeto de estudos históricos.²¹

Uma questão persistente no decorrer da pesquisa diz respeito ao conceito de cultura popular. Creio que Roger Chartier²², Michael de Certeau²³, Ginzburg²⁴, Bakhtin²⁵, Natalie Davis²⁶ e E.P. Thompson²⁷ mantiveram uma consistente discussão quanto aos riscos e pressupostos da utilização dessa chave conceitual. Na minha pesquisa, enfoque é o trabalho com pessoas que constituem formas diferenciadas de ser, de um saber híbrido oscilante entre o normativo e o não autorizado, o individual e o coletivo, o permitido e o controlado, na borda entre o institucional e o meio autorizado.

Assim, trabalho com uma categoria que envolve pessoas pobres —homens, mulheres, jovens, crianças, anciãos—pois, ao vislumbrar o imbricado comércio na praia, todas essas dimensões humanas estão presentes numa rede de cultura muito *ordinária*, no dizer de Michel de Certeau²⁸.

Então, o ordinário se concretiza através do curso cotidiano da vida, mas também por meio da ação de pessoas que partem

²¹ Nesse sentido, correm os trabalhos BARBOSA, Marta, E.J. *Entre palha e jardins. Fortaleza nas primeiras décadas do século XX* In: FENELON, Déa (Org) *Cidades. Pesquisa em História. Programas de Pós-graduação em História PUC/SP Série - Pesquisa em História*. São Paulo: Olho d'água, 1999, p.160-1. Ver também ARAGÃO, Liduina G. T. *As trilhas da cidade pelas memórias dos trabalhadores do lixo de Fortaleza*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Ceará, 2002, p. 73.

²² CHARTIER, Rocher. "Cultura do Povo": revisitando um conceito Historiográfico. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, Vol. 8, Nº 16, 1995, p 179-192.

²³ CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 78-79..

²⁴ GINZBURG, Carlo. *O Queijo e os Vermes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987, p. 18-19.

²⁵ BAKHTIN, Mikhail. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de F. Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 1988, p.1-5

²⁶ DAVIS, Natalie Z. *Culturas do Povo*, São Paulo: Paz e Terra, 1990, p. 152-155.

²⁷ THOMPSON, E.P. *Costumes em comum. Estudo sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Cia das Letras, 1998, p.13-24.

²⁸ CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 19.

para a constituição da vida sem recursos, sem meios de tornar exequível seus sonhos, desejos e satisfação de suas necessidades. Todavia, a pobreza ou o popular são conceitos que nem sempre comportam as dimensões fluentes e circulantes no meio dos trabalhadores de rua, pois muitos matizes são de uma riqueza e complexidade surpreendente, ao mesmo tempo em que outros aspectos são de uma rusticidade incompatível com a subjetividade e possibilidades da cultura contemporânea ocidental, marcada por incessante produção de conhecimento e informação desdobrada em requintadas formas de vida.

Para refletir sobre as práticas dessa cultura ordinária, Michel de Certeau sugere o estudo das formalidades das práticas e o conceito de tática²⁹. As táticas são recursos através dos quais indivíduos em situação desfavorável conseguem ter desempenho satisfatório quanto aos seus interesses. É uma engenhosidade construída num tempo efêmero e num espaço móvel, cuja ação é a de aproveitar ocasiões. Circunscritas ao cotidiano, as táticas requerem simulações poliformas para empreender pequenos sucessos no dia-a-dia. São maneiras de reaproveitar o sistema dado, revertendo-o em causa própria.

As fontes com as quais a pesquisa permanece envolvida guardam uma diversidade correspondente à manifestação do trabalho de rua na sociedade contemporânea, todavia as fontes orais tomam aqui um grande vigor, na medida em que a pesquisa se interessa pelo discurso direto, pelo olhar, pela auto-imagem dos trabalhadores no curso ordinário da vida, dimensões pouco exploradas na composição de outras fontes.

Nessa inspiração, a composição das fontes orais procurou explorar o viver dos trabalhadores sem se prender a dicotomias temporais ou espaciais. O trabalho de rua na Barra do Ceará esteve articulado à dinâmica da comunidade e da vida individual de cada comerciante entrevistado ou participante da trama do

²⁹CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 46-47.

trabalho de rua, em uma tentativa de captar a multiplicidade de experiências dos que trabalham na praia.

Nesse sentido, fiz entrevistas com uma variedade de trabalhadores de rua (grande maioria citada no rol das fontes) mas as entrevistas (que tomaram a cena da discussão sobre o trabalho de rua na Barra do Ceará) estão conectados a alguns critérios que, ao longo da pesquisa e da formulação da problemática, foram construídos. Em primeiro lugar, foram considerados os trabalhadores que comercializam na ponta na praia da Barra do Ceará (Goiabeiras, Iparana). Um segundo critério recai sobre aqueles que moram na Barra do Ceará e negociam ali (Dona Zilda, seu Raimundo). Todavia, os que negociam ali mas, não moram, foram vistos por mim como pessoas de experiência que matizam a trama do trabalho de rua na Barra do Ceará (seu Antônio, seu Francisco)

As presenças dos catadores de lixo (Sandoval e Marcus), por construírem uma trajetória muito móvel, me interessou à medida que morando na Barra do Ceará e utilizando o espaço da praia, colhendo lixo e levando-o para depósitos nos conjuntos habitacionais, ai constroem caminhadas e formas diferenciadas de viver e ver a praia.

Dona Elda encontra-se em um lugar particular. Morando na Barra desde a década de 1950, em 2002 foi morar no Jardim Castelão, ao sul do cento de Fortaleza. De forma muito oscilante, ela ainda negocia na Barra do Ceará e com "artes" narra muitas das histórias de pequenos negócios na praia, desde o início da segunda metade do século XX.

Algo que me perseguiu por toda a pesquisa, haja vista o seu interesse historiográfico, foi o elemento temporalidade. Minha percepção se dá atenta a manifestações em espaços concretamente definidos, mas que não cessam de se conectar a outros tantos lugares e tempos através da memória em um circuito

entre o que anteriormente se pensava como passado e que toma a cena do presente em reflexões que consideram o futuro³⁰.

Essa reflexão significou para mim a impossibilidade de recortar de forma fechada as temporalidades e as espacialidades do objeto “*Trabalho de rua na Barra do Ceará*” na atualidade. Antes de tudo, mantive o diálogo com as fontes junto à tensão entre a realidade não escrita e realidade do texto dissertativo.³¹

Com efeito, a feitura da dissertação preocupou-se em cobrir o atual cotidiano dos trabalhadores na Praia da Barra do Ceará, como construção de espaços sociais. Assim, organizou-se em três capítulos em que essa prerrogativa procurou ser contemplada.

Importa, no primeiro, ver como os trabalhadores tornaram exeqüível a negociação de um dos produtos mais vendáveis na Barra do Ceará, tirando partido das demandas do espaço de lazer que é praia, ao mesmo tempo constituindo-o. Experiências e saberes tradicionais se consorciavam a oportunidades imediatas para construir possibilidades de ganho. A elaboração e a negociação do kit-bronzeador são abordadas, ao mesmo tempo em que penso

³⁰ Sobre a Temporalidade das narrativas e memória em História oral Régis Lopes infere: “*A memória, portanto, é uma (re)constituição em re envolvida nas vicissitudes que marcam a tessitura das temporalidades. Os fatos expostos pelos depoentes são complexas composições do imaginário que se faz nas experiências sociais. Cabe ao historiador rastrear não o passado que é relatado, mas sim esmiuçar as formas pelas quais o jogo de leingugens das rememorações ergue significado na medida em que o tempo pretérito é recomposto sob direta relação com o tempo presente. Por outro lado, o trabalho do historiador revela-se profundo quando aguça suas possibilidades interpretativas sempre colocando como um pesquisador inserido em sua própria contemporaneidade*”. RAMOS, Francisco R. L. “A Santa Cruz do deserto: Memórias do Caldeirão”. **Projeto História**. São Paulo: EDUC., Nº17, 1998, p. 379.

³¹ Marieta de Moraes considerando a problemática da relação entre passado e presente bem como a história Oral considera as reflexões de Roger Chartier e acentua: “*Ainda segundo Roger Chartier, a História do tempo presente permite uma acuidade particular para equacionar o entendimento das relações entre a ação voluntária e a consciência dos homens e os constrangimentos desconhecidos que a encerram e a limitam. Melhor dizendo, a História do Tempo presente pode permitir com mais facilidade a necessária articulação entre, de um lado, a descrição das percepções e das representações dos atores, e, de outro, a identificação das determinações e das interdependências desconhecidas que tecem os laços sociais. Assim, a História de Tempo Presente constitui um lugar privilegiado para uma reflexão sobre as modalidades e os mecanismos de incorporação do social pelos indivíduos de uma mesma formação social. Do exposto, fica óbvia a contribuição da História Oral para atingir esses objetivos*”. FERREIRA, Marieta de M. História Oral e Tempo Presente. In: **I Encontro Regional de História Oral/ Sudeste-Sul (1.: 1995: São Paulo) (Re) Introduzindo a História Oral no Brasil/** Organização José Carlos Sebe Bom Melhy.—São Paulo: Xamã, 1996.— (Série eventos), p. 18-19.

sobre a invenção da praia como espaço da fabricação de estética e da negociação.

No segundo capítulo, reflito sobre os produtos alimentícios. Uma variação de formas de negociar alimentos é estabelecida por vendedores ambulantes. Pratos feitos são oferecidos por vendedores que se deslocam pela areia da praia. Queijo assado, piabas, amendoim, "chilitos", milho, "dim-dim" e água em pequenos sacos são algumas invenções tratadas como recursos culturais de construção de experiências e vivências.

A tarefa que se impõe, no terceiro capítulo, é demonstrar, nos rastros de criações e tensões, a forma de deslocamento de mercadorias pela praia, as quais multiplicam as oportunidades de vendas. As táticas expressam-se, por exemplo, na reciclagem de carcaças de geladeiras e na utilização destas como meios de transportes de mercadorias. Tensões e construções vêm à tona nessa forma de mobilizar os vendedores à construção de territorialidades e condição de trabalho, supostamente melhores.

Nesses termos, os capítulos são atravessados por conexões que os tornam desdobramentos de um eixo de problemáticas históricas, longe da idéia de blocos estanques fechados em si mesmos. A criação do "kit-bronzeador" como uma tática está associada às multiformas de negociações de alimentos e bebidas na praia, uma vez que tais invenções são recursos de multiplicação de vendas e mediações capazes de viabilizar a constituição de vivências. A forma como mercadorias são deslocadas através de carrinhos de geladeira também constituem uma alternativa para garantir a sobrevivência e subverter a realidade com a qual trabalhadores se confrontam na praia. Então, o objeto "*Trabalho de Rua na Praia da Barra do Ceará, na década de 90 do século XX*", é abordado a partir da constituição de experiências no cotidiano. Através de entrevistas orais, abordo intervenções de trabalhadores no real. Lidando com o peso do dia-a-dia, essas pessoas criam formas opcionais e múltiplas de vida. Essas formas e essas vivências perpassam os três capítulos dessa dissertação.

CAPÍTULO I: Estética e Táticas de Sobrevivência.

Essas operações de emprego – ou melhor, de reemprego - se multiplicam com a extensão dos fenômenos de aculturação, ou seja, com os deslocamentos que substituem maneiras ou “métodos” de transitar pela identificação do lugar. Isso não impede que correspondam a uma arte muito antiga de “fazer com.” Gosto de dar-lhes o nome de usos, embora a palavra designe, geralmente procedimentos estereotipados recebidos e reproduzidos por um grupo, seus “usos e costumes”. O problema está na ambigüidade da palavra, pois, nesses usos, trata-se precisamente de reconhecer ações (no sentido militar da palavra) que são a sua formalidade e sua inventibilidade próprias e que organizam em surdina o trabalho de formigas do consumo.

Michael de Certeau¹

Nesse capítulo, importa entender os usos que comerciantes de *kits*-bronzeador fazem do espaço da praia. Interessa-me como estes trabalhadores criam produtos e os comercializam a partir da percepção das solicitações dos freqüentadores do local ou dos recursos naturais da barra do rio Ceará. Procuro perceber quem são esses trabalhadores que, constituindo núcleos sociais diferenciados, viabilizam ganhos através da negociação do *kit*-bronzeador, na Barra do Ceará, na década de 90 do século XX.

¹CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 93.

Os vendedores de rua desviam-se das condições precárias de vida e imprimem, na Cidade, modos de vidas diversificados e particulares, que desenham uma cidade imbricada à Fortaleza turística sem se reduzir a esta última.

Na multiplicidade das experiências desses vendedores, emerge o comércio de rua, como possibilidades de sobrevivência de mulheres, homens, crianças, adolescentes e anciãos. Na emergência desse comércio, usos e práticas do espaço urbano de Fortaleza são forjados no deslocamento da população da periferia da Cidade. A invenção dessas experiências é o móvel do assunto tratado a seguir.

1.1. “Eu Vivo às minhas custas”: Constituição do comércio de *kits*-bronzeadores como tática de sobrevivência

Do trabalho de rua que circula na Barra do Ceará, no final do século XX, se conhece aquilo que persiste em se fazer presente nos periódicos, nos jornais televisivos; fragmentos de realidades díspares que se repetem em um conjunto de imagens uniforme que vai se sedimentando no imaginário coletivo de forma cristalizada: marginalidade, pobreza, ignorância, prostituição, violência são alguns dos estereótipos que cercam o trabalho de mulheres e homens pobres que vivem nas ruas da área noroeste da Cidade.

Caminhando pela praia vejo crianças de pés descalços; adolescentes com poucas oportunidades sociais; mulheres desempregadas das fábricas de beneficiamento da castanha; ex-operários provenientes das indústrias localizadas no eixo da avenida Francisco Sá; migrantes vindo de lugares próximos de Fortaleza circulam nas ruas e restingas da praia.

O contingente de trabalhadores informais ali multiplica-se. A observação participante e as fontes orais apontam para um gradativo crescimento do comércio ambulante nas últimas décadas do século XX. O comércio de mercadorias na praia cresce e transforma-se, fazendo emergir, no social, grupos específicos de referenciais particulares que imprimem na Cidade experiências diversas.

Por outro lado, vozes, gestos, odores, trejeitos e trajetos podem ser observados através de participação nessa comunidade que se esgueira entre uma cidade que secularmente se constrói e se reconstrói, em um constante movimento de urbanização incipiente. Em conversas com comerciantes que diariamente urdem

pequenas transações, formas diversas de sobrevivência emergem em uma complexidade que contradiz os estereótipos.

São muitos os quadros das experiências de vendedores de rua, na Barra do Ceará. As possibilidades historiográficas, a partir de conversas com vendedores de rua, não podem negar essa diversidade. As imagens textuais diversificam-se.

Aos domingos, as laterais da barra do rio Ceará vão sendo, aos poucos, invadidas por dezenas de vendedores. Os moradores do alto vão descendo a duna; os que moram no lado da pista, entre a barra e o asfalto, vão saindo das casas improvisadas contornadas por alpendres onde se instalam as mais variadas funções. Bares que vendem diversão noturna e diurna e se enchem de pessoas dançantes, máquinas de jogos eletrônicos, sinucas, crianças brincando com cachorros, homens vendendo milho cozido, *hippies* vendendo miçangas e fazendo tatuagens; mercadinhos onde transitam donas de casa. Por volta de dez e meia a onze horas, um fervilhar é provocado por uma multidão que invade a Barra em direção ao Pólo ou à restinga do outro lado da ponte. Multiplica-se o número de vendedores e banhistas e um ruído frenético, alegre e descontraído toma conta do local. Centenas de pessoas descem dos ônibus que vêm ou vão para o terminal de Antônio Bezerra. Elas são dos mais variados lugares da cidade ou próximos: do Jardim América, do Maracanaú, da Jurema. Outras pessoas estão chegando a pé das redondezas, do Jardim Iracema, do Quintino Cunha, do Nova Assunção, do Polar, do Jardim Guanabara, do Pirambu, de Iparana, do Pacheco. De bicicleta, também chegam muitos, na maioria homens, adolescentes e jovens que estacionam no meio da areia das Goiabeiras e formam os pequenos grupos identificados com a capoeira ou com *funk*. Carros e motocicletas vão chegando. Os primeiros para a satisfação dos flanelinhas, adolescentes que se movimentam de lá para cá com os seus baldes de água e panos molhados na mão, flanela ao ombro e pés no chão. Em menor

número, chegam vendedores em carroças ou moleques montados em burros².

Enquanto os banhistas vão se acomodando na orla, nas areias ou nos bares, vendedores vão tomando os seus postos ou se movimentando por toda a praia, oferecendo os seus produtos e serviços: vendedores de ovo de codorna cozido, de salgados, verdura, castanha, amendoim, piaba, chilitos (composto alimentício industrializado de farelo de milho), churrasquinho, tangerina, laranja, rosca de goma, óculos, fotografias, roupas de crochê, parafinas e *kits*-bronzeador, artesanatos...

Faceta desse modo de vida obscuro e ruidoso é a comercialização de *kit*-bronzeadores. Através da negociação de espécies de estojos para limpeza e bronzeamento da pele, os vendedores de rua na Barra do Ceará criam recursos para acumular pequenas quantias.

É comum ver jovens, crianças, adultos e pessoas mais idosas vendendo os kits. No decorrer dos anos 1990, por toda a extensão da av. José Lima Verde, no Pólo de Lazer, nas restingas no encontro do Rio Ceará com o mar da praia de Iparana e ainda nas areias da praia das Goiabeiras, os vendedores de *Kit* ocupam esses espaços urbanos.

Todavia, quem são esses vendedores? Que mercadoria é essa que comercializam? Como se instalam nesses locais de venda? Como conseguem estruturar esse pequeno comércio? Por que vendem esse produto e não outros? Que espaço esse comércio ocupa na imensa rede de negociações informais de Fortaleza?

A essas questões que rodeiam os vendedores, na Barra do Ceará, segue-se uma série de dúvidas, de controvérsias; um emaranhado de incertezas desafiadas pela presença contundente deles nos calçadões e areias da praia. O contato mais próximo

²Observação participante no período de 29/05-29/06/2001.

com a comunidade me conduz a indícios, indicações de como esse núcleo social vai se instituindo e se refazendo.

Por exemplo, a luta de mulheres por sua sobrevivência através da negociação de *kit* é um matiz da diversidade que compõe as relações entre os trabalhadores que negociam *kit*, na Barra do Ceará. Chefes de família, elas empreendem pelepas para manterem-se negociando no comércio da praia. Sem se reduzir à condição de pobres, elas afirmam-se em espaços sociais por elas próprias criados.

Conversando com dona Elda³ pude perceber as suas pelepas diárias para manter-se no comércio de *kit-bronzeador*; para constituir um comércio que é o seu “meio de vida”, na Barra do Ceará. A partir da conversa com a vendedora de *kits-bronzeador*, a visibilidade da constituição do comércio de rua foi possível. As sua narrativa trouxe para a cena historiográfica relações heterogêneas de afirmação da vida no espaço social da Cidade.

Em agosto de 2001, encontrava-me envolvida com o desenvolvimento de minha pesquisa para o mestrado em História Social. Com meu caderno de campo, fui até a foz do rio Ceará, localizada na ponta oeste de Fortaleza. A Barra do Ceará acabara de comemorar 397 anos da chegada de espanhóis e da fundação do forte de São Thiago. Interessava-me bastante saber como haviam sido os festejos e procurei o senhor Alberto, proprietário do restaurante Albertu's, para um possível relato. Como o Alberto não se encontrava no local, então resolvi descer para a praia das Goiabeiras a fim de observar o movimento de vendedores.

De uma das muitas barracas instaladas em frente ao mar, pude observar a diversidade e quantidade de produtos e mercadorias negociadas através dos também numerosos vendedores ambulantes. De forma constante, passavam negociantes vendendo ovos de codorna, CD, óculos, pirulito colorido, copos de alumínio, salgadinhos caseiros, castanha,

³Maria Elda da Silva., 65 anos, **vendedora de *kit-bronzeador***. Entrevista concedida em 09/07/2002

amendoim, chilitos, rosca de goma, queijo assado, tangerina, piaba no espeto e bronzeadores.

Depois de algumas anotações, resolvi deixar a praia e retornar em outro final de semana. Quando me deslocava para a parada de ônibus, o movimento de vendedores em baixo da Ponte sobre o rio Ceará chamou-me a atenção: vendedores de “dim-dim” e água; negociantes de bombons, pipocas, parafinas e milho cozido. Parei ali com o interesse em entrevistar um vendedor de milho cozido. Uma mulher tomava conta do forno. Dirigi-me a ela e perguntei se ela vendia milho. Ela respondeu que não. Apenas estava tomando conta dos milhos por alguns instantes, enquanto o dono tinha ido resolver um assunto dele. Então lhe expliquei que era historiadora e estava desenvolvendo uma pesquisa para a Universidade Federal do Ceará e que gostaria de entrevistar o vendedor, mas se ela aceitasse eu poderia fazer uma entrevista com ela. Ela aceitou e então iniciei uma rápida entrevista, da qual fiz rápidas anotações. Finalizei com a promessa de que voltaria, para gravar uma entrevista mais demorada, visto que a vendedora negociava há quarenta anos na Barra do Ceará e demonstrava conhecimento do local onde comerciava.

Um ano depois, resolvi retomar a entrevista com a vendedora. Fui convidada para participar do Passeio Ecológico nas margens do rio Ceará promovido pelo restaurante Albertu's e, na oportunidade, perguntei sobre dona Elda. Fui informada de que ela não morava mais na Barra do Ceará e havia se mudado para o bairro do Castelão. Consegui o número do telefone comunitário próximo da sua casa e entrei em contato, marcando uma entrevista. Mas ela só aceitou o convite depois de saber quem havia me informado seu telefone.

Após tomar o ônibus Jardim Castelão, em frente ao beco da Poeira, na Praça José de Alencar, cheguei a uma pequena casa na av. Castelo de Castro próximo ao estádio de futebol Castelão, na zona sudoeste de Fortaleza. A casa de dona Elda localiza-se perto da oficina de seu Raimundo, em frente ao colégio Teles.

Nessa casa de tijolo vermelho sem reboco, com apenas três compartimentos - um quarto, sala e banheiro - dei-me com o aviso na porta da frente: VENDE-SE DIM-DIM. Lá, também encontrei uma família. Enquanto mãe e filha tomavam as providências domésticas e familiares, duas crianças, uma menina e um menino, assistiam a vídeos, pois estavam de férias na casa da avó.

Fui convidada a sentar-me no pequeno sofá da sala. Pouca e muito usada, a mobília compõe o ambiente apertado da pequena casa. A fraca luz que desce do telhado procura iluminar a sala sem janelas localizada entre a cozinha e um pequeno quarto. Ali a vendedora ofereceu-me um café e eu pedi um copo d'água. Após comentarmos como estava o Alberto, começamos a entrevista de duas horas. Tendo organizado a memória para a entrevista marcada com antecipação, dona Elda situou-se em posição de entrevistada ao mesmo tempo em que tentava manter o ritmo das atividades domésticas.

As narrativas contam muitas das suas "artes" e "manhas" para sustentar-se negociando na Barra do Ceará. O princípio da história do comércio de comidas assinala a dinâmica das relações conjugais e familiares, o comércio e os primeiros negócios na Barra do Ceará e como essas combinações de necessidades e possibilidades deságuam na comercialização do *kit-bronzeador*:

GLÓRIA - E a senhora foi pra Barra quando, chegou na Barra quando?

ELDÁ - Bom, antes eu cheguei na Barra em 51. Eu era criança, ainda eu era moçotinha dos seus doze pra treze anos. Ai morei até 54. Ai fui, vim morar aqui com uma tia minha no Pirambu. Ai de lá do Pirambu, eu comecei a trabalhar no centro. Ai lá no centro, eu arranjei o meu marido, me casei...

Ai fomo negociar novamente...trabaiá junto, ali na Praça da Sé, numa banca de comida. Ele tomava conta da banca de comida e eu vendia café na rua. Ai quando foi in...70, meu pai foi morar na Barra com a minha sogra.

Ai lá aparece um cidadão lá, nome de Mané Gonzaga me vendeu uma barraquinha de palha. Ai eu comprei. Ai butemo essa barraca. Quando foi no dia três de outubro de 60 nós inauguremo ela. Ai trabaiamo até agora em 2000.

GLÓRIA - E nesse tempo tinha muito movimento na Barra? Tinha?

ELDÁ - Já tinha, já tinha, tava começando, porque tavam abrindo o Regatas, né!? Ai já começou pra vir formar uma prainha lá, né!? Ai... Já tinha movimento lá de barraca, né!? Eu fui a pioneira de barraca lá na praia fora, a não ser que tinha lá do ôto lado né!?

GLÓRIA - Do lado de Caucaia!?

ELDÁ - Sim, ali do lado, né!? Ai...

GLÓRIA - De lá pra cá... a senhora chegou antes do Alberto?

ELDÁ - Eu cheguei em 60 e o Alberto chegou em 64. O pai dele, né!? Que o Alberto chegou piquinininho. Tinha cinco ou era seis anos, né!? Ai eu comecei a negociar. Ai comecei a criar meus filhos. Criei meus filho tudim lá diretinho.

GLÓRIA - Então quer dizer que nessa época só tinha a senhora vendendo coisa lá!?

ELDÁ - Ai depois de mim chegô. Não! tinha um cidadão lá. Tinha o Regatinha. Depois do Regatinha tinha um cidadão por nome de Pedro que chamavam Pedro Doido...Ai ...

GLÓRIA - Eles vendiam o quê?

ELDÁ - Bebida, comida, sinduíche, negócio de...Barraca mermo, de lanche, essas coisa assim.

GLÓRIA - Mas era comida e...

ELDÁ - Cerveja, figerante. Ai eu tomei, butei eu merma né!? Cerveja, figerante. Vendia muito tira-gosto, peixe, passarinha torrada e a primera festa do Regatas que houve... Parece que foi in... Só num tô lembrada qual foi o ano mais. 60. Eu não sei se foi 66, foi em 68 que houve a primera festa do Regatas de término de Curso. Ai nós passemos a noite afuncionando. Ai vendemo tanta da cachaça, tanto do tira gosto que quando terminou a festa, na derradeira, na passagem do ano. Ai quando foi no...Demo balanço. No dia 02 né!? Demo balanço no que nós tinha apurado. Ai deu pra mode eu construir uma casa...

GLÓRIA - Olha aí, só numa festa!!

ELDA - Há, há, há, há, há!! Só numa festa do dia 02 de dezembro até o dia 02 de janeiro.

GLÓRIA - Mas a senhora ficou muito feliz!!

ELDA - Aaah! Nós construímo uma casinha de taipo que ninguém, na época, podia fazer de tijolo né!? Aí nós construímo uma casinha de taipo⁴.

A afirmação no espaço de sobrevivência na área oeste da Cidade implica mediações entre o vazio e ocupações espaciais, entre a ordem e a desordem, entre o estático e o que prescinde de mudança para fazer emergir no cenário das negociações o espaço de sobrevivência. São necessários muitos embates. Tensões rodeiam a formulação do comércio que é meio de vida para essas trabalhadoras de rua; enfrentamentos sociais entre poderes institucionais que as levam para ocasionais vitórias e incertezas nuançadas por problemas que envolvem a ocupação do espaço físico e a relação homem-natureza.

ELDA - Pra fazer essa casa foi uma confusão danada. A marinha chegava, queria derrubar que não podia construí.

GLÓRIA - E a Marinha dava muito em cima naquela época?

ELDA - Dava, dava sim. Aí não podia eles construir casa na bera da praia. Batia de manhã, nós continuava de tarde. E era. Sei que nós continuamo e fazemo a nossa casa. Quando foi...moremo nessa casa até 72...

GLÓRIA - Aonde era a casa?

ELDA - Era no beijo da praia, onde é hoje em dia é aquele e aquele portuzim das canoa, ali...

GLÓRIA - Na praça ou...

ELDA - Sim na pracinha ali

GLÓRIA - Na pracinha, que tem aquela barca, aquele monumento?

ELDA - Era ali, é? Isso! A minha casa ficava confrontando com aquele galpão do Alberto.

⁴Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

GLÓRIA - Sei.

ELDÁ - Ali não tinha passagem para o Pólo não. Morria ali. O terreno terminava ali. Dali para trás era só morro. Era muito morro mermo. Morro alto que pra gente ir lá para a praia outra das Goiabeiras, a gente ia a pela bera da praia por baixo.

GLÓRIA - Só ia na maré baixa?

ELDÁ - Só na maré baixa. Na maré cheia tinha que ir por cima do morro.

GLÓRIA - Era mais cansativo.

ELDÁ - Era sim. Ai eu sei que nós, quando foi em 72 o mar chegou, derrubô nossa casa. Hã, hã, hã!! Há, há, há!⁵

Dona Elda traz para a cena elementos através dos quais o comércio de rua na Barra do Ceará vai se constituindo. Gradativamente, os vendedores vão imprimindo na Cidade suas maneiras de trabalhar. O espaço da praia, em Fortaleza, como lugar de vendas e sobrevivência, e não somente de lazer, é construído por esses trabalhadores que, na falta de tudo, empreendem os embates necessários para manter-se negociando, mesmo que estes embates dêem-se com poderes normativos. A insistência consorciada à necessidade promove um avanço pelas margens de relações sociais e modos de vida.

A capacidade de se impor e insistir é elemento vital, constituinte da construção do local de comercialização (também moradia). O embate com a Marinha e a busca por formas de se afirmar no lugar aparecem como dimensões intensas dessa experiência. Mesmo com a proibição da Marinha de se construir moradias na orla Marítima e a derrubada constante da sua casa, Dona Elda consegue manter a casa no lugar onde pretendia construir. Por acreditar na sua força de construção das condições de sua vida, Dona Elda se afirma. Mesmo confrontando-se com uma dimensão forte do poder institucional, ela, a partir de formas

⁵Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

quotidianas de luta e resistência, consegue concretizar aquilo que acreditava ser o necessário para si.

Dona Elda dá visibilidade à forma como a cultura ordinária se movimenta. Como lembra Michel de Certeau, a ordem é exercida por uma arte que, ao mesmo tempo que é exercida, é burlada. A inventividade e a inteligência dos “sem eira nem beira” constituem armas em face das estratégias do forte. No jogo entre a ordem e necessidade, então, insinua-se uma resistência moral, movida por uma tenacidade que expressa lances, golpes e estilos de ações, maneiras de fazer. Michel de Certeau maravilha-se com essas festas efêmeras que surgem, desaparecem e tornam a surgir no curso do dia-a-dia. O historiador exercita *um respeito e atenção à microresistências as quais fundam microliberdades, mobilizam recursos insuspeitos, e assim deslocam as fronteiras verdadeiras da dominação dos poderes sobre a multidão anônima*⁶. No ritmo desses golpes e lances efêmeros, é que se constituem formas de vidas específicas em Fortaleza e que o espaço social da periferia da Cidade vai sendo vivido.

A luta de dona Elda para manter a sua casa em pé e nas areias da Barra do Ceará toma significado à medida que, nessa luta, podemos encontrar uma Fortaleza configurada por seus moradores e uma cidade forjada por experiências de pessoas pobres que, sem moradia, sem lugares para negociar, imprimem no espaço social configurações físicas articuladas às suas vivências.

Na fala de dona Elda, fica visível a história intrigante da formação da periferia na área oeste da Cidade. Enquanto o Pirambu (favela localizado na costa oeste da Cidade) se afirmou como símbolo da resistência organizada das classes populares em Fortaleza, a Barra do Ceará, de uma forma muito complexa, transformou-se em lugar de “despejo” de grupos minoritários.

⁶CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p.18-20.

Procurando isolar a presença incômoda desses pobres, há projetos do poder público no sentido de manter a população pobre na Barra do Ceará, segregando-a.⁷

Se, por um lado, o Clube de Regatas traz para a cena um lugar de elite, por outro, todo o embate corre no circuito em que se inscrevem modos de vida articulados a necessidades básicas e a populações que prescindem de um comércio muito frágil para sobrevivência.

Na década de 1970, a Barra do Ceará atraiu um contingente significativo de operários, bem como uma elite de olhar especulador das possibilidades da zona de litoral. Nos anos 1990, o desmonte do projeto de industrialização das elites cearenses junto ao êxodo rural, suscita contingentes de ex-operários. Estes concentram-se ali e criam suas formas de sobrevivência.

Entre a presença volátil da elite e a maneira de viver de pobres, a natureza aparece como um recurso através do qual a penúria dos dias vai sendo vencida:

GLÓRIA - Ah!! O mar entrou até ali foi?

ELDÁ - Entrô. Ali era a área dele. Disse agora vocês vão simhora. Eu vou ficar aqui. Aí derrubo nossa casa. Eu tinha ido matricular os menino. Renovar as matrícula deles lá no colégio Estado de Alagoas. Aí quando eu cheguei de longe eu só via a negada em cima. ...em cima da minha casa sabe?

Digo: meu Deus o que é que tá acuntecendo? Aí eu corri. Aí quando cheguei lá ele: *chega tia Elda nós tamo aqui pedindo a Deus que a senhora chegasse*. Digo: Ave Maria como é que tá. Ai, ai já tava...Calçando o pé da

⁷Os projetos que incidiram sobre a área da Barra do Ceará dão-se no sentido de construir áreas de lazer para a população pobre em uma tentativa de diferenciar os espaços de circulação da população pobre. Ver *Planejamento Global do Município. Plano Diretor. Administração Lúcio Alcântara*: março de 1979/maio de 1982. Fortaleza, 1982. A avenida Francisco Sá foi definida como zona industrial em 1963 pelo Plano de Hélio Modesto enquanto desde 1930 um acelerado processo de favelização atraía para a área oeste da Cidade um contingente pobre. Na década de 1990 o desmonte do projeto de industrialização via mão-de-obra operariada adensa ainda mais o lugar. Áreas de mutirões, de risco e degradadas aparecem junto ao crescente número de pobres na local. Ver Silva, 1992, p.64-65. BARREIRA, 1992, p. 56-62.

parede. Aí só deu tempo nós tirar as coisa de dentro, aí arriou em cima do mar todim... Ai ficou do lado de cá, do lado da sombra. Ficou levantado, mas nós distelhamo tudim que, que podia ainda tê represa dela né!? Nós tiremo aí...Eu amarrei o lençol de noite. Aí butei assim: tinha um pé de liro, no detrais de casa. Que eu gosto sempre aonde eu tô tê um pé de planta, que é pro mode eu me escorá de noite de baxo. Na hora do aperrei, já tem uma casa pra dormir né!?

Foi de noite, eu arrumei, botei os lençol da cama, os lençol dos menino. Botei os menino pra dormir com a avó, aí eu fiquei pastorando as minha coisa, as mercadoria né!? Ceveja, figerante, bocado de coisa. As caixas de mercadoria. Ai eu fiquei lá.

Aí o meu marido tinha ido pro centro. Aí quando chegando. Ai disse: *ai!!! Por que eu num vou mais ficar aqui. Porque o mar aqui vai.* Eu digo: bom...*Eu vou comprar, vou vê se eu acho um canto lá pela Praia do Futuro que eu vou morar lá perto do meu cumpade.* Que nós tinha um cumpade que morava lá na Praia do Futuro, né!?⁸

Dimensões do meio natural tomam a cena. Para escapar de tensões sociais que produzem condições de vida precárias, a população pobre agarra-se às condições naturais do ecossistema da na foz do rio Ceará. Convivendo com o rio, o mangue e o mar, os pobres utilizam os recursos naturais diretamente disponíveis; restos de uma urbanização incompleta e que resiste à democratização de seus benefícios. Na falta de direitos básicos, o diálogo com a natureza emerge como relação vital para a manutenção da sobrevivência.

A relação com a natureza expande-se, envolve o dia-a-dia; constitui um dos principais referenciais da comunidade, do cotidiano de trabalho. Pescadores de piabas espalham-se pelos braços de água do rio Ceará, em busca de alimento ou renda complementar. Nas madrugadas, mulheres com filhos embrenham-

⁸Dona Elda. Vendedora de *kit-bronzeador*. Entrevista citada.

se nas águas do Rio para acumular produtos para revenda na praia. O transporte de pessoas de uma margem a outra do Rio em barcos e canoas improvisadas, rentabiliza os pequenos negócios dessa população. Famílias retiram das dunas areia para revenda. Crianças cortam arvoredos para a produção de carvão. Vendedores de *kit-bronzeador* no acúmulo de atividades, ao mesmo tempo que negociam nas avenidas e restingas da praia articulam-se às possibilidades que a natureza oferece.

João Linhares é um vendedor que negocia na margem de Fortaleza do rio Ceará, no calçadão da avenida Radialista José Lima Verde⁹. Debaxo de um arvoredo, na sombra que este produz, o vendedor comercializa com um pequeno carro feito de chapa de zinco. Diariamente vende coco, água e *kits-bronzeadores*. Para complementar as vendas, ele pesca e negocia peixe; guia pessoas para pescarias de final de semana; faz tarrafas (rede de pesca) por encomenda; conserta galões (rede de pescaria), revende amoníaco e água oxigenada, aluga cômodos. João Linhares de Holanda tem 36 anos, negocia na Barra do Ceará há doze anos e mora atrás do antigo clube de Regatas (hoje Barra Show). Veio do Mundaú, praia do Município de Trairi à 100km¹⁰ de Fortaleza para morar no Mondubim, bairro localizado na zona sudoeste da Cidade (na casa que é da mãe da mulher de quem gostava). Trabalhou na fábrica de fogões Esmaltec. Quando foi despedido, passou a negociar e retornou a sua atividade de pescador. Diz-se solteiro e tem três filhos, dos quais cria dois.

Sob a ventania forte e fresca, característica do período, no Ceará, em agosto de 2002, mantive uma conversa com o vendedor, no calçadão da avenida Radialista José Lima Verde, debaixo do arbusto que dá sombra no seu carrinho de vendas, diante de uma pequena platéia e, com interrupções constantes de

⁹João Linhares de Holanda, 36 anos, **vendedor de *kit-bronzeador***. Entrevista concedida em 01/08/2002.

¹⁰**Trairi**. Área de 93,3 km². Distância de Fortaleza em linha reta-100km. Lat: -3,3°, Lon: -39,2°. População de 44.527 hab. População rural-30,119. População urbana-14.409. população assalariada-484 pessoas. População ocupada sem ser assalariada-616 pessoas. IBGE-Cidades. www.ibge.org.

compradores de *kit-bronzeador*, ele me falou sobre a sua articulação com o comércio de rua e o ecossistema na foz do rio Ceará:

JOÃO – Rapaz eu vim morá aqui por causo eu morava lá no Mundaú lá. Ai eu morava também em beira de praia. Ai eu arrumei uma mulhé lá, lá não tinha emprego. Eu trabalhava na roça. Ai vim trabalhá aqui. Ai trabaei na Irmaltec de empregado. Ai fui, sai de lá. Ai depois que eu saí de lá, ai trabaei numas três firmas só, aí vim trabaiaá na praia, que eu sou pescador também, que eu pesco também. Aí vim pra praia. Por que aqui pra mim...Aqui eu acho melhor que o Mundaú. Lá é praia também, mas num corre o dinheiro como aqui. Pra mim, aqui foi bom demais, graças a Deus. É assim graças a Deus foi bom. Tudo que eu tô querendo, eu tô conseguindo.

GLÓRIA – E me diz aqui uma coisa, tu diz eu também sou pescador e tu é vendedor. O que é que tu faz. Diz ai todas as coisas que tu faz.

JOÃO – Rapaz, eu o que pensar, eu faço. Só não faço é roubar. Graças a Deus, até hoje não precisou disso, não, nem vai precisar. Mas o resto, eu pesco, trabalho na praia. Qualquer coisa que aparecer pra mim fazer, eu faço. Só o que eu num faço mesmo é roubar. Mas o resto, qualquer serviço eu faço.

Eu, tem dia que eu pego peixe aqui dentro do rio, vou pescá, pesco. Vendo. Na hora que eu chego dá. Vendi nesse instante já. Peguei um peixe, já vendi, já, ao pessoal daqui. Eu tenho uma banquinha aqui. Que aqui eu tô aqui, chega uma pessoa, pá: *me dá um galão*. Chega uma pessoa pá: *me dá uma tarrafa*. Ai eu tô aqui pá consertá, que eu sei fazer isso ai também. Ai a negrada traz, muito já me conhece já, ai traz pra mim consertá. Ai eu também tenho o material, que também no mar, de pescá curumupim, essas lancha que eu boto material prá pescá também.

GLÓRIA – Tu tem lancha, é tua mesmo ou tu pede emprestado?

JOÃO – Não, é não. É só amizade mermo. É as redes eu boto pra pescá.

GLÓRIA – E a pesca aqui dá, como é que é?

JOÃO – Dá. Pesca é por sorte. Só pega por sorte, se não for...aqui é por sorte se não tiver sorte!

GLÓRIA – Nem conhecendo o jeito de pescar?

JOÃO – Nem você conhecendo você pega. Pêxe é por sorte. Você tem que ter sorte. Pegá, pega. Num é pegá só pra comê, agora pá sobreviver, pra vendê, ai é difícil. Agora pá comê você pega. Você bota uma rede pega um quilo de peixe, dois quilo num é pá vendê, né!? Pá vendê você pega de dez quilo pá frente. Mas só um quilo, só pá comê mermo. Eu não , eu só pesco pá vedê.

GLÓRIA- Quais são os peixes que dá aqui?

JOÃO – Dá tainha, dá cara-peba, dá o baique, dá a carapitanga, dá todo tipo de peixe. O tagumom, a pescada, camurim, carapicu, pema, que chamo camurupim.

GLÓRIA – E tu tem fregueses que compram certo aqui?

JOÃO – Tem, muitos, ora! Aqui é só trazer. Você butô aqui in riba da pedra aqui. É só comprando. Eu também tenho venda em grosso. Eu só vendo é em atacado pro cara vier vendê. É difícil eu vendê dois quilo. Às veze quando eu tô aqui, quando eu chego do mar, é que a negada quer comprá um quilo, dois quilo eu vendo. Mas vendo mais só em grosso, dez quilo, vinte quilo, trinta quilo.

GLÓRIA – Então quer dizer que tu é pescador de pescaria grande, né?

JOÃO – É, não, é. Eu tenho material de pescá mermo.

GLÓRIA – Só não tem o barco.

JOÃO – Barquim eu tenho. Só não tenho é lancha, mas barquim a remo eu tenho. Aquele é meu, aquele do mei era meu, eu vindi. Barquim desse ai, eu tenho. Só não tenho é a motô mermo, mas eu vô conseguir, se quiser eu consigo um pra mim. Barquim pra sair por aqui eu tenho o meu. Vivo as minha custa, moro em casa minha mesmo.¹¹

Nessa trama, elementos da natureza reforçam a capacidade do vendedor de " *eu o que pensar eu faço*". Mantendo o diálogo com as necessidades da comunidade, o comerciante inventa maneiras de se desviar da precariedade dos dias. Campo da

¹¹ João. Vendedor de *kit-bronzeador*. Entrevista citada.

composição de experiências, o trabalho com a venda de *kits-bronzeadores* emaranha-se em múltiplas formas do diálogo com a proximidade da natureza de tal forma a matizar as relações entre homem e natureza, entre litoral de metrópoles e litoral de pequenas cidades.

As determinações que a maré alta impõe, nesse sentido, não limitam dona Elda. Contradizendo o início de sua narrativa, ela enfrenta as adversidades e levanta novamente sua choupana, na beira do rio Ceará. Ela não se reduziu aos caprichos do dono do lugar—o *mar*—,nem às relações sociais conservadoras entre marido e mulher. Sem dar atenção à decisão do esposo e enfrentando as forças naturais, entra no desafio pela reconstrução do negócio, na Barra do Ceará:

GLÓRIA - Ai ele que tava querendo ir para a praia do Futuro?

ELDA - Ai o meu marido disse: *eu vou comprar um canto lá na Praia do futuro*. Eu digo: você vai morar lá na Praia do Futuro. Você vai só. *Mas, mas como é que pode ficar isso aqui, a maré derrubando*. Digo: Deus dá um jeito.

Ai nós, invés da casa grande, que era três compartimento. Ai ficou só um né!? Ai nós fizemo, levantei um quarto. Ai ele foi lá para a Praia do Futuro atrás do canto lá. Ai passô o dia por lá, que ele tomava umas caninha, passô o dia bebendo mais o cumpade.

A maré derrubô essa casa da sexta para o sábado. Ai eu trabaiei no sábado o dia todo ali limpando o chão, ajeitando, fazendo, praniando lá que é pro mode continuá o movimento meu. Ai continuou né!? Vim no centro; fiz compra: comprei gelo, que a gente comprava o gelo aqui na, na. Aqui perto na Cirandinha aquela sorveteria que tem ali na, na General Sampaio, Tristão Gonçalves, General Sampaio. Parece, aquela rua que sai lá na Praça da Estação.

GLÓRIA - Eu sei, é General Sampaio mesmo.

ELDA - É. Ai eu comprei o gelo lá e levei pra nós.... Levei lá. Eu vendi o que eu butei lá durante o dia. Eu vendi tudim. Quando foi no domingo eu fiz compra de

novo; fui no São Sebastião; fiz compra de novo e o meu marido lá pra casa do cumpade dele né!? Aí eu fui no centro. Tem um rapaz que mora aqui que trabalhava com a gente, finado Chico. Ai eu fui lá na praça da Est...Da José de Alencar. Aí o Chico, Chico: tô precisando de você. E ele me chamava de mãe né!? *Que é mãe quê...*

Digo: eu quero que você vá lá em casa, pra nós levantar a minha casa, que o mar derrubô. *Foi mermo mãe.* Eu digo: foi. *Bora.* Ai nós viemo embora, passemos no depósito; compremo o material lá: os paus que a maré tinha levantado. Ai nós levantemo de novo. Ai invés da gente fazer com a frente do lado né!?... Um alpende. Ai butei as, as mesa. Ai continuô lá diretim. Ai nós continuamo de novo. Ai compremo uma casinha cá perto dos Sete Prédios. Ele num resolveu ficar lá na Praia do Futuro não. Ai...

GLÓRIA - Também quando chegou a casa já estava toda pronta. Vendendo. O negócio instalado.

ELDA - Há, há, há! Ai ele arrumô um dinheirozim. Aí compremo uma casinha lá nos Sete Prédios, pertim dos Sete Prédio. Ai moremo lá... Um bucado de tempo. Aí... Quando foi in 80, 82. Ai nós viemo mais pra próximo da Praia. Compremo outra casinha troquemo a de lá... Numa outra de cá. Ai fiquemo morando lá, né!?¹²

Através da sensibilidade de perceber as demandas de fregueses e clientes, os vendedores criam formas inusitadas de atrair fregueses e possibilidades de aumentar as vendas. Assim o trabalho noturno, na periferia, ainda na década de 1970, emerge como uma inscrição nos hábitos da Barra do Ceará. Precariamente estruturado, o sistema de energia elétrica não se estendia às comunidades pobres de Fortaleza:

ELDA - Fiquemo, fiquemo com a barraca. É, a gente fiquemo só nigociando né!? A gente dormia em casa e vinha passar o dia na barraca né!? Aí o movimento

¹²Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

foi melhorando e a gente foi ficando a noite. A vez fizemo uma freguesia a noite, né!? Ai a gente passava a noite todinha. Podia durante o dia fechar a barraca e ir pra casa dormir e trabaiá só de noite que o movimento era... Total. Era fatal. É, de noite a gente vendia duas, três caxa de ceveja. À noite que os outro barraquero iam tudo simbora né!?

GLÓRIA - Eu sei. Ai ficava só vocês?

ELDA - Só ficava nós. Só ficava eu e o meu marido lá. O resto ia tudo simbora.

GLÓRIA - E tinha o movimento. Quem é que ia, assim à noite?

ELDA - Tinha, tinha muita gente ali, ali toda vida foi freqüentado...ali...

GLÓRIA - Quem é que ia, era o pessoal ali dos arredores?

ELDA - Dalí, Daquelas ária.

GLÓRIA - Ou o pessoal que vinha de longe?

ELDA - É o pessoal do Nova Assunção, Jardim Petrópolis. Pó ali: Jardim Iracema. Por ali: Jardim Iracema. Sabia que à noite tinha aquela barraca, à noite ali. Ai saiam farriando aí passava. Ficava lá. Lembra daquela novela do Pai Herói?

GLÓRIA - Sim, lembro.

ELDA - Naquela época eu levei a minha televisão Fizemo um poste. Aí instalemo nergia nas barraca, né!? Cada barracatinha um bico de luz pra ligar o som, né!? Ai eu levei, levava a minha televisão pra lá. Ai de noite. Mas menino!!! Ta...Chei de casalizim namorando e assistindo a novela.

GLÓRIA - Assistindo a novela!? Há, há, há, há!!

ELDA - Ai eu vendia toda noite. Eu vendia 20 quilo de peixe com uma panela de baião-de-dois. Ai a gente passava a noite todinha trabalhando dia e noite, dia e noite, dia e noite. Quando era noite de terça-feira, o dia mais ruim. Toda vida na praia a terça-feira sempre foi fraca. Ai a gente num trabaiava. Era o dia da nossa foga. Ai quando era quarta-feira, ai a gente trabaiava até. De quarta até segunda-feira de novo. E terça-fera era fogado. Ai eu sei que quando foi in 80...

GLÓRIA - Quer dizer que todo dia tinha esse movimento?

ELDA - Tinha, todo dia tinha esse movimento. Aí tinha o pessoal do Regatas...

GLÓRIA - Tanto à noite como de dia?

ELDA - Era Tinha o movimento do Regatas que o Regatas funcionava, né!? Ai quando terminava o movimento uma e meia, duas hora, ai os funcionário ia lá pra casa. Pa minha barraca.

GLÓRIA - E o que é que tinha lá no Regatas.

ELDA - Tinha festa. Festa dançante assim. Jantar dançante tinha...

GLÓRIA - E tinha todo dia?

ELDA - Todo dia, todo dia!

GLÓRIA - E o ano todinho?

ELDA - Sim. Ali, aqui, acolá formava aquelas festinha, reunião. Tinha aquela outras. Como é que se diz, chamo é, é, reunião de, de firma, né!? Aquele pessoal fazia aquelas reunião pá, né!? O que é que ia decidir nas firma. Ai fazia aquele jantar, aquelas, né!? Aquele, aquela serenata, aquela seresta. Toda noite tinha som lá no Regatas. Que quando incerrava o movimento, aí eles iam pra lá jogar baraiio; tomá ceveja; tomá cana. Aqueles que gostava de beber cana tomava cana. Aqueles que gostava de tomar ceveja bebia ceveja, até de manhã. Agente manhecia o dia lá.¹³

O significado do comércio na praia por vendedores que moram na Barra do Ceará aponta para a necessidade de um constante e improvisado. Nesse afã, o saber dar formas as oportunidades é fundamental para a construção da trama que no final do século XX multiplica-se em dispersos movimentos de diversos vendedores nas restingas da praia da Barra do Ceará. Entre as negociações, uma das formas mais criativas é a comercialização de *kits*-bronzadores, recurso para produzir o embelezamento do corpo e a manutenção de vendedores na rede de negociações do comércio informal de Fortaleza.

¹³ Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzador*. Entrevista citada.



Em março de 2003, José Raimundo comprou um ponto de venda debaixo da ponte sobre o rio Ceará. No dia seguinte, um domingo, desce as ruas do morro onde mora, perto da ponte, as seis horas da manhã, empurrando os seus carrinhos. Um deles foi adquirido na compra do ponto; e um outro, maior, será estacionado pelo comerciante na estreita faixa de espaço entre a ponte e o antigo Clube de Regatas, hoje Barra Show. Nos carrinhos, José Raimundo conduz diversas mercadorias para venda, entre elas o *kit-bronzeador*.

O dia não está muito bom para as vendas, pois é domingo e a concorrência aumenta muito. Entre um carrinho e outro, junto a sua companheira, administra suas pequenas vendas, procurando brechas entre os muitos vendedores que oferecem produtos aos banhistas. Pensa em uma forma de arranjar um lugar para passar a noite, pois no quartinho que um amigo lhe arranjou não vai ser possível mais ficar, pois o colega alimenta ciúmes da esposa.

Logo se vê que seu Raimundo não tem a condição de João Linhares como mostra seu depoimento anteriormente citado. É um vendedor que passa por necessidades agudas, não tem moradia. Raimundo está em situação pela qual muitos comerciantes da praia da Barra do Ceará já passaram ou passam. Ele enfrenta a situação de, no domingo, apesar de manter-se trabalhando, não ter como garantir um lugar para morar ou mesmo negociar.

José Raimundo Martins da Silva¹⁴ é vendedor da Praia da Barra do Ceará, onde também mora. De estrutura magra e mediana, todos os dias ele desloca os seus carros de vendas da casa onde mora, na subida da duna localizada na avenida Radialista José Lima Verde – entre a ponte e o Pólo de Lazer—até

¹⁴José Raimundo Martins da Silva, 40 anos, vendedor que negocia em carrinhos de carcaça de geladeira. Entrevista concedida em 09/03/2003.

o ponto de venda debaixo da ponte sobre o rio Ceará. Tem quarenta anos e veio para Fortaleza em 1987. Antes, morava no Trairi (município a 100km de Fortaleza)¹⁵, onde trabalhava no roçado, arando um sítio. Magoou-se com seu patrão, que substituiu as belas e produtivas plantações que fazia no sítio por terras de criação de gado. Desgostou-se do trabalho na roça. Quando um primo seu o convidou para trabalhar como fiandeiro na Fiação Jangadeiro (Tebasa), seu Raimundo veio morar no Álvaro Weyne, bairro nas proximidades da Barra do Ceará e onde se localiza a indústria na qual veio fiar. Em 1999, seu Raimundo foi despedido. Um defeito físico na perna adquirido através de uma injeção, que tomou no "Frotinha" de Antônio Bezerra (Hospital José Frota de Antônio Bezerra), e lhe impôs limites. Desde então, tentou várias formas de trabalho, como montar padaria, vender confecções. Também lutou para construir a sua casa de mutirão na avenida Francisco Sá.

Entre trocas de casas e a sua separação conjugal, seu Raimundo veio morar na Barra do Ceará, quando um amigo ofereceu um cômodo em sua casa e o aconselhou a trabalhar como vendedor no calçadão da avenida Radialista José Lima Verde. Hoje, possui duas pequenas embarcações com as quais produz alguns quilos de peixe para venda e alimentação doméstica, tem dois carrinhos de vendas de produtos variados, vive com uma companheira, que está grávida, e insiste em dizer que não está casado.

Garantia de venda articulada à demanda por parte dos banhistas, o elemento que garante o bronzamento não falta nas banquinhas e carrinhos de vendedores. Seu Raimundo, na conversa que mantive com ele, debaixo da ponte sobre o Rio Ceará, falou-me do produto que mais vende, o *kit-bronzeador*:

GLÓRIA – E o que é que o senhor vende, aí?

¹⁵Trairi: ver nota nº10, pag 35.

RAIMUNDO – Vem água, começando pela água, né!? Tem água mineral e de saquim, é bom-bom, recheado, bulim, doce, pipoca, chilito. Sim! Tem cajuina também...

GLÓRIA – O que é que o senhor vende mais? O que é que sai mais, o que é tem mais saída?

RAIMUNDO – É isso aqui, oh?

GLÓRIA – O *kit*-bronzeador?

RAIMUNDO – Isso!

GLÓRIA – Quer dizer que é o *kit*-bronzeador que é bom.

RAIMUNDO – Quem é o freguês disso aí? É as muié!

GLÓRIA – Há, há, tem, tem certeza que é só mulher?

RAIMUNDO – Eu vendi bem uns seis, eu vendi uma garrafa d'água e uns três saquim só! Não vindi nem um saquim de pipoca, nem um chilito, é! Ah, sim também o cigarro também sai muito, apesar de fazer mal pra saúde o pessoal compra muito.

GLÓRIA – Tanto homem como mulher?

RAIMUNDO – A mulher fuma meno, o homem fuma mais. Ao contrário do L'Oréal, né!? que a mulher compra mais.

GLÓRIA – Quanto que o senhor disse que vendeu hoje?

RAIMUNDO – Eu vindi seis.

GLÓRIA – Ai vendeu a um real.

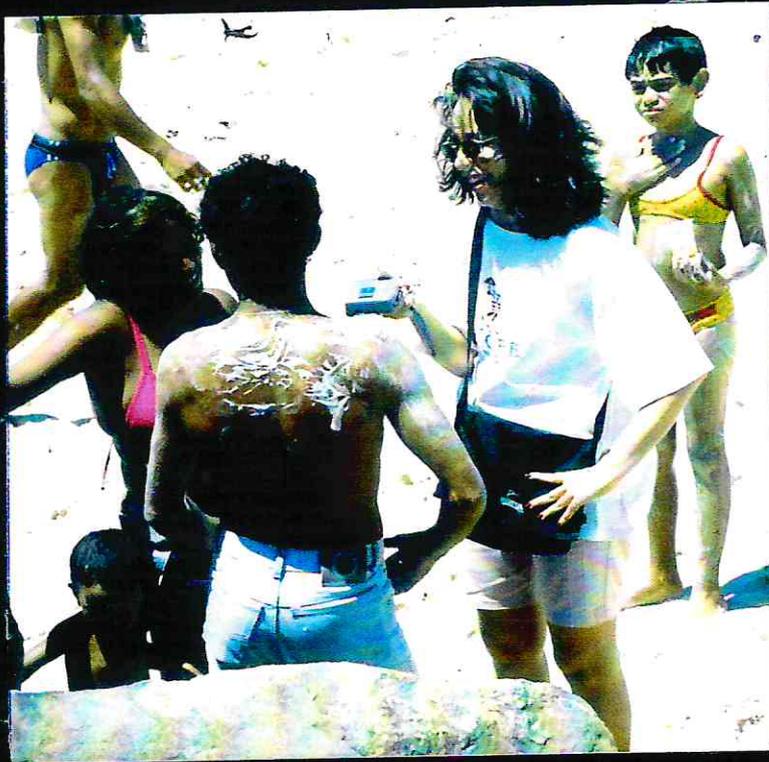
RAIMUNDO – É a um real.

GLÓRIA – O pacote todinho?

RAIMUNDO – É aí tem o vidrim de óleo, e pacotim de armuníaco pra misturar com a água, pra fazer o, o L'Oréal¹⁶

Invenção de quem negocia na praias urbanas, o *kit*-bronzeador prolifera pela Cidade como pequeno empreendimento doméstico, como tática de sobrevivência de uma população pobre que aumenta em Fortaleza. Ao mesmo tempo, nesse movimento, os vendedores reforçam as configurações do comércio de produtos estéticos na Cidade. Dona Elda me fornece os indícios da forma como os vendedores constituem o pequeno comércio de *kits*-bronzeadores:

¹⁶Seu Raimundo. Vendedor que negocia em carrinhos de carcaça de geladeira. Entrevista citada.



As tomadas fotográficas captam corpos escuros de cabelos clareados e queimados que o comércio de *kit*-bronzeador ajuda a proporcionar.

A utilização do Kit espalha-se pela praia, por pequenas bancas e por corpos. Estes buscam compor imagens referendadas a uma estética forjada em meio aos estratos populares. Vendedores participam da trama do comércio de *kits*-bronzeadores articulando-se com elementos que ordenam o mundo de homens, mulheres e crianças frequentadores das areias e pedras da praia da Barra do Ceará.

GLÓRIA - E a senhora sempre vendeu?

ELDA - Não, eu vim vender depois que eu vim, que eu construí a minha casa daquele lado ali, foi que eu vim vender. Mas antes, logo quando eu cheguei, eu não vendia não. Nem dava tempo eu vender. Que tem que tê uma pessoa ixclusivamente só praquilo. Né!? Por que quem canta não assovia né!? Ou eu tomo conta das coisas: torra o peixe, do caudo, essas coisas assim. Então ia vender os Loreal. Aí num dava. Aí depois que o movimento caiu mais. Aí foi que eu comecei a vender os bronzeador, que o meu movimento fracassou mais um pouco...Aí eu inventei de vender. É tanto que quando eu comecei a vender, eu comecei de um cara que eu guardava lá em casa, aí eu peguei dele pu mode eu vender pa pagá no racha. Aí eu vi que tinha futuro. Aí lá fui butei pra mim. Eu sozinha por que sempre eu, eu nunca que tinha lucro com ele. Só trabaiava pra ele!! Mas contanto que eu fiz uma freguesia, né!? Ai, ai eu comecei pra mim.¹⁷

A necessidade, a privação, esgueira-se entre as relações de vendedores ambulantes. É nessa economia da troca de necessidades que o comércio de rua dos vendedores multiplica-se, fazendo emergir, no espaço social da praia da Barra do Ceará, modos de sobrevivência, como também atribuições de significados dos usos das demandas que a praia, seus trabalhadores e freqüentadores organizam.

Michel de Certeau estudou bem tal economia. Em pesquisa no Brasil, pôde perceber o campo de constituição de uma cultura muito ordinária baseada no sucateamento. Entre a permanência de poderes constituídos e injustiças, trocas solidárias, pessoas pobres dão golpes no terreno da ordem estabelecida. Prática da tenacidade própria de uma cultura que sabe manter o ritmo de sua árdua sobrevivência: *"a Cultura "Popular" seria isto e não um corpo considerado estranho, estraçalhado afim de ser exposto, tratado e*

¹⁷Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

“citado” por um sistema que reproduz, com objetos, a situação que impõe aos vivos”¹⁸

Assim, a pesquisa segue na observação do movimento de rua na praia da Barra do Ceará. Nesse ritmo, o número de vendedores de *kit-bronzeadores* leva a minha atenção para espaços diversos, recantos da comunidade onde a venda se expande, territórios fragmentados de vendedores que, fugindo da concorrência, vão criar, nas mediações da praia, espaços da suas experiências. Forçando as estreitas margens de lucro, abrem possibilidades e garantem a sobrevivência.

Sobre a multiplicação das vendas de *kits-bronzeador*, sua proliferação nos recantos da Barra do Ceará, dona Elda reflete:

GLÓRIA - Eu cheguei a freqüentar a Barra quando eu era criança e adolescente. Todas as férias, todo dia, eu ia pra lá e, quando eu estava estudando, eu ia nos finais de semana. Mas eu não me lembro desses *kits-bronzeadores*. Pelo menos a quantidade que tem hoje. Porque hoje todo mundo vende!

ELDA - É porque agora é demais. Naquela época não é todo mundo que tinha, né!? Nem era todo mundo que butava, Né!? Mas agora e se brangiu demais. Todo mundo quer. Sabe por que? Porque dá lucro, é por que dá lucro. Aí todo mundo quer butar por que sabe que ali vai ganhar. Aí todo mundo sabe que é um trabalho que tem. Não é pesado, nem dá esses trabaio todo. É só vendendo ali, butando dinheiro no bolso. Todo mundo quer butar. É isso. Exatamente. É por isso que tem muita gente vendendo por que é, é demais. Aquilo tem lucro.

GLÓRIA - Eles gostam mesmo. É um produto que o povo compra?

ELDA - E é dá mais saída.

GLÓRIA - E mais mulher ou os homens também compram?

ELDA - Não, o homem também compra. Que tem é os, aquele cabocado gosta de pintar os cabelos e os bigode, ficar todo loro, né!? Tem deles que compra. Compra

¹⁸CERTEAU, *A invenção do cotidiano—artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 88-89.

parafina também, pra bronzear, bota um o leozinho aquele de pacotim ali quase todo dia ali eu vendia quase meia caixa desses kit, quase todo mundo tem.¹⁹

No ponto do Grande Circular (ônibus que rodeia toda a periferia de Fortaleza), em frente o Kassamba Motel ou na esquina da Francisco Sá, ainda na avenida Coronel Carvalho, próximo à antiga estação do hidroporto e ao motel "Cê que sabe", há vendedores de *kits* negociando. Ainda nas praia das Goiabeiras, em frente ao antigo restaurante do Pólo de Lazer avistam-se pequenos negociantes. No trecho da avenida Radialista José Lima Verde entre a ponte sobre o rio Ceará e o Pólo de lazer, vendedores de *kits*-bronzeador misturam-se a mulheres de corpos branqueados pela espuma da água oxigenada misturada ao amoníaco. Banquinhas com crianças vendendo podem ser avistadas. Um "zoom" sob o movimento desses trabalhadores conduz a organizações familiares para que a venda se sustente.

Conseguem bom desempenho os vendedores que, articulados com netos, filhos e irmãos agregados, organizavam seus comércios. Cansativo, extenuante, penoso e com baixo rendimento, o trabalho com a negociação dos *Kits* requer a colaboração de muitos. As crianças são fundamentais nessa configuração de papéis sociais que garantem a entrada de poucas cédulas na economia familiar. Morando com avós, recebem ordens direto destas ou das mães. Mães "fazem-se" através do trabalho de seus filhos, táticas de multiplicação de moedas.

Poucos vendedores teriam como se manter negociando sem o uso do trabalho de seus familiares e agregados. Alguns barracos assemelham-se a oficinas, agrupando atividades de confecção dos *kits*. Outros parecem depósitos de copos reciclados, caixas de água oxigenada e sacos de amoníacos, nos quais os membros de famílias juntam-se para dar forma aos produtos para venda.

¹⁹Dona Elda. Vendedora de *kit*-bronzeador. Entrevista citada.

Chefes de família, enfrentando a fome, a falta de moradia, de emprego na indústria e no grande comércio, são empurradas a tomar a liderança de suas famílias e dos pequenos negócios. Em frente ao motel Kassamba, no ponto do ônibus Grande Circular, Chica Sapatão (Francisca?) segura o seu negócio com *kits-bronzeadores* trabalhando com familiares:

ELDA - ...Teve uma mulher lá que. Chamam ela a Chica Sapatão. É ela; é os filhos dela; é as nora; é os genro tudo vendendo pra ela. Por quê? Porque dá lucro. Ela espaia na praia todinha. Tem uns que vende aqui pra praia do futuro. Tem outro que vem pro Icaraí, Cumbuco. Ela espaia no meio do mundo. E ali na bera da praia ali. Os filho menor fica tudo ali perto dela é bem uns cinco ou é seis. Tudo vendendo pra ela. Todo aquele que você vê só com os copo na mão, assim, pra cima e pra baixo. É filho dela. Ela fica lá na esquina do Kassamba, assim, desse lado. É uma veona gorda. Aí espaia os meninos quando chega, quando para um ônibu ali um Grande Circular, eles já tão na porta do ônibu. Ali com os copo na mão, só falta esfregar na cara dos pessoal que desce do ônibu.

GLÓRIA - Exatamente, exatamente. Agente desce e o povo pula em cima da gente.

ELDA - É, é. Pois tudo é filho dela, dessa muié.

GLÓRIA - E quer dizer que ela vende em outras praias?

ELDA - Vende! Ela bota pra outras praia. É ela ispaia. tem... Tem um filho dela que é já um rapazão. Já parece que até casado ele já é. Ele vende aqui pra Praia Futuro. Tem um outro que mora, que vende pro lado do Icaraí, Cumbuco. Nas féria ele sai de casa bem cedim. *Pessoal nós vamú simbora- apanha o ônibu-Vamú simbora.*²⁰

Muitas vezes, mulheres que conseguem manter suas pequenas agências são vistas pejorativamente por vendedores. Enquanto multiplicam a quantidade de suas rendas trabalhando

²⁰Dona Elda. Vendedora de *kít-bronzeador*. Entrevista citada

com filhos e netos, são associadas aos tradicionais papéis masculinos de autoridade familiar. Pela comunidade são "taxadas" de histéricas, estressadas, "brutas". Na sua auto-imagem, acham-se "doentes dos nervos". A carga de responsabilidades na organização do negócio e das questões familiares cansa e fatiga, mas a noção das responsabilidades de mãe e esposa mantém-nas em coesão com a família e em local de liderança. Muitas vezes pressionadas pela idéia que "a língua do povo castiga", outras, movidas por princípios cristãos católicos, protestantes ou afro-brasileiros, elas tomam a frente das decisões familiares para cuidar dos filhos, ainda que em outros aspectos o esposo mantenha a autoridade através da violência doméstica, da força ou simplesmente "no grito".

A socióloga Teresa Haguette problematizou essas relações sociais encadeadas por táticas de sobrevivência e pelo comércio de rua como fluxo de renda complementar e familiar na cidade de Fortaleza na década de 80: "*Redes sociais e culturais da família tem um papel altamente relevante e decisivo na sobrevivência da população pobre de Fortaleza.... Famílias extensas, com índice de natalidade alta sugerem a permanência, já bastante antiga do cinturão de pobreza na cidade de Fortaleza*".²¹ Entretanto, o papel da mulheres como chefes de família não foi acentuado pela socióloga. A organização informal do trabalho permanecia na sombra do trabalho operariado, no que toca à produção sociológica daquele momento. O trabalho doméstico e informal permanecia invisível na produção científica e com ele os papéis femininos.

A organização familiar, todavia, ocorre mediatizada pelo trabalho de mulheres, chefes de famílias²² que autorizam a

²¹HAGUETTE, Tereza M. F. **O mito das estratégias de sobrevivência: Um estudo sobre o trabalhador urbano e sua Família.** Fortaleza: Edições UFC, 1982, p 37,38. Sobre o envolvimento da Família nas atividades de trabalho ver: SANTANA, Charles A. **Fatura e ventura camponesas: trabalho, cotidiano e migrações. Bahia: 1950-1980.** São Paulo: Annablume, 1998, p. 36-69. SILVA, Maria A M. "Fiandeiras, tecelãs, oleiras... redesenhando as grotas e veredas". **Projeto História,** São Paulo: Ed. Educ., Nº 16, 1998, p. 75-104. LUCENA, Célia T. **Artes de lembrar e inventar: (re) Lembranças de Migrantes.** São Paulo: Arte e Ciência, 1999, p.50-54

²²IBGE Cidades. www.ibge.org

convivência de filhos, netos, sobrinhos e coordenam os trabalhos das suas pequenas agências.

Dona Zilda, vendedora de quentinhas na Barra do Ceará, matiza essa trama de mulheres que organizam a família como meio de manter a pequena oficina doméstica, junto com outros vendedores como João Linhares, negociante de *kit-bronzeador*. Ela faz parte de uma das faces mais obscura do comércio de rua: a utilização do trabalho infantil como tática dos pais para multiplicar moedas; permanência histórica na cidade de Fortaleza, coloca em xeque o projeto de modernização da Cidade que quer se projetar como turística.

* * *

Em 1991, em um dia movimentado na Praia de Iparana, do outro lado da Barra do Ceará, Júnior foi achado boiando nas águas da maré que chegam até o rio Ceará. Tinha apenas quatro anos. Sua mãe, vendedora de marmitta e barraqueira ocupada em passar trocos descuidou-se, e, quando procurou o menino, ele já estava sendo socorrido por banhistas. Depois de tentativas de ressuscitá-lo, ele enfim deu sinais de que ainda estava vivo. Imediatamente, a mãe pegou uma viatura que transitava na orla e levou Júnior para o hospital. Chegando lá, os médicos o desenganaram e dona Zilda fez promessas: se seu filho vivesse, ela voltaria a ser crente e freqüentar a Assembléia de Deus. Depois de ser colocado na sonda e no balão de oxigênio, Júnior conseguiu sobreviver. Seu primo, também de quatro anos, não teve a mesma sorte e faleceu afogado, nas águas da Iparana.²³

²³Zilda da Silva, 37 anos, vendedora de quentinhas, marmittas com baião de dois. Entrevista concedida em 02/01/2003 e 15/01/2003

Junior tem hoje 11 anos e cinco irmãos, dos quais três trabalham com ele na praia, vendendo quentinhas. Filho de pais que desde a infância também trabalhavam, Junior e seus irmãos, entre tantas outras crianças, é parte da longa história brasileira de exploração do trabalho infantil. Na década de noventa do século XX crianças e adolescentes espalham-se pelas ruas da Cidade, desenvolvendo variadas atividades, em busca de aumentar a renda familiar. Nessa tentativa, estão expostas a perigos, violências, discriminações.

Dona Zilda da Silva ²⁴, 37 anos, nasceu em Fortaleza, na Barra do Ceará, é “junta” e tem seis filhos. Aos 10 anos perdeu o pai e, a partir de então passou a ajudar, de forma mais direta, à sua mãe, que ficara responsável por criar quatro filhos “de menores”, entre os dez que tinha. Para sobreviver com esses quatro filhos, a mãe de dona Zilda pescava no mangue e vendia o peixe na Conde d’Eu, na Beira Mar e na Leste-oeste. Dona Zilda, desde criança, trabalhava pescando no mangue e vendendo peixe de porta em porta nas ruas da Leste-oeste. Às vezes, ia negociar nos restaurantes na Beira Mar. Para tanto, sua rotina de trabalho era: estudava pela manhã e, quando chegava do colégio, ia direto para o mangue debaixo de sol. No mangue mesmo, junto aos seus irmãos, preparava a alimentação e ali poderia permanecer até cinco horas da manhã do outro dia, dependendo da maré. Por vezes, ia com sua mãe negociar na Conde d’Eu, no mercado central de Fortaleza. Muitas vezes, sem dinheiro, a mãe de Dona Zilda contava com a ajuda de barqueiros que permitiam que ela atravessasse nas barcas de graça e lhes arranjavam *trocados* para a passagem do ônibus. Mais tarde, dona Zilda tornou-se garçonete na barraca de sua irmã, mas também procurou a prostituição como um caminho para conseguir alguma comida para seus filhos. Há treze anos, se apossou de um terreno baldio nas margens do rio Ceará, onde construiu um barraco de papelão e madeira. Hoje o

²⁴Dona Zilda. **Vendedora de quentinhas**. Entrevista citada.

barraco transformou-se em uma construção de tijolos sem reboco, de piso de areia batida, telhado rebaixado, quente, em meio a uma pequena favela localizada nas "áreas de risco" do rio Ceará.

Dona Zilda criou seus filhos em meio a desesperos²⁵ e, trabalhando de garçoneiro, negociando comida nas ruas da Barra do Ceará e na sua barraca na praia de Iparana ou se prostituindo. Na montagem dos seus precários negócios, a família foi a estrutura necessária para que ela apostasse na negociação de comida. Se, de um lado, foi criada no mangue e nas ruas e areias da Barra do Ceará, encaminhada pela mãe, por outro, faz parte de uma permanência social que se atualiza em forma excludente. O trabalho dos filhos aumenta a rentabilidade e as oportunidades de lucro: sobre a renda proveniente da venda de marmitas e a participação do trabalho de seus filhos nesta, dona Zilda me diz: *"Aí pra mim dá, pra mim dá, por que eu num pago os meu fii, só são os meu fii que trabalha, como nós mermo que faz, nós mermo que vende, mais que pouco, é! Hum real uma marmita, mais tem que ser por que se for vender a mais num vende"*²⁶.

A negociação de marmitas só é lucrativa pela exploração da força de trabalho infantil. Com quatro filhos trabalhando na praia, vendendo nos finais de semana e dedicando energia para viabilizar quantidades maiores de venda, dona Zilda só consegue manter o negócio através do trabalho dessas crianças. Entretanto, as condições de vida permanecem precárias e poucas são as oportunidades de crescimento saudável e aprendizagem formal. Em geral o esforço garante apenas uma sobrevivência imediata.

Quando a questão do início do trabalho das crianças é trazida para dona Zilda, ela não consegue oferecer uma resposta objetiva quanto à idade, indicando que muito cedo essas crianças começam a trabalhar de forma que a mensuração da idade se perde na memória:

²⁵Dona Zilda. **Vendedora de quentinhas**. Entrevista citada

²⁶Dona Zilda. **Vendedora de quentinhas**. Entrevista citada

GLÓRIA – Certo, voltando às vendas das marmitas. Os meninos, quando foi que eles começaram a vender? Quando foi que tu viu que os meninos podiam ajudar, podiam ficar trabalhando com você?

ZILDA – Eles piquininim, né!? Ai eu: vamo meus fii vender. Butava dento duma caxinha, ai toda vida eles vendo aquele meu jeito, na praia, né!? Como é que eu fazia, né!? Quando eu num fazia, ai eles via, né!? E eu pegando, aquele ritimozim, toda vida eles forum danadim, sabel!? Meus meninos. Ai se eu sair, pu exempro, se eu sai e disser, hoje tem que fazer essas quentinha, não tenho tempo: tu faz Bruno? Faço. O de doze ano, né!? Ele diz: *faço, mãe*. Ele mermo faz as marmita e manda.²⁷

A precocidade com a qual começam a trabalhar é sinalizada no discurso pelo diminutivo das expressões referentes às ações das crianças. Entretanto, o fato de terem uma ação participativa no trabalho familiar não lhes garante reconhecimento. Visto pelos pais como uma obrigação, o trabalho das crianças não é percebido como esforço, e é discriminado, quando é caracterizado num ritmo pequeno em que a sua produção aparece apenas como um pequeno complemento. O trabalho infantil é considerado apenas como uma pequena contribuição, ou seja, o reconhecimento do trabalho das crianças só se dá de forma muito vaga e no sentido da alta da rentabilidade:

ZILDA – Não porque eles passam a semana sem fazerem nada, né!? Só no colégio. Ai quando é aquele finalzim de semana, que é sabu e domingo, aí eu vô pra praia, aí eles vão comigo, né!? Ai eu faço aquela mamitinha, né!? Nós vamo vender, né!? Quer dizer que o trabalho deles.... é isso, né!? Mas eu nunca recebi uma bolsa escola, o governo nunca me deu nada... eu tive que butá os meus fii pá trabaiá, mas eu, no final de semana, por que eu nunca ricibi nada.

²⁷Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada

GLÓRIA – Mas se você pudesse, você...

ZILDA – Ah se eu tivesse um, um, um ganho certo do governo pros meus filhos e que desse, eu num, nem eu mermo iria num sol daquele, principalmente eu que tenho começo de derrame. Eu sô doente, se eu pega muito sol, tem tempo que divido eu ficar só perto do fogo, ali fazendo, tem tempo que eu fico todo, o meu rosto fica só aquelas pataraca preta, no meu rosto começo de derrame, eu já tive duas veze. O médico diz que, a próxima vez, eu num escapo. Eu já sai daqui olhando e andando, no começo dessa ponte, até o final da ponte, você só via poça de sangue em mim, por que eu tive um começo de derrame.²⁸

Embora dona Zilda não tenha conseguido a bolsa-escola, é beneficiada por projetos estrangeiros consorciados à Igreja Católica e ainda com doações da Igreja Protestante:

ZILDA – ...E eu não tenho o benefício, nem esse Bolsa Escola eu ricibi, nunca ricibi. Graças a Deus que eu também agradeço muito essas irmã de caridade porque elas, o meu filho, o meu filho quando estudava na creche, no colégio dela, na creche dela, ela bateu um retrato dele né!? E levô pá Alemanha e lá ela arrumô um padrinho pá ele, né!?

GLÓRIA – O quê?

ZILDA – Um Padrinho.

GLÓRIA – Ah foi? Ai ele manda dinheiro pra ele ?

ZILDA – Manda, às veze, ai de dois in dois mese ele manda, às veze duzentos reais (R\$200,00), às veze vem cento e trinta (R\$130,00), às veze vem noventa (R\$90,00), né!? De dois em dois meise, e às veze não vem, mas quando vem, por exempro, se vem pra vinte mãe, às veze não vem pru meu, mas eu agradeço a Deus por que vem pra otras mãe mais necessitada, né!? Que precisa, mas na otra vez já vem pru meu. Num é todo os mês, mas de dois em dois mês, de três em três mês, as

²⁸Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada.

vez vem essa mensalidazinha, né!? E irmã dá gente, manda chamá. E a gente vai levando, que hoje, que hoje em dia eu também já tenho o que eu num tinha, né!?, Minha casa só era um vãozim. Com essa ajuda dela, das irmã, que vem esse dinherim e com esse trabalhozim nosso, dessa marmita da barraca é que hoje em dia a gente tem essa cazinha que Deus deu.

GLÓRIA – Agora me explica uma coisa, você é evangélica, né!? E recebe ajuda das freiras que são católicas.

ZILDA – É, é

GLÓRIA –....Isso não dá problema?

ZILDA – Dá não, porque, porque...num dá porque primero de tudo elas quando ele, eles, quando eles

GLÓRIA – Por exemplo elas não querem que você seja católica?

ZILDA – Não, não, não.

GLÓRIA – Nem que você vá se congrega na igreja delas?

ZILDA – Não, não porque ela mesmo diz, oh, quando chega esse dinheiro, ela manda avisar, né!? Oh, mãe fulana de tal, vê, passar amanhã as nove hora no colégio. É tanto que elas nem intrega nas casa delas, ela intrega no colégio, ela mando chamar a gente vai aí ela diz: oh pessoal tá aqui os padrim de você de,de, do menino, do Antônio Luiz tá aqui mandô a quantia de centro e trinta reais (R\$130,00). Aí vem o envelopizim, quantia de (R\$130,00): mas você escreva se comunicando, mande a foto da criança pá eles vere lá, né!? Como a criança tá viva, né!? Como essa é que a criança tá, e esse dinheiro vocês faça, compre, nada de brinquedo, vocês compre roupa, vocês compre alimentação, tá entendendo? Pra criança, não é pá comprar só pra um, se tem cinco irmão é pá comprar pá todos os cinco, vocês sabe apoveitar esses dinhero, essa mensalidazinha pra eles. E quando vem eu digo: Irmã eu butei lá em casa fiz um quarto, comprei uma cama pra eles, né!? Comprei um objeto que sirva pra dentro de casa, pá servi pra eles, e pronto. ela nunca querem.

GLÓRIA –... Que você vá ao culto, a, a missa, na igreja?

ZILDA – Não e elas sabe, muitas mãe evangélica também, elas já sabe, porque ai já foi, já vem desses padrim que a gente nem conhece, né!? Que a gente nem

sabe quem é que toda noite a gente ora, pede a Deus que, que Deus dê muitos anos de vida a eles, né!? E a elas também, né!? Que conseguiu isso pá gente. Eu sô muito grates a ela

GLÓRIA – E a Igreja Protestante ajuda, em alguma coisa?

ZILDA – A nossa?

GLÓRIA – Sim.

ZILDA – Ajuda! Se, por exemplo, a gente conta pu pastô, pasto tô passando isso, tô passando aquilo. Pastô também ajuda.

GLÓRIA – Também tem um programa assim.

ZILDA – Ajuda, é, pu exemplo, eu que nunca cheguei, a, a preguntá a ele, mas se eu chegar e disse, suponha: pasto eu to precisando, eu não tenho o meu gás. Ele no culto, ele vai, pede que tem um irmão necessecitado, mas só que ninguém sabe quem é, né!? E ele adquire e leva pa ajudá.²⁹

Do que dona Zilda me diz, fica mais do que evidente a importância das crianças na obtenção de recursos materiais para o sustento da família. A participação delas na renda familiar é, pois, significativa e não podendo se configurar apenas como um auxílio. Em uma economia que funciona com o referencial de um real, R\$130,00 três vezes ao ano, é uma ajuda relevante. Imersas em um cenário de pobreza, as famílias vêem os filhos como táticas no sentido de se manterem.

O assistencialismo de instituições estrangeiras e religiosas é também canalizador de centavos em um espaço de construção de vida muito precário. Mães, chefes de famílias, encaminham seus filhos para programas de base religiosa. A troca de favores com padres, freiras e pastores facilita o trabalho com negócios e espanta, momentânea e ocasionalmente, as dificuldades.

A situação de pobreza em que essas se mães encontram as empurra para articulações também com programas governamentais que se multiplicam nas áreas periféricas de Fortaleza. O hábito de

²⁹Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada

alistar os filhos em programas representam meios de colocar os filhos em diferentes estratos de uma cidade complexa nas suas configurações sociais.³⁰

Os pais justificam a permanência dos filhos em uma linha moral que dá relevo ao controle do tempo livre infantil. Acreditam que as crianças, no trabalho, estarão longe da violência e as desvirtudes da rua. Para dona Zilda, os filhos estão mais seguros trabalhando:

GLÓRIA – E assim, alguma vez você teve problema, com o juizado. Assim, com esses meninos trabalharem ou com essa própria Instituição, por que ele tendo padrinho, não podia trabalhar? Teve algum problema?

ZILDA – Não, não nunca houve, nunca teve assim problema, por que realmente ele tem esse padrim, mais num é toda vida que manda, né!? Num é toda vida. É assim duas veze no ano, três veze no ano que vem aquela quantiazinha, ou aliais é, é, é pouco. Mas a gente acha bom vim por que ela ajuda, mas a maior parte tem que, que se visti, tem que compá um sabonete, tem que compá um tênis, tem que compá uma meia, tem que compá uma blusa, tem que compá uma bermuda. Ai a gente sempre tem que compá uma muchila. Aí tem que compá isso, compá aquilo ai, eles tem que ajudar, né!?

E sempre é bom a gente butar os filho da gente pá ajudar a gente por causa que, hoje em dia, do jeito que o mundo tá, né!? Às veze um filho trabaia com pai e mãe, se ele tiver aquele tempo trabalhando com aquele pai, com aquele mãe, naquele, naquela fogazinha que ele tiver, fora o estudo, né!? Tiver ajudando pai e mãe, já

³⁰Na década de 1990 uma explosão de entidades se vinculou à Prefeitura de Fortaleza na implantação de projetos com menores de rua. Também foi expressivo, no mesmo período, o aparecimento de ONG's com foco na cidadania. No entanto, o número de crianças de e na rua permaneceu aumentado. O próprio número crescente de entidades abordando as questões infantis já indica a dimensão do problema, em Fortaleza. Não obstante, em 1999 o número de escola de ensino infantil e fundamental, na SER I (Secretaria Executiva Regional I), era apenas de 13 para atender a uma população que em 1998 já alcançava o número de 353.286. Na Barra do Ceará, área contida no âmbito da SER I (Secretaria Executiva Regional I) a população em idade escolar de 4 a 14 anos já chegava a 14.755 habitantes. Considerando os levantamentos da Prefeitura, 4911 crianças eram atendidas pelas escolas da Prefeitura. Isso significa que 9844 crianças, somente na área da Barra do Ceará, representando 2% da população de Fortaleza, estavam fora do ensino regular.

não tem tempo dele tá no meio da rua malinado, né!? Esses menino que de menor que andar por ai, que rouba, anda cherando cola, que nem a gente tá cansada de descer naquele terminal, vê aquela cena aquelas criança tudo pequena. Aquilo ali é porque o pai e a mãe, eu acho que num sobe dá um tempo de intervalo pá aquela criança trabalhá, aprendê a fazê alguma coisa. Eu, se Deus o livre chegar a fechar os olho hoje, os meus filho sabe fazer tudo, meus filho sabe lavar, meus filho sabe fazer comida, meus filho sabe trabalha. De tudo, eles sabe. Sabe pescá, tudo eles sabe fazê.

Então quer dizê que aquilo ali, eles já tão me agradecendo por aquilo ali. Eu num dô tempo de meus filho tá no mei tá rua, não. É do colégio pá casa. Tem as hora de brincá. Tem o quintal grande ai. Eles brinca cum os irmãozim deles. Se vai pra praia, tem aquela horazinha, eu tô vendo ali eles tare brincando. Tomar aquele banho, tere aquele lazer deles, tomar aquele banho, eles tudo: *mãe, mãe compá uma, uma pancha pra mim* - eu compo. Eles tudo tem, uma bicicleta, eles tudo tem. A gente trabalha já pra dá a eles. Pra num ver eles no meio da rua.

GLÓRIA – Mas, nunca você foi incomodada pelo juizado, chegar aqui, falar?

ZILDA – Não senhora, não! Porque eu nunca ricibi nada do governo, nunca tive ajuda.³¹

O senso comum aponta para uma noção historicamente construída: o tempo livre das crianças deve ser controlado no sentido de evitar o pernicioso, imoral, o perigoso. Nesses termos, trabalhar significa ocupar o tempo de tal forma que a imoralidade e o perigo da violência sejam evitados.

Espaço do lazer e do trabalho, a praia é também *locus* da violência e exploração infantil. Nas margens do rio Ceará, ocupam as areias de praia de Iparana banhistas, negociantes, pessoas pobres que buscam formas de lazer e de sobreviver. As crianças fazem parte dessa trama nada pueril.

³¹Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada

O viver as “próprias custas”, a subsistência assentam-se em relações pessoais tensas. Se por um lado, as necessidades diárias empurram pais, mães, filhos, avôs (vendedores de *Kits-bronzeador*) ao convívio mútuo, por outro, para a inserção forçada de crianças no mercado informal de uma sociedade marcadamente excludente. Sob a trama das relações pessoais e familiares movimenta-se um sistema de dominação paternalista que mistura dimensões públicas e sociais—no que diz respeito aos direitos humanos—a processos alternativos de cunho privado, os quais envolvem força, violência, exploração.

Seu Raimundo, Dona Zilda, seu João (O Louro), Dona Elda fazem parte da trama do trabalho de rua na Barra do Ceará. Também trabalhando com os pais desde a infância, como seu filhos, estão enredados nas redes de comércio nas quais o trabalho infantil se encontra. O trabalho infantil é pois um modo peculiar de vendedores de rua se inserirem no hierarquizado comércio de Fortaleza. Frágil, tal comércio mal lhes permite a sobrevivência, mal lhes consente “ir passando”.

1.2. O produto que clareia e bronzeia. Malabarismos e táticas de lucros.

Um aspecto considerável em relação à comercialização de *kit-bronzeador* é quanto à composição deste. Afinal, o que é o *kit-bronzeador*? O que contém o *kit*? Como e quando se dá essa composição? A que solicitações responde? Qual é a sua forma? De que maneira consegue se manter como produto vendável e do gosto do grande público?

O *kit-bronzeador* é um conjunto de elementos químicos, farmacêuticos e estéticos utilizado para a limpeza da pele, para o douramento dos pêlos e cabelos da cabeça e ainda para o bronzeamento do corpo³². Para efetuar todas essas funções, a sua composição não é singela, nem muito acessível³³ a uma população de poucos recursos econômicos. No entanto, o Kit bronzeador não falta nas bancas da Barra do Ceará

A partir de trechos diversos da entrevista com dona Elda, podemos chegar a uma composição bastante complexa dos *kits*. Estes contêm os seguintes elementos:

1. Amoníaco.
2. Água oxigenada.
3. Pequenos sacos para colocar o amoníaco.
4. Óleo em vidrinhos para bronzear. Incolor/ vermelho.
5. Parafina. Incolor/vermelha.

³²Observação participante. Entrevista com Dona Elda. **Vendedora de *kit-bronzeador***. Entrevista citada.

³³O preço do *kit*, na Barra do Ceará é R\$1,00. Essa quantia representa muito para uma população pobre, tanto para os fregueses como para os vendedores que não dispõem de recursos econômicos suficientes para tal gasto. Enquanto vendedores não dispõem de dinheiro para comprar todos os ingredientes do *kit*, nem todos os consumidores e freqüentadores da Praia da Barra do Ceará podem gastar R\$1,00 comprando descolorante.

6. Óleo para derreter a parafina.
7. Copo descartável de 50ml para colocar a parafina.
8. Copo descartável de 250ml onde serão colocados os produtos finais.
9. Um limão.
10. Uma pequena sacola de plástico para o freguês transportar o *kit*.
11. Pigmento para colorir o óleo e a parafina.

Devem ainda ser considerados os utensílios utilizados na preparação dos produtos e do *kit*: fogão para derreter a parafina, mesas de apoio, colheres e facas e ainda caixa para transportar os *kits* já finalizados para a venda.

Todavia, perseguir o como essa composição de no mínimo onze itens foi organizada e a que solicitações ela atende, numa tentativa de captar os seus sentidos, pode significar a busca de um objeto muito fugidio e volátil que, muitas vezes, não se deixa localizar ou situar.

Na própria entrevista com dona Elda, transparece uma certa confusão ao se descrever os componentes do *kit*. Primeiro dona Elda só cita a água oxigenada (implícita no discurso mais presente pela expressão acompanhamento), a parafina, o amoníaco e o palito. Depois, já detalhando mais, ela acrescenta o uso dos pequenos sacos para colocar uma porção de amoníaco (cerca de 20mg) e os copos que, pela continuidade da descrição, parecem ser os pequenos de parafina. Posteriormente, aparece o limão, e finalmente, sacolas de plástico.

A fragmentação do *kit*, no discurso de dona Elda, não apresenta apenas a falta de concisão de sua fala. O estilhaçamento do produto aponta para a forma como os vendedores configuram os componentes do composto, vendendo-os em separado, criando variações. Na forma dessa composição, encontramos a junção de elementos diferentes: espécie de estojo

que contém receita e utensílios oriundos de uma fusão entre os produtos que as grandes indústrias colocam à disposição no mercado de consumo e elementos ressemantizados no cotidiano das classes populares. Aglutinados, esses elementos atendem às volições dos consumidores.

Para atender a solicitações estéticas de um núcleo social de poucos recursos econômicos, circulam, em meio à população de praia, práticas, usos e fórmulas que permanecem numa trajetória tão vigorosa quanto extravagante. Antes de ceder a um enfraquecimento de vendas, o *kit* metamorfoseia-se, revigora-se, multiplica-se em várias formas, conforme os pedidos de fregueses. A partir de rituais estéticos e praianos, necessidades vão aparecendo para os muitos consumidores. Vendedores atentos efetuam mudanças no *kit*, mantendo, contudo, um diálogo com os materiais disponíveis no comércio local. Procedimentos, comportamentos, vão depositando, no estojo, novos elementos enquanto estes imprimem novas formas de se expor ao sol, com novos efeitos.

Enquanto o saber científico torna obsoleto o costume de expor-se por longas horas ao sol e o hábito de usar amoníaco sob a luz solar, uma população pobre cria a própria lógica de lazer e estética, condensada no *kit*. Se a dermatologia execrou o uso de óleo e amônia³⁴ em exposição direta ao sol, uma quantidade significativa de pessoas se deleita passando esses componentes na pele, no espaço da praia. Aquilo que foi condenado pela ciência foi legitimado por uma parte de usuários da praia.

Se o aglutinado contém elementos que mudam de lugar, de formas, de quantidades, não se deve entender essa aparente confusão como uma composição desordenada. Não se deve incorrer no erro de imaginar que os elementos são ali colocados de maneira mecânica e incoseqüente. Ao contrário, cada elemento

³⁴Todas as embalagens dos grandes fabricantes atentam para o não-uso de amoníaco em exposição ao sol. Embalagem de descolorante Biocolor. A utilização do óleo ao sol vem sendo gradativamente condenada pela dermatologia e divulgada por produtores de filtro solar.

tem uma finalidade, são configurados dessa ou daquela maneira a partir de um alvo.

O *kit* bronzeador, ou simplesmente L'Oréal (como é comumente chamado entre vendedores e usuários), tem uma elaboração muito específica, pois mistura produtos do comércio local com materiais reciclados e com produtos naturais. Água oxigenada, parafina, óleo de bronzear e limão juntam-se a copos descartáveis e a palitos de picolés, estes últimos reciclados; uma manipulação de produtos dispostos pela grande indústria que consiste numa segunda produção. Michael de Certeau, sobre a Invenção do Cotidiano, demarcava o campo e a forma dessas operações ordinárias:

“A fabricação” que se quer detectar é uma produção, uma poética - mas escondida, porque ela se dissemina nas regiões definidas e ocupadas pelos sistemas da “produção” (televisiva, urbanística, comercial etc.) e porque a extensão sempre mais totalitária desse sistema não deixa aos consumidores um lugar onde possam marcar o que fazem como os produtos. A uma produção racionalizada, expansionista, além de centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde outra produção, qualificada de consumo: esta é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiqüamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante”³⁵.

O caráter desse composto material é justamente a mescla de vários elementos provenientes de lugares diferenciados e culturas diversas incorporados ao longo do tempo, na medida em que são utilizados, e seus usos são formulados na prática. Populares e ordinários, esses procedimentos jogam com uma cultura

³⁵CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 39.

dominante, modificam leis segundo interesses imediatos, constroem suas próprias lógicas de funcionalidade.

A edição desse projeto se faz com adições e supressões, elaborações de peças. Poética formulada na prática de vendas e negociações que nos remetem a uma época fundante de hábitos praianos, em Fortaleza. A partir da década de 1950, um fluxo considerável de pessoas interessam-se pelo espaço da praia, interesse este institucionalizado em 1962 com o Plano Diretor de Fortaleza, de Hélio Modesto, sob a Gestão Municipal do Coronel Manuel Cordeiro de Neto que define as bases de construção da área da Beira Mar³⁶.

A idéia de um cidade litorânea em que o espaço da praia toma usos multifacetados, desde a década de 1930 vinha se construindo em Fortaleza³⁷. Lugar de moradia, de lazer, de trabalho, as praias de mar passam a encantar banhistas e atraem empreendimentos, num *frison*, paulatinamente constituído. Se entre o final do século XIX e o início do século passado, o mar de Fortaleza estava associado às Exportações e aos bons fluídos, de outra forma, no final do século XX, homens e mulheres pobres como também grupos de pessoas mais abastadas, apreciam as muitas possibilidades litorânea da Cidade. Numerosas, as praias de Fortaleza correspondem a territórios de variadas e tensas

³⁶ LINHARES, Paulo. **Cidade de água e sal: Por uma Antropologia do litoral do Nordeste sem cana e sem açúcar**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1992, p. 206-07

³⁷ Sobre o processo de valorização do espaço da praia em Fortaleza Dantas observa “Entre os anos 1942-1970, confirma-se o processo de construção de cidade litorânea, com valorização das zonas de praia como lugar de habitação, de lazer e de veraneio. Este movimento atingi a praia de Iracema e seu entorno (após a fuga da elite), a praia do Meireles, assim como a praia do Pirambu e o Arraial Moura Brasil, com a construção da avenida Leste-Oeste.

Na praia de Iracema, há o reforço de perfil boêmio, com o estabelecimento de bares e de restaurantes frequentados pela classe média. Observa-se o desenvolvimento de pequeno centro de alimentação, de hotelaria e de lazeres não vinculados à valorização da zona da praia erodida. Em virtude da concentração desses serviços, a praia torna-se ponto de encontro privilegiado da elite boêmia.

No litoral Oeste, usos e atores diversos apresentam-se: o Arraial Moura Brasil, próximo do centro da cidade, o Poço das Dragas, antiga zona portuária, e a praia do Pirambu, no extremo oeste, cuja dinâmica de ocupação testemunha lógicas diferenciadas, resultantes, respectivamente, de políticas de controle social, de políticas de transferência de atividades e do fluxo migratório do sertão para o litoral”. DANTAS, Eustógio W C **Mar à vista: estudo da maritimidade em Fortaleza**. Fortaleza: Museu do Ceará/ Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2002, p. 57-58. Sobre a construção de territórios praianos, ver também CORBIN, Alain **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

experiências, entre tantas, o trabalho articulado a demandas estéticas.

Além das intervenções urbanas em Fortaleza, a idéia de que no espaço da praia o corpo poderia ser modificado, transformado e elaborado, atrai pessoas e as motiva a intervir cada vez mais no que o biológico do corpo as coloca. A pele em sintonia com as modificações da paisagem de Fortaleza, a partir dos anos 1950, passa a ser organizada, configurada não somente no âmbito do privado. A dinâmica do embelezamento é vivida publicamente. Compor as configurações da pele é, ao mesmo tempo, se preparar, exibir o corpo e se divertir. Estética e lazer entrecruzam-se na constituição de formas de vida, na praia.

Sobre a organização da pele entre a população brasileira e a atuação da cosmética e o incentivo ao turismo, a historiadora Denise Bernuzzi assinala:

O incentivo ao turismo de massa é paralelo à democratização do direito de ser bela. Especialmente após a década de 1950, esse direito confirma do papel fundamental concedido à pele nos modernos templos da beleza. Neles, a pele é convocada a se expor com freqüência e naturalidade, ao mesmo tempo em que é coagido a se vestir com cremes e óleos, outras peles químicas que buscam a forma lisa. Há muito, a pele sem fissuras deixou de ser um privilégio de deuses e santas³⁸.

Na praia da Barra do Ceará, a manipulação da pele através de produtos cosméticos se realiza no desejo de banhistas bronzearem seus corpos e, ao mesmo tempo, clarearem pêlos. Nas narrativas de trabalhadores de rua, a organização do corpo aparece como oportunidades de lucros, espaço da aplicação de táticas, recursos insuspeitos na constituição dos modos de vida de

³⁸SANT'ANNA, Denise B. *Entre pele e paisagem*. Projeto *História*, São Paulo: EDUC, N°23, 2001b, p. 195.

trabalhadores. Explorando a venda de vários produtos cosméticos, os vendedores instauram um microcomércio, forma de irem se virando diariamente.

Assim, aos espaços de Praia, vincula-se o uso de produtos que bronzeiam o corpo e clareiam cabelos e pêlos e compõem produtos para revenda, na praia. Nessa dinâmica de composição do *kit*, a água oxigenada e o óleo revestem-se de importância, dado o desejo dos banhistas bronzearem-se e “aloiarem-se”. Item indispensável nas vendas das beiras de praia, a água oxigenada comparece no *kit* em lugar especial. Ao se referir ao amoníaco, à parafina e ao palito, dona Elda dá centralidade à água oxigenada e ao amoníaco, que na entrevista aparece como “L’Oréal”.

Ao dar centralidade à água oxigenada e ao amoníaco e ainda identificá-la com a “L’Oréal”, Dona Elda oferece uma pista de uma base comum da composição e indica o predomínio da função de clareamento, no mercado de *Kits*, pelo menos em um determinado período. Essas pistas podem situar quanto à direção e ao formato dessas composições.

Na falta de condições de comprar todos os elementos do *kit*, a água oxigenada e o amoníaco não podem faltar e são comercializáveis separadamente. Quando pergunto a dona Elda a partir de quando o *kit* começou a ser comercializado na Barra do Ceará, ela explica que sempre houve venda de L’Oréal:

GLÓRIA - E depois com aquele vidrinho, que vocês ainda vendem, isso aí eu me lembro.

ELDA - Toda vida teve.

GLÓRIA - Mas amoníaco e água oxigenada?

ELDA - Mas toda vida teve, toda vida nêgo gostô de ficar loro.

GLÓRIA - Há, há, há! Quer dizer lá nos anos 50, já tinha isso aí?

ELDA - Já, já do outro lado, a gente já vendia. Naquelas barracas que, que tinha lá do outro lado. Já tinha isso aí

pra vender, isso ah! Vem do tempo do, do, dos ingleses³⁹.

Nessa mesma direção, infere João Linhares: “Ante era só água cigenada, o amoníaco só, só o que nós vindia”⁴⁰.

A água oxigenada cremosa e o amoníaco são um composto químico-farmacêutico de fácil manuseio; descolorante rápido que assegura um clareamento rápido e adequado para técnicas de definição de mechas em cabelos, reflexos, decapagens e clareamentos. Sua aplicação não é indicada, pela farmacêutica, à exposição solar e o tempo de sua ação deve ser controlado de forma que, ao se conseguir o efeito desejado, o produto deve ser removido com água morna⁴¹.

Capaz de dourar pêlos e cabelos da cabeça, o composto muda a pigmentação pilosa e provoca efeito amarelo-dourado que corresponde ao “louro”. Através de aplicação direta na pele das mãos, pés, braços, pernas, coxas, abdômen, costas, pescoço, o descolorante promete beleza aos seus usuários, numa sintonia com os padrões de estética na década de 1990. Ele faz parte de uma safra generosa de produtos que prometem beleza, higiene, eterna juventude e saúde. Como todos esse produtos, ele encarna o ideal da “Geração Saúde” de celebrados e céleres avanços informativos e tecnológicos que promovem transformações no metabolismo do corpo e na epiderme; mudanças superficiais de caráter temporário que, no entanto, podem ocasionar efeitos nocivos à pele.⁴²

A vaidade e a saúde são alvo da contemporânea indústria de cosméticos. Se antes esta se localizava no campo de procedimento científico entre a Química e a Farmacêutica, nos anos 1950

³⁹Dona Elda. **Vendedora de kit-bronzeador**. Entrevista citada.

⁴⁰João. **Vendedor de kit-bronzeador**. Entrevista citada.

⁴¹Embalagem de descolorante *Lightner – Shizen*. Akari Ind. Exp. Ltda. S. B. do Campo, 2001.

⁴²Sobre hábitos, costumes e embelezamento do corpo, ver SANT’ANNA, Denise B. de. O receio dos “Trabalhos Perdidos”. *Corpo e cidade. Projeto História*. São Paulo Educ, N°3. 1996, p. 121-128.

constitui-se um campo que atrai para si múltiplas disciplinas. Além da Química, estudos físicos e biológicos são ferramentas consideráveis na elaboração de produtos dessa natureza. Uma nova geração de produtos é posta no mercado de consumo não só para embelezar, mas também para tratar o corpo. Sobre essa rede que envolve a produção e o uso de cosméticos, nos modos de vida das cidades contemporâneas, a historiadora Denise Bernuzzi em *Entre Pele e Paisagem*, faz considerações, analisando como essa rede se estende a usos cotidianos:

A ciência contemporânea, contudo, escavava um buraco no próprio corpo, para iluminar suas regiões mais íntimas, independentemente de seus pertencimentos sociais e da singularidade das paisagens familiares a cada um. Já a indústria de beleza introduz nesse interior supostamente desvelado a necessidade de incessantes reconstruções, que vão dos cosméticos às cirurgias plásticas, passando pelos regimes e ginásticas. Pois numa época em que a beleza não é mais considerada um Dom divino, mas o resultado do trabalho cotidiano, que depende principalmente de cada um, não basta modificar a aparência do modo provisório. É preciso alcançar o corpo todo, tal como prometem os anúncios de medicamentos ligados à produção da boa forma. Juntamente com a ciência e a indústria da beleza, a publicidade promete aos corpos assim trabalhados alguma perenidade. É quando as mãos, os pés, o ventre, o dorso e mesmo as partes e os orifícios mais recônditos do corpo começam a sugerir figuras demasiadamente humanas⁴³

Em 1992, o setor da produção cosmética brasileira se encontra em franca expansão. Em 1995, os gastos dos brasileiros com produtos de natureza estética chegaram a 3,2 milhões de

⁴³ Denise B. de. O receio dos "Trabalhos Perdidos". Corpo e cidade. **Projeto História**. São Paulo Educ, Nº3. 1996., p.205.

A “L’Oréal”, embora tenha permanecido como líder no mercado de descolorantes, por muito tempo no Brasil, nos anos 1990 tem que enfrentar uma vigorosa concorrência com outras marcas de renome internacional, mas também com pequenos produtores locais que anonimamente produzem compostos químico-farmacêuticos numa cópia de fórmulas de sucesso, como a multiplicação de fórmulas do amoníaco, do óleo e da água oxigenada. Das produtoras cearenses, a marca “Aline” mantém-se na concorrência, difundindo sua vendas em mercearias e minimercados. Os *kits* negociados por toda a década de 1990, na extensão da José Lima Verde, são compostos a partir das caixas de 24 unidades de água oxigenada fabricadas pela “Aline”. Estas são bem diferentes da marca “L’Oréal”, na forma e no preço.

Mas o *kit*-bronzeador, comercializado no eixo da José Lima Verde, não se compõe apenas de água oxigenada e amoníaco, nem a sua função restringe-se somente a dourar pêlos e cabelos⁴⁸. Além de produzir o clareamento dos pêlos, o composto propõe o bronzeamento do corpo. Clareamento e bronzeamento parecem direções antagônicas, anseios diferenciados, necessidades diversas baseadas em valores diferentes. Entretanto, o mesmo afã de dourar pêlos motiva o escurecimento da pele. A beleza do corpo é vivida a partir de especificações do desejo de manter cabelos louros e dá à pele a tonalidade morena. Antagônicas, essas duas direções convivem lado a lado no corpo de centenas de pessoas que, fugindo do branco da pele, buscam as praias. A população morena, parda, crioula ou mestiça também não se esquiva de compor sua imagem realçando sua cor com aplicação de bronzeadores e longas exposição ao sol.

Nos bancos de areia, nas barracas, restaurantes e canteiros centrais, banhistas se movimentam no sentido de dourar a pele. Espalham óleo no corpo, deitam em cadeiras, procuram a posição do sol, ajeitam o vestuário, compram bronzeadores. Percebendo

⁴⁸Quando me refiro a “cabelos” quero identificar os pêlos da cabeça.



No primeiro plano da foto, *kit-bronzeadores* tomam a cena para indicar a forma como está imbricado no cotidiano de vendedores, na Barra do Ceará. Enquanto João Linhares (O Louro) sobrevive através da venda dos *kits*, dezenas de combinações aparecem no sentido de diminuir gastos e aumentar lucros. As imagens trazem para o texto o colorido e a forma dessas combinações articuladas ao saber negociar dos vendedores de rua da praia da Barra do Ceará.

essa movimentação da Barra do Ceará e querendo superar a concorrência, vendedores investem no óleo bronzeador. Aos elementos básicos, água oxigenada cremosa e amoníaco, juntam o óleo, que certamente produz mais rendimentos. Essa fusão de duas funções em um mesmo produto, bem como a iniciativa de vendê-los em um módulo só, barateando o custo para fregueses e aumentando a saída do produto, me parece relevante e muito curiosa.

Chegar ao momento exato dessa iniciativa e localizá-la no espaço e no tempo, numa tentativa de identificar quem, quando, por quê, poderá me levar a um emaranhado de fatos e datas que pouco me dirá do significado desse fenômeno. Assim, o caminho que me parece válido é o do contato dos vendedores com os seus fregueses. À medida que os vendedores observam o comportamento dos freqüentadores da praia e entendem suas necessidades, vão criando maneiras que ao mesmo tempo atendam a essas necessidades e produzam rentabilidade, de tal forma que se arriscam em novas formas de negociar. Integrados à teia de relacionamentos do lugar, sentem-se à vontade para interferir, criando variações de um mesmo produto. Vendedores, também fabricantes do *kit*, aproveitam uma demanda não atendida e adicionam novo item ao aglutinado. Isto é, a partir de uma matriz formal e funcional, a água oxigenada com amoníaco, acrescentam outra série de produtos numa tentativa de cobrir maior número de necessidades do consumidor possível. Palitos, copos, parafinas, óleos, sacolas e limão vão se aglutinando numa composição que se perde no tempo e no espaço, visto sua produção estar ancorada ao consumo imediato e a necessidade de lucros.

A junção de coisas, aliada a uma criatividade prática que não conhece limites, é o que Jerusa Pires percebe nos estudos sobre um dos produtos que circulam no (sub)mundo das crenças populares. Tomando o livro de São Cipriano como objeto de estudo da Semiótica, a pesquisa empreendida reconhece a força e o vigor de um aglutinado de textos que, pelo seu caráter excêntrico e

heteróclito, acaba por se constituir em receita de penetração no circuito de públicos amplos, conseguindo atingir muitos leitores. Constituindo-se a partir de sua própria lógica de se fazer, alcança sucesso, nem sempre compreensível. A autora do estudo, então, entende a capacidade de autoformulação em conjunto com exigências normativas como resultado do aproveitamento do espaço que ela denomina "*Brechas da Criação*", onde autores conseguem interferir numa base relativamente imposta.⁴⁹

Jerusa Pires observa, então, em São Cipriano, através do trânsito de signos e símbolos, uma poética de realização que não se restringe à bipolaridade popular e não popular, mas que constitui num texto que se recria e tem força de transmissão; elaboração da "*Cultura da Bordas*", entre o permitido e o interditado.⁵⁰

Os vendedores de *kit* constituem um tipo de cultura que ao mesmo tempo combina elementos regulamentados por órgãos oficiais de controle da saúde pública com elementos completamente estranhos aos preceitos de higiene oficial, mas bastante aceito por uma população que quer manter uma imagem associada a ideais de beleza, sem ter, em certa medida, recurso para isso. Nesse liame entre o oficial e o necessário a um grupo de freqüentadores de praia, constrói-se algo que não se encontra nem num pólo nem em outro, mas guarda características de ambas as formas. Surge um produto no qual se revelam criações e poéticas bem acolhidas e curiosas pela sua funcionalidade e correspondência com o público receptor.

Por sua vez, Michel de Certeau vê aí uma atividade cultural dos consumidores de cultura. Não assinada, esse tipo de atividade é também simbolizada, única possível a todos os que participam silenciosamente da rede de consumo, pagando, comprando os

⁴⁹ FERREIRA, Jerusa P. *O livro de São Cipriano: uma legenda de massas*. São Paulo: Perspectiva, 1992. p. 09.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 20.

produtos-espetáculos onde se equilibra, se soletra uma economia produtivista:

Os processos pelos quais se efetuam o reemprego de produtos ligados, juntos a uma espécie de língua obrigatória têm funcionamentos relativos a situações sociais e a relações de forças. O trabalhador imigrado não tem, diante das imagens televisivas, o mesmo espaço de crítica ou de criação que o quadro francês médio. No mesmo terreno, a fraqueza em meios de informação, em bens financeiros e em "seguranças" de todo o tipo de exige um acréscimo de astúcia, de sonho ou de senso de humor. Dispositivos semelhantes, jogando com relações de força desiguais, não geram efeitos idênticos. Daí a necessidade de diferenciar as "ações" (no sentido militar do termo) que se efetuam no interior da rede dos consumidores pelo sistema dos produtos, e estabelecer distinções entre as margens de manobra permitidas aos usuários pela conjunturas nas quais exercem a sua "arte".⁵¹

Sobre essas operações sinuosas e silenciosas, a cerca da composição do *kit-bronzeador* e do adicionamento do óleo e da parafina, João Linhares nos diz o seguinte:

GLÓRIA - E o óleo?

JOÃO - O óleo, o invento do óleo foi, tem o quê?...Tá com... Esse óleo entrô no L'Oréal depois do real. Depois do real foi que entrô. Começô a butá o óleo. Primero foi a parafina. Aí passô. A negada começarum a butá o óleo. Aí butarum o limão⁵².

⁵¹ CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 44.

⁵² João. *Vendedor de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

Parafina e limão são elementos que também vêm se juntar ao descolorante. Sobre a forma como esses elementos se coadunam, dona Elda, orgulhosa, fala:

GLÓRIA – Mas eu tô querendo entender assim: se desde que começou o movimento na Barra, o pessoal e praia e tal, sempre foi esse *kit*.

ELDA – Sempre foi esse *kit*. Antigamente, essa invenção de acompanhar a parafina e o limão, quem inventou, foi eu.

GLÓRIA - Foi!? Por que a senhora pensou assim!?

ELDA - Por que... eu gostava sempre de butar uma, um obstáculo na minha frente. O pé adiante de onde eu, a gente podia alcançar. Aí tinha um vizim lá que ele só vendia L'Oréal e armuníaco. Água acigenada e o armuníaco. Aí um dia eu inventei de butá uma parafinazinha. Fiz, eu mermo fiz a parafina, né!? Butei só mei copo, só mei copo, né!? Aí inchi um bucado de copim, só a metade, aí butei. Ora! Nesse dia que eu inventei, nesse dia eu vendi foi muito. Todo mundo dexava de comprar dele pro mode comprar a mim. Depois eu butei o limão e foi aumentando quando.. Aí eu comecei. Eu vendi bem. Aí pegou. Aí todo mundo...

GLÓRIA - Mas por que a senhora pensou no limão?

ELDA - Porque o limão... É pessoal diz que ele limpa a pele, né!? Tira mancha, tira mais; mata mais o cheiro do armuníaco, né!?

GLÓRIA - Hum! Tá certo, não queima não né!? A pele? Ah, ah, ah, ah!

ELDA - Ah, ah, ah, ah! Queima não! De jeito nenhum! Faz é limpar.⁵³

Deixar fluir os valores adquiridos em experiências não necessariamente articuladas ao bronzamento na praia, em vivências além do limite imposto por questões econômicas materiais, é uma das dimensões de criação de produtos, nas

⁵³ Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

vendas da Barra do Ceará. Mas a ação de inventar não se desarticula por total do contexto imediato. Ao ser impelida a falar sobre por que pensou no limão, dona Elda não deixa de mencionar que a idéia de adicionar parafina e limão surge também da observação de como outro vendedor vinha vendendo. O seu vizinho só vendia água oxigenada e amoníaco. Essa observação instigou-a a pensar em adicionar algo mais para aumentar os compradores, investimento que produziu vendas e a migração dos vendedores da banca vizinha para a de dona Elda. A reação dos compradores preferindo comprar da vendedora indica que esta estava sincronizada aos desejos dos consumidores. Assim, é no provocar aberturas, onde elas não estão concretizadas, que se suscita o aparecimento de formas de produtos e negociações, autorizando o aumento de venda, a satisfação de fregueses e a afirmação dos vendedores, na acirrada concorrência, nas margens do rio Ceará.

Contudo, isso não significa que dona Elda tenha inaugurado o ato de adicionar o limão. Aparecendo nas narrativas da suas memórias, esse discurso se aproxima mais de uma das táticas de venda do produto e da imagem de vendedora. Todavia, a relação entre vendedor e consumidores é discernível em todo o conjunto de falas de dona Elda e no gesto de se arriscar a adicionar mais um elemento no *kit*.

Em outra direção reflete João Linhares:

GLÓRIA - Como foi que esse limão foi para aí?

JOÃO – Rapaz, o limão eu boto porque ele a gente bota o L'Oréal dentro, bota a água cigenada e armuníaco dentro do copo, aí num precisa nem mexer quando espremo o limão, aí sobe rápido. Aí não precisa tá mexendo o L'Oréal porque você primero você bota o copo, a água dentro do copo. Aí bota o armuníaco, aí começa a mexer, aí dá um tempo pra ele, pra ele subir, porque só, só usa o L'Oréal, só tá bom de usar quando tiver derramando por cima. Enquanto não tiver espumando num presta. O

L'Oréal num faz o efeito aí você butando o limão, não. Aí você num vai esperá tempo, logo que você espreme o limão, ah!

GLÓRIA - Mistura logo é?

JOÃO - Na hora, num fala mistura, sobe rápido demais tá subindo até...de usar o limão faz um efeito..., o limão é só mais por isso... que a negada bota o armuníaco dentro, aí custa, a gente vai mexendo aí, vai butando, subindo bem divagazinho. E o limão não, na hora que você ispreme..., num istante ele sobe o vapô, num istante.

GLÓRIA - Sim, mas como foi que vocês chegaram a essa conclusão que o limão... fazia subir rápido?

JOÃO - Rapaz, eu nem sei explicar isso. Aí não, foi idéia nossa. Que lembo foi só idéia nossa mermo. Nós temo essa idéia, butemo, deu certo. O quê!? A maioria da mulher só quer com limão que, de vez enquanto não tem o limão, elas pede: *dá o limão, uma bandinha*. Mas tem pessoa que não quer o limão. Tem um detalhe, o limão queima muito o cabelo. Ele queima mode o ácido. Tem muito ácido né!? Aí ele queima. O L'Oréal não queima né!? Só, só a água cigendada e o armuníaco num queima e o L'Oréal queima⁵⁴.

O limão invoca saberes tradicionais, lastreados pela relação homem-natureza. O limão, tradicionalmente utilizado para a limpeza de panelas, é incorporado à limpeza da pele para livrar o usuário do odor muito forte do elemento químico e ainda curar pequenos ferimentos⁵⁵. A formulação de uma lógica de funcionamento do produto adicionado é marcante no depoimento de João Linhares. Observando a reação da mistura de água oxigenada e amoníaco com o limão, criativamente posto na narrativa, associa a eficácia da homogeneidade e rapidez que a mistura pode conseguir.

Criar produtos, organizar funções para estes, atribuir-lhes significados no centro da relação entre consumo e venda são

⁵⁴João. *Vendedor de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

⁵⁵Entrevista com Jose, 16 anos, usuária do *Kit-bronzeador* em agosto de 2002.

algumas da dimensões da trama do comércio ambulante que circula na praia da Barra do Ceará. Inventando produtos, vendedores criam oportunidades de trabalho.

* * *

Os vendedores ambulantes, percebendo a alta procura do *kit-bronzeador*, não deixaram de disponibilizar o produto para seus fregueses. Era possível vê-los durante a década de 1990, no calçadão da José Lima Verde e do Kassamba, no Pólo de Lazer, na restinga do *Outro lado da Barra*, em Caucaia e na praia das Goiabeiras.

Como a composição do *kit* tornou-se muito dispendiosa, além de vender cada elemento separadamente, os vendedores buscavam múltiplas formas de baratear os custos, ganhando mais e gastando menos. A lista dos 11 itens poderia chegar, segundo os cálculos de dona Elda, até R\$13,80 para a produção de 24 *Kits*. No cálculo desses custos, considera-se o preço da caixa de água oxigenada com 24 unidades a R\$8,80 e R\$5,00 para os demais gastos com amoníaco, sacos, copos descartáveis e parafina, excetuando-se os gastos de produção e transporte:

ELDA - Já tem nas paradas de ônibu. Ali, ali eu vendi muito aquilo dali. Aquilo a gente ganha até uns trocadinzim, porque a gente compra... Uma caixa de água oxigenada é... Era oito e... Oito e oitenta. Aí é 24 vridro né!? Acompanha um armuniáco, um limão, uma parfinazinha, um vidrim de óleo. Sei que vende tudo por um real, né!? Aí a gente vendendo tudim apura 24 reais aí tira os 8. Da caixa, d'água, tira uns 5 real do, dos *kit*, do acompanhamento e o resto é lucro.⁵⁶

⁵⁶Dona Elda. Vendedora de *kit-bronzeador*. Entrevista citada.

Para produzir, são gastos ainda energia (quando preparado a noite) e gás ou lenha para derreter a parafina no óleo e com transportes, quando as compras são feitas no centro da Cidade. Também devem ser lembrados os casos em que as vendas são efetuadas longe do lugar de moradia. Estes requerem ainda mais investimento. João Linhares ainda nos indica a dificuldade de vender o *kit* completo, refletindo na seguinte direção:

JOÃO -...A negada começaram a butá o óleo. Aí butarum o limão. Aí tão tirando de novo que não tem condição do cara vender. Naquele tampo a caixa de água era 4 real. A gente já vendia de um real já a água cigenada, o armuniaco, agora o quê? É 9 real uma caixa d'água, macho! Aí num tem condição do cara vender mais de um real.⁵⁷

Nessa direção, se pensarmos um *kit* completo de dona Elda, conforme já mencionado, com sacolas para o cliente não levar o produto na mão, palitos para espalhar no corpo e misturar o creme de água oxigenada e amoníaco, os lucros diminuem e as despesas aumentariam. O conforto do cliente sai caro. Aumentando o conforto do cliente, dando-lhe mais possibilidade de aplicar e transportar o produto negocia-se não somente um *kit*, mas uma *faca de dois gumes*. Isso significa que, se por um lado, a elaboração de possibilidades de usos e o adcionamento de itens no *kit* atraem mais fregueses, por outro, as despesas aumentam e o lucro pode sofrer uma retração não muito vantajosa, o que levaria dona Elda a constatar: *Aquilo a gente ganha até uns trocadinzim*.⁵⁸

Os vendedores ambulantes criam, dão golpes, caçam formas de fabricar suas pequenas vitórias. Tirando partido de

⁵⁷ João Vendedor de *kit-bronzeador*. Entrevista citada

⁵⁸ Dona Elda, Vendedora de *Kit-bronzeador*, entrevista citada

circunstâncias, jogam para mudar situações adversas a seus alvos e objetivos. Michael de Certeau, postulando sobre esses movimentos de caçadores, diferencia as *táticas* das *estratégias* e enfatiza:

Denomino, ao contrário, "tática" um cálculo que não pode contar com um próprio, nem portanto com uma fronteira que distingui o outro como totalidade visível. Ela aí se insinua, fragmentariamente, sem apreendê-lo por inteiro, sem poder retê-lo à distância. Ela não dispõe de base onde capitaliza os seus proveitos, prepara sua expansão e assegurar uma independência em face das circunstâncias. O próprio é uma vitória do lugar sobre o tempo. Ao contrário, pelo fato de seu não-lugar, a tática depende do tempo, vigiando para captar no vôo possibilidades de ganho. O que ela ganha, não o guarda. Tem constantemente que jogar com os acontecimentos para os transformarem em ocasiões. Sem cessar, o fraco deve tirar partido de forças que lhe são estranhas.⁵⁹

O conceito de *táticas* foi trabalhado pelo autor no livro *A Invenção do Cotidiano*. Naquela ocasião, Michel de Certeau refletia no sentido de um problema que guarda uma dependência do tempo e não do lugar. Segundo o historiador, o fraco tira partido de forças que lhe são estranhas em momentos oportunos, combinando elementos heterogêneos sintetizados no ato e na maneira de aproveitar a ocasião. São pequenos sucessos que dependem de saberes muito antigos e expressos em simulações poliformas e mobilidades de mão-de-obra. Ao contrário das *táticas*, as *estratégias* requerem o cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que o sujeito de querer e poder é isolável do ambiente. Nestes termos, as *estratégias* necessitam de lugar e localização enquanto as *táticas* de dinâmicas intensas.

⁵⁹ CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994., p. 46.

Para diminuir os custos com a compra de produtos, a *mistura* é uma das saídas mais utilizadas pelos vendedores de *kit*, na Barra do Ceará. Dona Elda, me falando da difusão do *kit* bronzeador na Barra do Ceará, diz:

ELDA - No início faz sucesso, agora do meio pro fim já tava bagunçado, já tava chafurdado demais. Por eles nunca que trabalham com as coisa original. Sempre tem uma bagunça no meio. Sempre eles falsifica um pouco. Mistura água, mistura o armuníaco.⁶⁰

Bagunça, bagunçado, chafurdado. São termos que me remetem à reelaboração dos elementos, a mescla, a associação de vários produtos que se confundem, inclusive quimicamente. O tom pejorativo indica um acento moral, notificando a quebra de uma norma. Embora estabelecida uma norma social e institucional de que os elementos químicos comercializados não poderiam ser objetos de alterações por varejistas, a prática da mistura parecia muito comum⁶¹.

Enquanto poderes institucionais procuram controlar os produtos comercializados, as maneiras de tornar a comercialização possível se diversificam. Os vendedores da Barra do Ceará, procurando intensificar as vendas e ao mesmo tempo agradar clientes, interferem na composição de cada elemento do *kit*. Sem trabalhar com o original, segundo dona Elda, misturam goma ou sal no amoníaco.

Na mistura, é necessária uma habilidade para que os elementos não se destingam com facilidade. A escolha de cada um

⁶⁰Dona Elda. *Vendedora de Kit-bronzeador*. Entrevista citada.

⁶¹O Código de Defesa do Consumidor na Seção III-Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço-no parágrafo 6º, inciso II acentua a questão dos produtos alterados e o Art. 19 versa sobre as quantidades e variações de líquidos nos produtos Código de Defesa do Consumidor. Capítulo IV-Da Qualidade de Produtos e Serviços; Da Prevenção e Reparação dos Danos. Seção III-Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço. Código de Defesa do Consumidor: Atualizado de Acordo com a Nova Constituição / Organização dos Textos e Índices por ANDREOTTI NETO, Nello. *Código do Consumidor*. São Paulo: Rideel, 1991, p.6-16.

dos componentes não deve ser feita sem a devida atenção às características semelhantes do produto inicial. Além disso, o produto adicionado ao original deve seguir a lei do mais barato. O sal e a goma guardam características similares ao amoníaco. A cor e a gramatura do sal e da goma aproximam-se bastante das propriedades do amoníaco.

A goma é um composto orgânico de natureza protéica, cuja fabricação tem por base o plantio e beneficiamento de vegetais. No Ceará, o beneficiamento de mandioca é a principal fonte desse composto muito utilizado em preparos de tapiocas, de fluido caseiro para passar roupas e ainda na fabricação caseira de colas para papel e cartões⁶².

Nesse sentido, por suas propriedades similares ao amoníaco, o sal e a goma são produtos muito utilizados nas táticas de multiplicação de quantidades de produtos, em uma tentativa de multiplicação dos lucros. A goma, embora sendo mais cara, no aspecto da sua gramatura, se aproxima mais do amoníaco, de forma que, mesmo tendo um custo um pouco mais elevado, garante ao vendedor o falseamento mais afinado ao original.

À água oxigenada adiciona-se água e maisena. A maisena vem juntar-se à água para dar maior consistência, contudo, como esclarece João Linhares, mesmo criando-se uma substância cremosa muito parecida com a água oxigenada cremosa, a homogeneidade ainda é difícil de se estabelecer. Todavia, os vendedores criam formas de ultrapassar essa dificuldade:

JOÃO -... fazia três caxa. Eu cansei de vê o cara fazendo isso aqui: aí agita, quando a pessoa vai vender L'Oréal. Quando a gente vê aquela pessoa com Loreal na mão só agitando, nem compre não, que aquilo dali é falso. Por que se ele parar de agitar a água acenta como maisena

⁶²Nos anos de 1996 e 1997 para a produção de mandioca, foram direcionados de R\$1.864.635 e R\$1.238.018, respectivamente. Fonte: IPLANCE-1999.

ela acenta a água acenta no vidro. Você compra uma caixa disso aqui aí faz três caixa.

GLÓRIA - Bota, adiciona água mais, é !?

JOÃO - Mistura com água e bota mais maizena. Tem a maizena né!? Ai mistura com aquele caldão grosso né!? Ai bota nos frasco aí arroi, pronto aí bota nos vidrim⁶³

As maneiras de vencer as dificuldades da venda se multiplicam à medida que essas mesmas dificuldades vão aparecendo. Numa tensão entre o que é difícil e o que é necessário, a criação acontece e vendas são multiplicadas.

A *mistura*, contudo, não se dá somente na água oxigenada e no amoníaco. A parafina é outro elemento do *kit* alterado. A este é adicionada vela:

GLÓRIA - E a parafina eles misturam também?

ELDA - Às vezes eles faz com vela.

GLÓRIA - Ai meu Deus, é mesmo?

ELDA - Compra aquela vela de sétimo dia, aquela grossa...

GLÓRIA - Aquela grossa...

ELDA - Ai desmancha. Ai faz os copim de parafina⁶⁴

A vela é um artefato bastante utilizado em festas e rituais religiosos. Uma base em parafina trabalhada dá corpo a um cordão de algodão facilmente inflamável. A parafina, amplamente utilizada na fabricação de velas, no espaço da praia popularizou-se através dos grupos de surfistas que a utilizavam como elemento antiderrapante das pranchas de *surf*. No mundo dos cosméticos, a parafina é adequada por suas características amaciantes da pele e para a retirada completa do amoníaco.

⁶³João. Vendedor de *kit-bronzeador*. Entrevista citada.

⁶⁴Dona Elda. Vendedora de *kit-bronzeador*. Entrevista citada.

Encontrando pontos comuns entre essas três funções (suporte de iluminação, evitar deslizamentos e amaciar) os vendedores de *kit* misturam a parafina em estado mais espesso das velas à parafina do tipo mais refinado, também em uma tentativa de reduzir custos de produção.

Embora haja um esforço para reduzir custos, misturando produtos semelhantes, mas diversos, o procedimento da mistura não é garantia de lucro, nem ocorre sem tensões. Sobre a questão dos lucros nesse tipo de economia, dona Elda observa:

GLÓRIA - E a goma é mais barata?

ELDA - A goma é mais barata... Talvez seja né!? Uma economia sebossa, por que um quilo de armuníaco dá 50 pacotim daqueles. 1 kg de armuníaco é dois reais. 50 pacotim ele vendendo a mermo trinta centavo. Quanto é que apura, né!? Ai, vai fazer o quê? Mistura⁶⁵

O afã de produzir rentabilidades maiores, por vezes, leva a situações tensas entre consumidores e vendedores. Dona Elda expõe as queixas e reclamações de seus fregueses:

ELDA - ... Uma vez, chegou uma senhora, lá em casa, lá na minha banca aí perguntou: *tia seu amoníaco é original?* Eu digo, minha fia se não for é defeito lá da fábrica, lá donde eu compro, né!? Por que se depender de mim, ele é original, - *não! é que eu comprei bem ali um puro a goma.*

GLÓRIA - Ah! Eles colocam goma é?

ELDA - Goma, outra vez chegou outra e disse: *eu comprei um que era puro sal.* Ah, então a senhora ixprimenta o meu, se der certo a senhora continua comprar a mim, se não dé a senhora... Aí quando foi no outo domingo ela voltou: *tia o seu é é original mermo e*

⁶⁵Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

*pegou. Arrumei uma freguesa, Né!? Aí, vou, vou eu falsificar, pra quê? Pa, pra eu perder meu freguês. Eu continuo com a minha freguesa, né!?. Por causa de uma economia sebossa, uma bestera*⁶⁶.

A tática da mistura tem construído uma imagem de falseadores dos vendedores de *kit*. No entanto, se por um lado os consumidores aprendem a lidar com as misturas, por outro, os vendedores constroem discursos convincentes que garantem vendas e fregueses. Uma tática discursiva é a de transferir a responsabilidade da autenticidade do produto para o fabricante: *“minha fia se não for é defeito lá da fábrica, lá donde eu compro, né!?”*⁶⁷

A prática de responsabilizar o fabricante é corrente entre os vendedores. O efeito discursivo é significativo, não pelo fato de o produto ser genuíno, mas pelo impacto quase teatral com que os vendedores o imprimem, em uma indignação que impressiona. No momento em que acontece as negociações, o cliente desavisado ou simplesmente despojado que não quer entrar em muitas querelas por ser este um tempo e espaço de lazer, acaba relevando a má qualidade do produto. Ele é convencido e leva a mercadoria, arriscando. A conhecida técnica do *“se colar, colou”* é aplicada. O vendedor lança o discurso; se este funcionar, o produto está vendido, se não, perde-se a venda, mas o freguês, nem sempre, pois este, sem experimentar, não poderá certificar-se de que o produto não é de qualidade. É estabelecido um jogo de palavras. Entre a dúvida e a necessidade, os atrativos estéticos e funcionais e ainda o preço, quantidades significativas de *kit* são vendidas, até que uma freguês também ouse participar diretamente do espetáculo.

⁶⁶Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

⁶⁷Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

Nas narrativas de dona Elda, a construção de uma imagem eticamente correta passa não só pelo respeito à norma, mas também pela funcionalidade tática do procedimento. Respeitar a norma de não misturar, mantendo a originalidade do produto, é uma ação revestida de ética, mas também de funcionalidade. Isso significa que, em certa medida, a norma é considerada quando rende lucros. Para dona Elda, não misturar implica conquistar uma freguesia. A tática é a construção da imagem do honesto, organizado, disciplinado e socialmente aceito; tática que pode se concretizar na seqüência dos procedimentos de produção ou permanecer somente na dimensão do discurso. De qualquer forma, ela se concretiza no aumento das vendas e, quando quebrada explicitamente, ocasiona constrangimento social e perdas econômicas. Seu Raimundo foi acusado de mudar a composição dos elementos do *kit*, a mistura tornou-se pública e provocou danos:

ELDA -...Ai uma vez foi um cidadão preso, lá da nossa barraca. Lá de frente. Ele vendia vizim a nós , ai ele foi preso. Fez uma misturada, lá num sei se foi na água , nem sei se foi no armuníaco. Ai a mulhé papocou todinha. O marido dela veio com a polícia. Aí prendeu ele. Era o seu Raimundo. Ele deixou até de vender por causa disso. Ficou com tanta vergonha que não foi mais para a praia, disistiu. E a muié chegô, lá toda de caroço, toda papocada.

GLÓRIA - Ai ela se lembrou que tinha comprado lá?

ELDA - Comprado lá, mostrou. Foi com ele, mostrou onde foi que comprou. Levaram ele preso, tomaram a mercadoria dele todinha. Risutado: ele perdeu, nunca mais votou pra praia. E eu ainda continuei, né!? ⁶⁸

⁶⁸Dona Elda. Vendedora de *kit*-bronzeador. Entrevista citada.

Quando o espetáculo do convencimento é confrontado pelo espetáculo das reações físicas no corpo a mistura vem a público. Para a multidão anônima de consumidores que frequenta a praia no final de semana, ergue-se a encenação de um julgamento público onde o discurso se confronta com a imagem, num embate lancinante. Polícia, cônjuge, o cliente, vendedor e a massa de consumidores reúnem-se numa arena aberta para julgar e imputar as penas.

A cena de policiais levando o vendedor preso, da cliente com o corpo marcado pela reação físico-química, passa a fazer parte do imaginário coletivo, dos boatos, dos insultos entre vendedores e das falas, entrando no circuito da oralidade e da memória social. Dessa forma, encadeia pressões sociais de constrangimento e vergonha que limitam a ação naquele lugar. A tensão entre clientes e vendedores chega ao ápice e é preciso buscar outra tática de negociações.

Outra forma de diminuir custos é a reciclagem de materiais de consumo. Para manter a elaboração do *kit*-bronzeador no que tange à função estética, o conforto, a praticidade e, ao mesmo tempo, não ter gastos de produção, os vendedores reciclam copos de refrigerante e de água mineral e ainda palitos de picolés. Em lugares táticos da Cidade, movimentam-se para conseguir esses materiais, juntando-os em quantidade interessante a fim de reutilizá-los na composição do *kit*.

Os palitos de picolé são colhidos na própria praia. Substituem os palitos comprados em lojas de atacado, no centro da Cidade ou depósitos nas adjacências:

ELDA - O meu acompanhamento aí, oia: uma parafina, um armuníaco, juntava os palito de picolé no chão, né!? Mas o meu não, o meu era original. Era original, era comprado na loja. Eu toda vida gostei de caprichar na minha mercadoria, porque a gente vende mais, né!? Eu comprava um cento de palito, era um real e vinte e cinco.

GLÓRIA - ah! Quer dizer que o povo pegava o de palito de picolé no chão?

ELDA - A maioria daqueles vendedor, tudo junta os palitos no chão, de picolé. O meu não. O meu era daqueles quadradim assim. Comprava num depósito, num armário que tem ali na Leste Oeste. Eu comprava mermo perto do sinal.⁶⁹

A utilização do palito, no *kit*, embora paralela à função central de clareamento e bronzeamento, é fundamental. Consiste no meio através do qual o usuário faz a mistura da água oxigenada com o amoníaco. O usuário põe a água oxigenada no copo descartável, em seguida, o amoníaco. Para essa substância ficar homogênea e, por conseguinte, eficaz, é necessário que seja misturada, o que ocorre através do palito.

Contudo, a adição de um único palito ao Kit, aumenta os custos de produção para vendedores. Segundo Dona Elda, um pacote com cem palitos custa a R\$1,25.

Movidos por essas duas necessidades, por um lado atrair clientes pela praticidade, por outro a economia, a reciclagem surge como uma opção. Para diminuir ainda mais os custos e atrair mais clientes, os vendedores ainda reciclam copos plásticos:

GLÓRIA - E os copos?

ELDA - Copo eu também comprava no centro. Comprava nas mercearia. Tem aquelas imbalage de copo, né!? Comprava aquelas imbalagem. A maioria junto nos terminal, tudo. A onde for copo de Indaiá, é juntado nos terminal.

GLÓRIA-E os de Coca-Cola?

ELDA - Também!?

GLÓRIA - Também, eles vão para o terminal, juntar lá, né!?

⁶⁹Dona Elda. Vendedora de *kit*-bronzeador. Entrevista citada.

ELDA - É né!? Nos, nos...nas lanchonete. O meu não. O meu cumprava tudo daqueles braquim. Comprava na mercearia que tinham assim por detrás. Então onde morava ou então lá onde eu comprava meus bom-bom, minha pipoca. Sei que as minha coisas eu sempre, eu gostava de comprar tudo direitinho⁷⁰

Os copos funcionam como embalagens que recebem todos os outros elementos do *kit* e ainda como repositório da mistura feita com água oxigenada e amoníaco. Muito útil para a preparação da pasta, o copo junto ao palito é um utensílio que proporciona a combinação dos dois elementos básicos e o resultado químico eficiente dessa combinação, pela ação mecânica da mão que faz a mistura.

Entretanto, a reciclagem na comercialização do Kit é também um critério de distinção. Se por um lado ela produz economia, por outro ela distingue os vendedores que reciclam dos que não reciclam. Dona Elda acentua o fato de não reciclar e trata de forma pejorativa quem recicla. A necessidade de frisar a originalidade dos produtos é marcante e a situa em uma posição de destaque entre a maioria. No entanto, essa prática discursiva também não deixa de ser uma tática de convencimento e de preservação de uma imagem de honestidade e higiene. Reciclar pode significar uma economia, mas também pode ser associado à falta de higiene, de capricho, de organização. Pode atrair consumidores ou distanciar clientes. Nas complexas relações entre vendedores e clientes, para os vendedores, vale arriscar. Entre a economia e a distinção, o que é garantido é o número de algumas vendas, que momentaneamente, lhes servem bastante.

Nesse espaço entre a distinção e o econômico, os vendedores percebem novas nuances das necessidades de seus fregueses e criam formas específicas de manter suas vendas, mesmo reciclando. João Linhares observa que o copo descartável

⁷⁰Dona Elda. Vendedora de *kit*-bronzeador. Entrevista citada.

comprado em armazéns, além de ser economicamente dispendioso, é funcionalmente problemático. Por ser um plástico bastante fino, fura com facilidade, dificulta a mistura e é levado pela ventania da praia. Sobre a utilização do copo descartável, João Linhares me aponta formas diferenciadas de obter o copo:

JOÃO - ... O copim é comprado, o saquim é comprado. Só o que a gente não compra é o palito que a gente junta.

GLÓRIA - e esse copo, vocês compram onde, de quem?

JOÃO - O cara junta, a gente compra...

GLÓRIA - A há, que o cara vai juntar e vende pra vocês. E ele vende de quanto?

JOÃO - É o cento é de R\$11,50... sai a quinze centavo a unidade.

GLÓRIA - E sai mais barato comprar esse do quê comprar aqueles branco?

JOÃO - Sai, sai porque aqueles é um, é compra é o copo é o que 250ml... é R\$2,20, R\$ 2,50, né? E se quebra, já esse aqui não, você pode apertar ele não se quebra não. Aquilo na hora que apertar ele quebra. E o pessoal já tá acostumado, só que êche copo que é bom de fazer que não se quebra. Aqueles copim você num pode nem butá no chão que o vento derruba né!? Esse aqui não, oh! Você aperta ele oh?

GLÓRIA - Plásticos mais grosso.

JOÃO - É mais grosso. É...

GLÓRIA - E quer dizer que não são vocês que juntam?

JOÃO - Não, é difícil. O cara juntar. Aqui a gente faz é comprar. Eu mermo faço é comprar. Quando tem essas festa do Fortal tem um rapaz que junta. Aí a gente compra. Ainda tem copo lá em casa. Comprava a ele que eu comprei já de R\$0, 80. Eu tenho um cento. Lá em casa. Tem uma faxa de 10 mil copo. Eu tenho desse copim, comprado que eu tenho só pra mim vender. O cara chegô pa vender, aí eu compro.⁷¹

⁷¹João. *Vendedor de kit-bronzador*. Entrevista citada.

comprado em armazéns, além de ser economicamente dispendioso, é funcionalmente problemático. Por ser um plástico bastante fino, fura com facilidade, dificulta a mistura e é levado pela ventania da praia. Sobre a utilização do copo descartável, João Linhares me aponta formas diferenciadas de obter o copo:

JOÃO - ... O copim é comprado, o saquim é comprado. Só o que a gente não compra é o palito que a gente ajunta.

GLÓRIA - e esse copo, vocês compram onde, de quem?

JOÃO - O cara ajunta, a gente compra...

GLÓRIA - A há, que o cara vai juntar e vende pra vocês. E ele vende de quanto?

JOÃO - É o cento é de R\$11,50... sai a quinze centavo a unidade.

GLÓRIA - E sai mais barato comprar esse do que comprar aqueles branco?

JOÃO - Sai, sai porque aqueles é um, é compra é o copo é o que 250ml... é R\$2,20, R\$ 2,50, né? E se quebra, já esse aqui não, você pode apertar ele não se quebra não. Aquilo na hora que apertar ele quebra. E o pessoal já tá acostumado, só que êche copo que é bom de fazer que não se quebra. Aqueles copim você num pode nem butá no chão que o vento derruba né!? Esse aqui não, oh! Você aperta ele oh?

GLÓRIA - Plásticos mais grosso.

JOÃO - É mais grosso. É...

GLÓRIA - E quer dizer que não são vocês que juntam?

JOÃO - Não, é difícil. O cara ajuntar. Aqui a gente faz é comprar. Eu mermo faço é comprar. Quando tem essas festa do Fortal tem um rapaz que ajunta. Aí a gente compra. Ainda tem copo lá em casa. Comprava a ele que eu comprei já de R\$0, 80. Eu tenho um cento. Lá em casa. Tem uma faxa de 10 mil copo. Eu tenho desse copim, comprado que eu tenho só pra mim vender. O cara chegô pa vender, aí eu compro.⁷¹

⁷¹João. *Vendedor de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

É interessante observar, nesse trecho da entrevista de João Linhares, a maneira como recicladores se articulam para baratear preços e vender os objetos reciclados. O copo não é simplesmente colhido, mas negociado a preço baixo, o que, em determinados casos, compensa o gasto de tempo, energia física e algum dinheiro gasto em locomoção.

A reciclagem é um fenômeno efetivamente urbano e cresceu a partir da expansão das metrópoles e do excedente dos resíduos industrializados. Ao mesmo tempo em que produtos naturais são beneficiados e industrializados, um fluxo enorme de objetos fabricados passou a fazer parte dos espaços citadinos, acumulando-se de maneira incontrolável, degradando o meio ambiente.

Contudo, o impacto dos resíduos deixados cotidianamente pela população foi estrategicamente capitalizado e o negócio da reciclagem passou a ser uma das vedetes dos projetos contemporâneos, governamentais ou promovidos por ONG'S⁷².

Na Barra do Ceará, a produção do lixo nos finais de semana, quando cerca de 30 mil pessoas⁷³ se movimentam e consomem toda espécie de produtos industrializados, é bem significativa. Isso implica que uma variedade de produtos passíveis de reciclagem fica à disposição da população. Para os vendedores de *kit* bronzeador, o palito e o copo descartável são resíduos atraentes, pois compõem seus produtos comercializáveis. Eles recolhem palitos disponíveis no espaço de forma direta, ali mesmo nas margens do rio.

Entretanto, como querendo garantir maior quantidade de resíduos recolhidos (copos e palitos), os vendedores articulam-se com comerciantes de lanchonetes e bares e deslocam-se para o terminal de Antônio Bezerra, nas proximidades da Barra do Ceará,

⁷²Material Reciclável será reaproveitado. Centro de Triagem de resíduos dará um novo destino ao lixo. Kiko Silva. Parcerias para a Implantação do CTR. **Diário do Nordeste**. 25/01/2000. Cidade. www.diariodonordeste.com.br

⁷³Associação dos Barraqueiros da Barra do Ceará.

a pé, contando com a solidariedade dos motoristas de ônibus, de bicicleta, de carroça, mas sempre tentando economizar o mais que puderem.

Tal mobilidade indica os espaços da cidade onde a concentração de materiais recicláveis é grande e ainda a percepção destes por vendedores que constróem mais uma tática, na forma de negociar produtos e aumentar os lucros.

No Terminal de Antônio Bezerra, a sudoeste da Barra do Ceará, observa-se um fluxo avassalador de usuários e mercadorias. Entre elas os produtos alimentícios têm preeminência. Água mineral e refrigerantes, são produtos de vendagem relevante. O acúmulo de resíduos a partir da comercialização de águas e refrigerantes representa uma fonte para os catadores que, por sua vez, promovem o escoamento dos resíduos para fora do terminal, diminuindo o lixo.

Os catadores de lixo também estão em sintonia com os acontecimentos da Cidade. Em festas, espaços potencialmente produtores de lixo, esses catadores se movimentam colhendo material para negociar.

A questão do acúmulo de resíduos nas grandes cidades brasileiras constitui, nas últimas décadas do século XX, grande problema⁷⁴. Embora seja associado ao caráter urbano dos espaços, sendo percebido desde o início do século, no final deste, a quantidade de resíduos largados nas ruas, se reveste de uma visibilidade inquietante. O desenho do perfil das grandes metrópoles está decisivamente marcado pelos restos de materiais utilizados que não têm um destino definido e esparramam-se pela

⁷⁴ Fortaleza tem sido vítima da epidemia de dengue, associada ao acúmulo de lixo. (SSM). O Rio Ceará em 1993 foi contaminado com o vibrião colérico através de esgotos industriais e caseiros. Rio Ceará está Potencialmente Contaminado pela Cólera. Jornal O Povo. Cidades. 15/03/1993. Sobre a construção da imagem de Fortaleza como uma cidade que borda em seus espaços terrenos baldios cheios de lixo, ver ARAGÃO, Lídiina G. T. **As trilhas da cidade pelas memórias dos trabalhadores do lixo de Fortaleza**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Ceará. 2002, p 63.

Cidade, dando-lhe um aspecto decadente e uma atmosfera fétida condutora de epidemias.

Nessa direção, áreas hidrográficas e de vegetação dentro do perímetro urbano tornam-se atraentes do despejo de resíduos. Por falta de um programa intensiva e socialmente direcionado de controle, beneficiamento e coleta do lixo, resíduos industriais são despejados em áreas verdes e em rios que deveriam ser áreas de preservação ambiental, mas que são tomadas pela população como grandes lixões a céu aberto.

Todavia, se por um lado os resíduos estão revestidos por uma aura de decadência e insalubridade, nos anos 1990 o discurso da reciclagem, consorciado ao repertório ambientalista, dá ao lixo um *status* econômico-sócial diferente. O lixo passa a ter um poder de produzir capital tanto quanto de transformar vidas.⁷⁵

Nessa perspectiva, uma grande rede de reciclagem se forma, movimentando objetos e materiais tanto quanto comportamentos e capitais. Nessa dinâmica de capitalização de resíduos, portanto, não só grupos empresariais estão envolvidos. Na enorme cadeia que envolve milhares de pessoas, os catadores de lixo despontam. Na paisagem das cidades contemporâneas, estes aparecem nas ruas puxando pequenos carrinhos, em carroças ou simplesmente remexendo latas de lixo.

Área de mutirão, favelamento e localização de moradias em áreas de riscos, na Barra do Ceará é comum ver catadores de lixo tanto quanto entulhos amontoados em pequenos quintais para serem triados. No entanto a quantidade de lixo produzido é tal que os catadores de carrinho e carroça não são suficientes para dar-lhe cabo, haja vista a grande quantidade de lixo observada na paisagem. Mesmo sendo grande o número de catadores, o volume de lixo ainda é considerável e visível abrindo-se em possibilidades

⁷⁵Sobre a Historicidade do lixo e a forma como esse se torna um grande negócio, ver MIZIARA, Rosana *Nos rastros dos restos: as trajetórias do lixo na cidade de São Paulo*. São Paulo: EDUC., 2001., 167-213.

de ganho para todos aqueles que buscarem seu beneficiamento, inclusive os vendedores de *kit-bronzeador*.

CAPITULO II:

Como enganar o “Moedor Medonho”? Trilhas e Atalhos do Alimento.

No final dessas exclusões e dessas escolhas, o alimento escolhido, permitido e preferido é o lugar do emparrilhamento silencioso de toda uma estratificação de ordens e contra-ordens que dependem ao mesmo tempo de etno-história, de uma biologia, de uma climatologia e de uma economia regional, de uma invenção cultural e de uma experiência pessoal. Sua escolha depende de uma soma de fatores positivos e negativos, fatores por sua vez dependentes das determinações objetivas do tempo e do lugar, da diversidade criadora dos grupos humanos e das pessoas, das contingências indecifráveis de micro-histórias.

Luce Girar¹

Neste capítulo, tratarei de vendedores e das vendas de produtos alimentícios como tática de negociações e sobrevivência. O cotidiano dos vendedores de ovos de codorna, piabas e quentinhas é problematizado no sentido de dar visibilidade a pequenos vendedores em seus movimentos na rede de múltiplas negociações, nos finais de semana nas praias de Iparana, Goiabeiras e nas margens do rio Ceará.

¹GIRAR, Luce. O prato do dia. In: CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 251-252.

Procurando tirar partido das necessidades dos freqüentadores da praia, os vendedores negociam qualquer tipo de alimentação que garanta retorno econômico rápido, barato e seja de fácil produção. Produzindo rudes iguarias, cingem experiências que compõem o complexo amálgama de suas vivências. Ao mesmo tempo garantem a sobrevivência em meio às dificuldades de trabalho, moradia, educação, e, contraditoriamente, falta de alimento. Embora comercializando comida, por vezes, os vendedores não encontram o que comer. Nessa situação, criam táticas, recursos e mil formas de enfrentar o “moedor medonho”, a escassez de tudo.

Nas entrevistas, a invenção da degustação de minúsculos peixes assados, de pequenos ovos cozidos e de baião de dois em marmitas de papel de alumínio aparecem como o recurso disponível para a multiplicação de moedas nos bolsos de vendedores, meio para sustentar o dia-a-dia.

Nessa trama, o cotidiano de consumidores vem para a cena do texto imbricado em dimensões que envolvem construção de territorialidades, embates e interlocuções de vendedores e o público consumidor. É sobre esses aspectos do trabalho de rua na praia da Barra do Ceará, no final do século XX, que tratarei a seguir.

negociações que colocavam São Paulo em sintonia com o circuito internacional.²

Em Fortaleza, o comércio de alimentos é presente no desenrolar da sua urbanização incipiente e marcada por migrações para a capital. Nas décadas iniciais do século XX, vendedores deslocam-se da cidade de areia da periferia para a pavimentada em pedra, negociando de porta em porta ou nas redondezas do mercado central³. Nas memórias dos cronistas, a imagem dos vendedores pelas ruas da Cidade não cessa de lembrar a sua incômoda e útil existência. Eduardo Campos, em suas memórias, recordou o movimento de vendedores nas ruas do centro da cidade na década de trinta:

Nessa faixa horária do dia percorriam as calçadas os vendedores carregando tabuleiros com deliciosas cocadas largadas em papel manteiga ("branca ou queimada?"); e o bolo de milho, pamonhas e até canjica servida em pires...Seguiam-se-lhes os mais variados vendedores, mulheres também, a ofertar tapioca, pirulito, chegadoinha, algodão doce. Algodão doce...ou japonês?⁴

Muitas vezes mencionados nos códigos de postura da Cidade, os vendedores de alimentos e tira-gostos eram associados a grupos ociosos, ao banditismo e à escória humana. A presença insistente nas calçadas e portas conduzia a Câmara a criar artigos no sentido de controlar o movimento dos "desafiadores das posturas".⁵

² DIAS, Maria O. L.S. *Quotidiano e Poder Em São Paulo do século XIX*, 2ª edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995, 68-86.

³ Ver JUCÁ, Gisafran *Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza(1945-1960)*. São Paulo: Annablume; Fortaleza: SECULT, 2000, p.63 . Ver também BARBOSA, Marta E. J. *Cidade na contramão. Fortaleza nas primeiras décadas do século XX*. São Paulo. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1996, p 11-18.

⁴ CAMPOS, Eduardo. *O inquilino do passado. Fortaleza: Casa José de Alencar: Programa editorial*, 1996, p. 70-71.

⁵ CAMPOS, Eduardo *A Fortaleza provincial: rural e urbano*. Fortaleza: Secretaria de Cultura, Turismo e Desporto, 1998, p. 57-58.

Arrastando-se por todo o século XX, a presença de vendedores de produtos comestíveis em Fortaleza permanece entre conflitos com a saúde pública, tensões com grandes comerciantes, escassez de emprego em áreas de intervenções de engenharia, arquitetura e controle das possibilidades de uso dos espaços urbanos⁶.

Nas areias da Barra do Ceará, a comercialização de guloseimas de preparo caseiro é bem aceita na freguesia pobre que freqüenta a praia nos finais de semana. Usuários em busca do lazer barato, quando não trazem seus fainéis, consomem iguarias de preços que não ultrapassam um real, feitas de forma rústica, nas casas de vendedores.

Queijos de coalho, assado na hora para o freguês ver, em pequenos fogareiros de lata a carvão. Canudinhos frios de massa de pastel, em depósitos de plásticos azul, rosa ou amarelo. Minúsculos sacos de castanha de caju torrada, amendoim torrado e requentado, também na hora da venda. Caranguejo frio, camarões, milho cozido, *sandwich* natural, "din-dins", saco de água a R\$0,10, quentinhas de baião de dois com frango ou peixe, pratinhos de baião-de-dois com peixe, tomate e cebola, água de coco verde, bolachas recheadas, "chilitos", espetos de piabas fritas na farinha de trigo, ovos de codorna, pipocas, bombons. A lista se multiplica à medida que os vendedores buscam meios de gastar pouco com a produção dos ditos "tira-gostos" assim como à proporção que a freguesia anônima se agrada de novos produtos.

Nos espaços de venda, na praia da Barra do Ceará, propagam-se as negociações de comida de múltiplas formas, gostos e odores. Os vendedores não cansam de inventar produtos

⁶Os conflitos urbanos envolvendo o controle do espaço no centro da Cidade e o comércio ambulante pode ser visualizado desde 1938 no jornal *O Povo* em 215 matérias sobre o assunto. Entre elas podemos citar: **Os Ambulantes** 28/11/1976, **Aos domingos Ambulantes fazem feiras nos Calçadões**, 18/04/1977, **Tumulto na Praça deixa dez feridos**, 25/09/1991, **Camelôs são retirados em uma nova geração de Guerra**, 09/10/1991, **Camelôs expulsos da praça podem vender nas feiras**, 11/10/1991 e **Centro de pequenos negócios também nos bairros, aumenta o número de camelôs na cidade**, 19/08/1994. Ver DANTAS, Eustógio W C. *Comércio ambulante no centro de Fortaleza/ CE(1975-1995)*. 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana)—Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

que seduzem a clientela ansiosa por alimentos de baixo preço. A paisagem na praia da Barra do Ceará está definitivamente marcada pelo vaivém de alimentos nas mãos dos vendedores; por "isopôres" nos ombros dos ambulantes; por caixas e sacolas que transportam mercadorias para venda, pelo brilho das embalagens de alumínio das quentinhas; por seus consumidores.

Aos domingos, os usuários da praia passam o dia todo em conversas nas areias e pedras, em banhos sucessivos no mar das Goibeiras e Iparana, nos forrós. Só às cinco horas da tarde começam a se ajeitar no sentido de voltarem para casa. Nesse ritmo, a alimentação torna-se item indispensável à composição das atividades de lazer.

Esse turbilhão de negociações, de pessoas degustando tiragostos; de vozes e epítetos de vendedores justapondo-se no sentido de chamar a atenção de fregueses, a comercialização de ovos de codorna, piabas e quentinhas, movimenta muitos vendedores ambulantes que perambulam nas areias, em busca de multiplicar seus minguados ganhos.

Se a negociação de produtos alimentícios tem boa saída e retorno relativamente bom, por outro lado, guarda riscos. O alimento cozido estabelece um tempo muito efêmero quanto à qualidade, ou seja, o tempo de validade. Assim, o tempo que o vendedor dispõe para vender o produto é bastante comprimido. Quem vende alimentos cozidos deve prepará-los o mais próximo possível do momento da venda e manter o produto em mãos, o tempo menor possível.

A aquisição e utilização de elementos do preparo das guloseimas também pode significar o risco do gasto do produto aumentar muito e não compensar a revenda dentro do enquadramento de R\$1, 00.

Assim, vendedores de produtos alimentícios vão buscar variados recursos para driblar dificuldades. Criam táticas, construção de meios para se manter no parco comércio, nas areias da Barra do Ceará. As operações que estes vendedores imprimem

na realidade são de percepção difícil. Tentar embrenhar-se no cotidiano dessas operações, nas engrenagens das suas funcionalidades, é um caminho possível na construção do conhecimento histórico sobre as vivências de vendedores na Praia da Barra do Ceará.

O pesquisador que observa o movimento na praia da Barra do Ceará, no Pólo de Lazer, na praia das Goiabeiras, no caminho entre a ponte e o Pólo, na av. Radialista José Lima Verde, nas margens do rio Ceará, na restinga da praia de Iparana, pode imaginar que todos aqueles vendedores trabalham ali porque moram ali. Afinal, a forma de diminuir os gastos e o cansaço é trabalhar o mais perto possível de casa ou mesmo fazer da própria casa uma plataforma do comércio. Observando-os com suas bermudas ao meio da perna, com suas camisas abertas, muitos com os pés no chão, outros com pesados "isopôres" no ombro, alguns com caixas pesadas de sirigüelas ou ainda com carregados tabuleiros transversalmente colocados no peito, eu imaginava, a partir do golpe de vista "civilizado", que aquele trabalho árduo e cansativo só era possível porque aquelas pessoas moravam ali, na Barra do Ceará mesmo ou nas proximidades.

Todavia, ao longo da elaboração das entrevistas, entre 2001 e início de 2003, com surpresa, eu encontrei pessoas que, de lugares distantes da Barra do Ceará, vêm para a praia mais oeste da Cidade criar oportunidades de trabalho. De pontos diferentes, mas igualmente distantes, deslocam-se para a Barra do Ceará cruzando toda a cidade de Fortaleza, experimentando lugares de venda e indo se ancorar no lugar onde conseguem formar alguma freguesia.

O trabalho com alimentação exige do vendedor a garantia de venda do total de produtos que ele prepara para negociar a cada dia que vai à praia. Deixando de vender a quantidade completa de tira-gostos produzidos, a mercadoria perde-se e os prejuízos são inevitáveis, pois a sobra não poderá ser estocada. Disso decorre

que o vendedor deve buscar meios de produzir uma quantidade de tira-gostos que não ultrapasse muito a demanda.

Para manter o controle da relação produção e venda, com pouco prejuízo, é necessária a criação de formas de manter o fluxo das vendas. Uma tática utilizada para garantir maior lucratividade é locomover-se em busca do cliente. Nesse esforço, vendedores perambulam pela Cidade, criando espaços de venda, estabelecendo diversas territorialidades e possibilidades de negócios.

No rol das entrevistas que editei, vendedores acentuaram a operação de venda que requer deles, a movimentação por diversos espaços da Cidade e micro-espços dentro da Barra do Ceará. Nas entrevistas com vendedores de *kit-bronzeador* e outros produtos de tempo de validade maior, os entrevistados enfatizavam a demarcação de um ponto fixo de venda, onde passasse o maior número de consumidores possível. O passante, nessa trama, era o consumidor e importava ao vendedor a construção de pequenos territórios, "mais ou menos fixos". No caso dos vendedores de alimentos, são eles próprios os passantes que buscam num ponto móvel o cliente, por vezes em movimento, outras vezes bem localizados.

Um desses andarilhos, que se locomovem por Fortaleza, aos domingos, até chegar na Barra do Ceará, é Antônio, vendedor de piaba no espeto.

Antônio Rodrigues da Rocha tem 51 anos e nasceu em Fortaleza. Desde criança morou na praia mais a leste de Fortaleza, motivo de poesias, músicas e quadros pintados por artistas cearenses. Lá se encontra o porto do Mucuripe, construído em 1942. A paisagem marcada por morros de areia branca e a distância do Centro tornou o porto espaço da segregação da população pobre, boa parte pesqueira. Os ventos fortes também motivaram a instalação de moinhos de trigo e indústria de refinamento de gás e petróleo. Antônio viveu sempre lá, entre a praia e o Vicente Pinzon, favela construída nas proximidades do

Castelo Encantado, no alto dos morros de areia. Mora lá em uma casa, construída por mutirão, que ganhou devido a enchentes do final da década de 1980, na gestão Gonzaga Mota. Foi casado. Hoje vive com outra mulher. Do casamento tem uma filha e da mulher com a qual vive hoje, teve quatro filhos, dos quais dois são adolescentes de 13 e 15 anos e dois morreram. Desde os dez e até os quarenta anos, trabalhou como barqueiro, desembarcando pessoas, trabalho que ele denomina de *catraiar*. Aos 11 anos, sua mãe morreu de bronquite e aos dezesseis perdeu o pai, falecido de problemas cardíacos. Órfão precocemente e trabalhando desde criança, não teve direito aos estudos. É paupérrimo e diz-me que, com a venda de piabas na praia, vai levando a família direitinho. Há sete anos vende piaba na Barra do Ceará.

Em um Sábado, observando o movimento na praia das Goiabeiras, na Barraca do Batoque, em frente ao Pólo de Lazer, identifiquei seu Antônio em movimento célere. No domingo, o abordei para marcar uma entrevista na segunda-feira. Quando me falou que morava no Mucuripe, não pude deixar de me admirar e só marquei a entrevista para o sábado seguinte, por causa da distância e dos gastos de transporte, para seu Antônio.

Na sexta-feira que antecedeu o sábado da entrevista, choveu e no sábado a praia estava vazia, embora fosse “a quinzena”, período conhecido pelos vendedores como de praia cheia e boas vendas. Havia pedido a seu Antônio para chegar mais cedo e, como demorava, entre as conversas com garçons e velhos pescadores, imaginei que seu Antônio não viria, receoso de chuvas. Eram quase 11 horas quando ele apontou na ponta oeste do Pólo de lazer. Frenético, vencida as areias da praia com desenvoltura. Fui ao seu encontro na barraca Batoque e ali nos sentamos à mesa para uma entrevista de menos de uma hora⁷, em meio aos olhares de crianças, garçons e clientes curiosos e seduzidos pelo brilho do gravador. De bermudas azuis, boné e uma

⁷Antônio Rodrigues da Rocha, 51 anos, **vendedor de piabas**. Seu Antônio. Entrevista concedida em 25/01/2003.

espécie de colete curto e aberto, seu Antônio aparenta ser um garotão, impressão desfeita apenas pela barba grisalha. No transcorrer da entrevista, seu Antônio narra suas andanças nas praias de Fortaleza.

Apesar da segregação espaço-social imposta a esses grupos de pessoas pobres, eles forçam as suas possibilidades e abrem caminhos que dão configurações diversas das que lhes são permitidas e previstas nos planos diretores ou por barreiras simbólicas que os diferenciam. O espaço social desses trabalhadores não se restringe as suas poucas possibilidades de ganho, ao seu pouco dinheiro, a sua miserável condição de vida e muito menos às barreiras sociais que lhes são impostas. Operando num quadro segregador, eles se movimentam pelas bordas, em trajetórias inusitadas e inesperadas⁸.

Seu Antônio, mesmo morando no outro lado da Cidade, vem para a Barra do Ceará em esforço incompreensível para mim. O fato é que, para chegar até a Barra do Ceará, não gasta menos de uma hora e atravessa diversas áreas da Cidade em conduções lotadas da linha Grande Circular ou topic 011. Nesse percurso, entre o Mucuripe e a Barra do Ceará, transita por várias espacialidades de fronteiras simbólicas diferentes que *aproximam, separam, nivelam, hierarquizam e ordenam relações sociais*⁹. No Mucuripe, as favelas misturam-se a empreendimentos hoteleiros e industriais, provocando uma espécie de pressão social que, por vezes, desdobra-se em conflitos entre uma população ávida pelas privilegiadas faixas de litoral e um grupo de favelados que insistem em se manter nas areias dos morros, a leste da Cidade.

No Mucuripe, onde vive, sua relação é de morador, mas também de negociante. Lá trabalha desde criança e é onde pode

⁸FERREIRA, Jerusa P. *O Livro de São Cipriano: Uma Legenda de Massas*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1992, p. 20.

⁹ARANTES, Antônio. A Guerra dos Lugares. Brasília: MIC. *Revista do IPHAN* N°23, 1994, p. 191-192. Sobre a forma como o espaço é vivenciado na prática de andarilhos na cidade, ver CERTEAU, Michel de. *Míticas: aquilo que "faz andar"* In: *A invenção do cotidiano: 1.- Artes de Fazer*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1994, p. 183-192

negociar a compra de piabas a preço acessível a ele. É lá onde pode construir sua casa de mutirão. Portanto sua interação é de morador que convive com a pobreza de seus vizinhos e a distante riqueza dos que procuram ocupar o lugar onde mora.

Área litorânea, o Mucuripe localiza-se próximo de praias como o Meireles, a Volta da Jurema, a praia do Náutico, a AABB, a praia dos Diários. Ali a população se fecha em seus muros e condomínios¹⁰ e as fronteiras simbólicas tornam-se menos tensas e mais claras haja vista a densa presença de grupos sociais de classe média e abastarda. Da janela do ônibus Grande Circular ou da Topic 011, seu Antônio pode perceber um mundo inacessível a ele e pessoas que não fazem parte do seu grupo social.

Esses grupos sociais mais abastados, turistas ou moradores da grande área que se costuma denominar Aldeota, e que outrora foi também área de concentração de populações pobres¹¹, atraem vendedores pela possibilidade de boas vendas. Também na praia do Futuro transitam vendedores em busca de turistas e banhistas com dinheiro fácil.

Todavia, a formação da clientela e um ciclo de amizades parecem ser uma tática de interesse a esses vendedores que arduamente negociam em locais de venda "mais ou menos" garantida, embora distante de suas moradias. Dessa forma, é importante conquistar uma clientela e construir amizades que facilitem o seu trânsito, na praia escolhida para vender, no caso a Barra do Ceará.

¹⁰Sobre a geografia, imagens da Beira-mar, ver SILVA, José B. da. **O Maceió vai despejar na Beira-Mar, O calçadão da Beira-Mar, Beira Mar na Berlinda, Beira Mar na Beira do Caos** In: *Nas Trilhas da Cidade*. Fortaleza: Museu do Ceará. Coleção outras História, 2000, p. 47,49, 88, 146. Ver também LINHARES, Paulo. **Cidade de Água e Sal: Por uma Antropologia do Litoral do Nordeste sem Cana e sem Açúcar**. Fortaleza: fundação Demócrito Rocha, 1992, p. 283.

¹¹Sobre as razões da explosão demográfica de Fortaleza, ver Gisafran Nazareno. **Verso e Reverso do perfil urbano de Fortaleza**- São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000. Relatório dos aspectos demográficos de Fortaleza e da localização de bairros e favela da cidade. IBGE, SMDT Prefeitura de Fortaleza. **Relatório do Programa de Recuperação e Complementação do Sistema Viário Básico da Costa Oeste**, na cidade de Fortaleza. Proema-Engenharia e Consultoria. *Anuário Estatístico do Ceará. 2001*. Ver também SILVA, José B. da. **Os Incomodados não se retiram: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza**. Fortaleza: Multigraf Editora, 1992, p. 65.

Nesse sentido, argumenta seu Francisco, vendedor de ovos de codorna¹². Francisco José Cardoso tem 51 anos. Nasceu em Fortaleza, cresceu na avenida Bezerra de Menezes e hoje mora no bairro Jardim Violeta, perto do Castelão, estádio de futebol localizado na zona centro-sul da Cidade. É casado, tem três filhos e um neto. Foi trocador de ônibus, operário da Cione, indústria de beneficiamento de castanha localizada na av. Bezerra de Menezes, camelô no centro de Fortaleza, e artesão de bijuterias. Tem casa própria. Há 16 anos, quando ainda trabalhava no Centro e morava no bairro do Quintino Cunha, farto de viver mudando-se e de perder amizades, comprou um terreno com uma pequena casa que foi ele mesmo reformulando. Segundo seu Francisco, ele comprou esta casa em uma época em que uma casa valia o preço de uma carteira de cigarros. A distância do centro da Cidade desvalorizava terrenos e os tornava acessíveis .

Seu Francisco, como seu Antônio, ressalta a presença de uma clientela e de amizades como razões do seu deslocamento do Castelão para a Barra do Ceará, depois de 3 horas de viagem de ônibus, dentro do perímetro urbano:

GLÓRIA – E hoje o senhor mora aonde?

FRANCISCO – Hoje eu moro no Jardim Violeta, perto do Castelão.

GLÓRIA – O senhor mora lá no Castelão!?

FRANCISCO – Lá no Castelão

GLÓRIA – E vem ver aqui, por quê?

FRANCISCO – É por que eu me acostumei a trabalhar aqui. Existe outras praia boas, até melhor que aqui na Barra, mas eu já tenho três ano que eu trabalho aqui. Ai pronto me acostumei aqui, aqui eu fiquei!

GLÓRIA – Mas o que é que faz o senhor se acostumar aqui? É cliente que o senhor tem? O que é?

¹²Francisco José Cardoso, 51 anos, vendedor de ovos de codorna. Seu Francisco. Entrevista concedida em 25/01/2003.

FRANCISCO – É isso mermo! Você trabalha três ano numa praia, então você já tem muito amigo, muito cliente, já tem aqueles, tem os freguês certo. E você, pro exemplo, aos domingos tem aqueles freguês que vocês vai só, chega entrega e vende rápido. Ai, você chega em ôta praia, por exemplo, eu pra vim pra cá eu atravesso a praia do Futuro, praia de Iracema, praia do Náutico, praia do Ideal, praia da Leste e venho pra cá, por que aqui eu já tô acostumado já.

GLÓRIA – Lá não vende?

FRANCISCO – Não! Vende! Vender, vende! É porque a gente se sente um estranho no ninho, certo? Quando você chega, por exemplo, eu saiu daqui da Barra pra ir trabalha na, na praia da Futuro, ai você se sente um estranho no ninho, no mei dos ôtos.

GLÓRIA – Aqui tem as amizades?

FRANCISCO – É tem as amizades, é os próprio freguês, os próprios vendedor. Os vendedor de ovo e os freguês que tem que é muito amigo que a gente tem e ai a gente faz amizade. Ai pronto! A gente se acostuma aqui. Eu ando nas ota praia só pá toma banho. Eu trabaio aqui, ai tomo banho por exempro, na raia do Futuro, na Caça e Pesca e aqui eu trabaio¹³.

Seu Francisco e seu Antônio me oferecem elementos para uma reflexão sobre a problemática dos usos e construções das territorialidades na urbanidade através da necessidade de comercialização de tira-gosto. O expressivo discurso de seu Francisco de que em outras praias se sente um estranho no ninho me direciona para uma interpretação de que os espaços públicos limiares¹⁴ são contextos delimitados que, embora próximos, mantêm-se separados por barreiras que a subjetividade constrói. Assim, a afirmação de um grupo onde o vendedor possa ser socialmente aceito é elemento constitutivo de táticas de

¹³ Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

¹⁴ ARANTES, Antônio. A Guerra dos Lugares. Brasília: MIC. *Revista do IPHAN*, Nº23, 1994, p. 191-201.

negociações e invenções de lugares que potencializam articulações necessárias a um fluxo de vendas.

A mobilidade desses conjuntos humanos e urbanos cearenses foi percebido pela socióloga Juraci Cavalcante como elemento constitutivo da *Cultura de Migração* no Ceará, através da qual deslocamentos espaciais contidos em uma temporalidade específica (final do século XIX e por todo o século XX)denotam uma prática social orientada por valores, expectativas e modelos mais ou menos previsíveis¹⁵.

Nessa direção, a decisão de migrar está associada a estiagens cíclicas, ao latifúndio mas, também, à alternativa de sobrevivência de segmentos dos camponeses.

Os deslocamentos internos urbanos ancoram-se nessa cinética migratória construída ao longo do século XX e, no final do mesmo período, atualizam-se e intensificam-se em táticas urbanas bastante correntes entre grupos pobres da população.¹⁶

Para vendedores de tira-gostos, realocar-se na Cidade, constantemente, é ressemantizá-la em função do sonho de aumentar vendas. Composições sociais são formuladas a partir de uma dimensão afetiva. Além da relação vendedor-cliente, o motor das negociações é a afinidade de sentidos complexos que mantêm o ritmo das diferenças em um conjunto de ações que constrói o comércio de rua na Barra do Ceará.

Nas falas de seu Francisco e de seu Antônio, a formação de ciclo de amizades aparece como uma dimensão fortalecedora da construção do espaço social. Nas palavras de seu Francisco o fato de fazer amizades com fregueses e outros vendedores o leva a se

¹⁵CAVALCANTE, Juraci M. A cristalização de uma “Cultura de Migrações” no cotidiano de indivíduos, famílias e jovens interioranos do Ceará. Fortaleza: *Revista do Instituto do Ceará* Tomo CXI-Ano CXI, 1997, p. 109-137.

¹⁶A motricidade desses andarilhos constitui operações que não se localizam, mas espacializam-se em práticas micro-urbanas. *Caminhar é ter falta de espaço*, é buscar os lugares sonhados. No ímpeto de buscar lugares propícios à venda de tira-gostos, mil gestos modificam a ordem do sentido literal dos lugares. *Árvores de gestos* diluem espaços públicos e privados e criam na Cidade Planejada, uma cidade metafórica, sempre em deslocamento. CERTEAU, Michel de. *Míticas: aquilo que “faz andar” e a Fala dos passos Perdidos* In: *A Invenção do Cotidiano: 1.—Artes de Fazer*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1990, p. 183-192.

acostumar com o lugar porque ali se cria um espaço de convivência.

Sobre as táticas, os jeitos de “artistas” e a compartimentação de trabalho e lazer, Michel de Certeau lembra que

O corte não passa agora entre o trabalho e os lazeres. Essas duas regiões de atividades se homogeneizam. Elas se repetem e se reforçam uma à outra. Nos locais de trabalho se vão difundindo as técnicas culturais que camuflam a reprodução econômica sob ficções de surpresa(o “happeninng”), de verdade(a “informação”) ou de comunicação(a “animação”)¹⁷

Na composição da teia de vendas e territorialidades na praia da Barra do Ceará, em que consumidores e vendedores trabalham e divertem-se, fazem amizades, a dicotomia trabalho e lazer diluiu-se em operações contínuas ou fragmenta-se em práticas de negociações, pequenos momentos para diversão. Trabalhar é também se divertir, é fazer amizades, é buscar desafogar as tensões do dia-a-dia. O ciclo de amizades construído no cotidiano e a partir dos mil gestos de vendedores é vital para as vendas, para garantir a demarcação de territórios e para a descontração. Nesse sentido, fala seu Francisco:

GLÓRIA – O senhor acha pesado esse trabalho aqui?

FRANCISCO – Não, eu num acho. Eu num acho porque é o seguinte: você vem pra uma praia dessa, você chega aqui nove hora do dia você traz 50 caixa de ovo dia de domingo...

Aí eu num acho pesado porque é o seguinte: você chega numa hora, por exemplo, você chega nove hora,

¹⁷CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 91-92. Sobre a dissolução dessa dicotomias, ver também ver DIAS, Maria O. L. S. *Hermenêutica do cotidiano na Historiografia Contemporânea. Projeto História*. São Paulo (17). Educ., 1998, p.223-258.

Levando a fadiga do final do dia, das horas de caminhadas, das distâncias percorridas para um campo coadjuvante, aparecem em espaço central o beber, tomar cervejas, o fazer amizades, as

18 Seu Francisco. Vendedor de ovos de codorna. Entrevista citada.

GLÓRIA – E a diversão aqui como é que é?
FRANCISCO – Ah, a diversão é boa! Você tem muito amigo, você chega numa mesa conversa. Se o cara bebe, para numa mesa, toma com o próprio cliente, né? Que o cliente manda, a gente senta, aí o amigo da gente manda: *senta aí, toma aí uma dose, come alguma coisa!* Aí ele fica naquele movimento aí de, se diverte, às vezes se ajunta muito, os vendedor mermo se ajunta, aí faz uma mesa grande, aí toma umas cervejas, toma umas coisa, depois vai pra casa. A diversão é boa!¹⁸

que você tá em casa.
né? Você trabalha se diverte, conversa e tudo, melhor maneira. Você, é fácil, você ajunta o útil ao agradável, você pára. É uma coisa que você trabalha com uma coisa ali com o sangue quente num tá sentindo, mas quando pernas dói, as costa dói, de tanto se anda muito. Você tá televisão. Aí você vai sentir ali, porque aí você vê: as uma coisa debaixo da cabeça, se deita, em frente da você pára. Você chega em casa toma um banho, aí bota sente nada. Você vai sentir é, ele é cansativo depois que movimento, sangue quente, você anda vai, vai você num É uma coisa assim, por exemplo, cê tá naquele Paracuru a pé, mas num é cansativo!
Você vai, volta, volta a bem dizer no Paracuru, até o desse pa ir pro Paracuru e a pessoa nem sente, né? você anda do lado pá ôto, vai lá, vai lá e volta, talvez cometrage do que você anda durante esse período que três, quatro horas. Anda muito se, se fosse fazer uma meia, é nessa faixa. Você trabalha o quê, nove trabalha acaba uma e meia ou acaba duas, duas e dez, duas e eu acabo os ovos na faixa de duas hora, certo? Então se tenho um cálculo, assim dia de domingo, quando, sempre cinqüenta(50) caixa de ovo, você trabalha de nove, eu já um dia de domingo, certo? Aí você trabalha, traz

conversas com clientes e vendedores. A oposição trabalho e lazer já não cabe nessa apreensão da experiência vivida de seu Francisco, mas a interpretação de elementos que compõem a trama cotidiana em que o lazer se mistura ao trabalho, suscitando múltiplas táticas de suportar o dia-a-dia. Unir o útil ao agradável é a fórmula construída por quem, nos finais de semana, tem que trabalhar.

Seu Francisco admite que em outras praias a venda também é boa. Mas o que qualificaria uma praia como boa de venda? É quando fala da praia da Leste-Oeste, que reconhece os elementos necessários para bons negócios e evidencia a movimentação dos vendedores pela Cidade:

GLÓRIA – O senhor falou que a sua mulher o ajuda também, ela vem também, é?

FRANCISCO – Minha esposa, ela vende ovo só aos domingos, só trabalha aos domingos. Ai eu vendo aqui e ela vende na Leste, na Leste-Oeste

GLÓRIA – Ah ela vende lá na Leste?

FRANCISCO – Na Leste-Oeste

GLÓRIA – E é boa a venda lá?

FRANCISCO – Rapaz, a Leste-Oeste, ela é o seguinte: ela é uma praia, é uma praia povão, certo? Eu trabalhei antes de trabalhar aqui, eu trabalhei um ano e meio na Leste-Oeste. Eu sai de lá por causa justamente pra vim pra cá quase obrigado, certo!? Por causo que ai eu ficava mais lá, no sábo eu tinha que fazer as duas praia, eu trabalhava lá. De lá eu vinha pra cá.

Ai comecei a andá aqui, aqui me acostumei: viche! Eu vou perder uma vaga aqui na Leste-Oeste! Ai, então a minha esposa disse: não eu vou trabalhar com você. Ai pronto! Ela vei, ai ela fica lá, eu venho aqui. A Leste-Oeste é uma praia povão, que nem diz assim é da geral, geraldina, que você vai pro Castelão aí tem o povo da geral, pois é, geraldina. É boa de venda, é!. O pessoal diz que num sei, que é perto do Pirambu, mas é uma praia, a Leste-Oeste é uma praia mermo de primeira, falta só divulgação mermo dela, certo? É uma praia boa, tem

bastante polícia lá, tem, é bem central, que é quase no centro ali, né!¹⁹

Conhecida pelo mau cheiro provocado pelo interceptor oceânico da Cidade construído na década de 1970, a praia da Leste-oeste é identificada pela ironia popular como a *Copacabosta*²⁰. O termo se reporta aos odores pútridos do lugar, assim como à beleza exuberante das águas azuis que levou a construção de um dos maiores hotéis de Fortaleza. Localizada entre o Centro e a favela do Pirambu, a praia mantém uma ambigüidade. Por um lado, é bela e de fácil acesso, por outro é malcheirosa e cercada de pobres, identificados como vagabundos, prostitutas, viciados, ladrões, gangueiros.

Para os pobres, representa a oportunidade de lazer e o fato de ser central atrai grupos populacionais de variados cantos da Cidade. A "geraldina" é formada por grupos que nas manhãs de domingo enchem os terminais e de forma barulhenta entopem os ônibus. São as "galeras das periferias" que também entopem os estádios de futebol quando dos grandes campeonatos. É a "geraldina" que enche a "Copacabosta".

Expressões do cotidiano, "geraldina" e "Copacabosta" articulam-se às experiências urbanas em Fortaleza. Circulam entre estratos menos abastados da população em que a oralidade desponta como meio de formação de vocabulários forjados longe dos dicionários e escolas. No calor das necessidades, no ritmo de vivências, surgem termos que comportam dimensões do mundo cidadão consorciadas à subjetividade criativa de grupos e territorialidade específicas.

Na linguagem criada e manipulada por esses habitantes das ruas vêm à tona pequenas intervenções no real que caracterizam o

¹⁹Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

²⁰LINHARES, Paulo. *Cidade de água e sal: Por uma Antropologia do litoral do Nordeste sem cana e sem açúcar*. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1992., p. 274-5.

cotidiano dos que ali trabalham. Em uma economia de moedas e vales-transporte o diminutivo é um meio corrente de expressar o parco lucro das negociações. Surge, então, uma economia do “realzinho”; do “pedacinho” de produtos que se fragmentam para atender as demandas do “freguesinho” ou do “pessoalzinho”; estes que também são a “negada”, a “cabocada” que “cisma” e “bota buneco” pra comprar.

Palavras que nomeiam relações sociais muito próprias do circuito de vendas na rua e constituem uma linguagem relacionada a situações de compra e venda no comércio onde se quer vender tudo, e pouco se quer comprar. Articulando-se a circuitos múltiplos, vendedores de rua vivenciam experiências de culturas populares de Fortaleza em que se formulam linguagens diversas, afinadas ao cotidiano da periferia.

A cultura popular, sem se render a generalizações que a desqualifica de ignorante e analfabeta, revigora-se em criativas formas de relações sociais expressas em uma linguagem estreitamente relacionada à formação de grupos sociais numerosos, periféricos e descapitalizados na Fortaleza turística da última década do século vinte.

Assim, Barra do Ceará, Castelão, Mucuripe, praia do Náutico, praia do Ideal, praia do Meireles, praia da AABB e Volta da Jurema, praia Mansa e Leste-Oeste são espaços das mobilidades dos vendedores ambulantes no final do século XX em Fortaleza. Fazem parte da trama que se desenrola nos espaços com os quais a Fortaleza turística não quer se identificar. Estes são espaços do subemprego, da violência exposta, da prostituição, das moradias precárias de papelão se misturando ao verde da vegetação ou ao amarelo das areias, de crianças cheirando cola em bandos. São, sobretudo, espaços da falta: a falta de ônibus, de moradias de educação, de alimentação, dos direitos civis. São também áreas cheias de vendedores e freqüentadores de praias, pessoas buscando o lazer, religiosos se deslocando para as igrejas, riscos de assaltos, roubos, terminais movimentados, “topics” superlotadas

deslocando-se em alta velocidade, preço alto da passagem, confusões, falatórios, palavreados, ruídos, fumaças e odores de indústrias.

Costurando ou abrindo as tramas cotidianas, essas pessoas consomem e participam do comércio de rua na periferia da Cidade. Fazendo suas opções de lazer, essa população discriminada e excluída busca nos produtos oferecidos na rua, nos pontos de ônibus, nos meios-fios, nos jardins centrais, nas areias da praia, um meio de se descontraír. No fluir dessas experiências, linguagens são geradas como meio de interlocução idiossincrásica e pertinente à comercialização diária.

* * *

A mobilidade não acontece somente entre a Barra do Ceará e noutras praias. Vendedores de tira-gostos compõem micro-territorialidades através da mobilidade interna que imprimem nas areias da praia da Barra do Ceará. Dona Zilda é uma dessas vendedoras que posso ver transitando pela restinga da Iparana, vendendo quentinhas, e que diariamente constrói seu espaço de sobrevivência nas areias da praia.

Nessa dinâmica, a experiência de dona Zilda vai em direção inversa à de seu Francisco e de seu Antônio. Está na Barra, mora na Barra, trabalha na Barra e por vezes sai da Barra para vender em outros lugares. Para dona Zilda, a Barra do Ceará é o lugar das vivências de sua família, o lugar das suas próprias vivências, é o seu lugar. É também o espaço das suas táticas de sobrevivência que se concretizam na exploração dos recursos naturais disponíveis e na construção de oportunidades de venda.

Como muitos dos vendedores ambulantes de Fortaleza, a família de dona Zilda está envolta nos processos migratórios da

década de 1960 conhecidos como “êxodo rural”. A Barra do Ceará, nesse sentido, se constituiu como espaço dessas populações que migraram e migram do interior árido e do litoral. Muitos migrantes encontraram, na Barra do Ceará, lugar de sobrevivência. Entretanto, dona Zilda já faz parte de uma geração urbana. Isso significa que ela opera com códigos citadinos e praianos, mas também trabalha com um quadro referencial interiorano. O uso e construção do espaço estão marcados por esses valores híbridos. Assim, buscar na natureza meio de vida é uma condição de possibilidade tão válida quanto comercializar “quentinhas”.

O lugar Barra do Ceará, para dona Zilda, é o lugar onde se encontra comidal. É o que ela enfatiza:

GLÓRIA – E vocês gostam de morar aqui na Barra?

ZILDA - Eu gosto.

GLÓRIA – Por que tu gostas, o que é que tu acha bom aqui e o que é que você não gosta?

ZILDA – Aqui é porque eu nasci e me criei aqui, né!? Eu, eu num. Eu já sai pra morá nostros cantos, mas só que eu gosto mermo é do meu lugar, porque aqui tudo de tudo a gente inventa. A gente num tem o que comê, a gente vai ali no mangue, a gente pega um aratú, a gente pega um siri, a gente pega um mão-no-ói, a gente pega um camarão. É, planta uma mandioca, ela nasce, daquela manila, a gente faz a farinha, faz o grude. E noto canto ninguém pode fazer isso, né!? E aqui é melhor pra nós, eu acho.²¹

A Barra do Ceará se reveste de importância como lugar da invenção. Lugar de inventar de pescar aratu, de pegar siri, mão-no-olho, camarão. Lugar de plantar a mandioca e com esta inventar mil alimentos.

²¹Zilda da Silva. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista concedida em 02/01/2003

A Barra do Ceará aparece como o lugar de garantir o básico para a sobrevivência. É o lugar da oportunidade de negociar, de encontrar na natureza uma invenção para se confrontar com a fome e a miséria. Um aspecto considerável das especificidades do modo de viver e comercializar produtos na área da Barra do Ceará refere-se à relação que a comunidade mantém com o ecossistema do qual faz parte: Manguezal, rio, praia, cordões dunares, bancos de areia²².

As dificuldades, então, são enfrentadas, explorando-se os recursos naturais e transformando-os em alimentos ou mercadorias vendáveis. No rol das entrevistas gravadas, muitos vendedores narram histórias cotidianas de obtenção de gêneros alimentícios a partir da formação vegetal que circunda o rio Ceará, assim como do mangue, do próprio rio e do mar.

Tais gêneros são comercializados ali mesmo. A narrativa de dona Zilda traduz esse aspecto do cotidiano de negociações de tira-gostos, na Barra do Ceará:

ZILDA – É desde idade dos meus ...doze anos que eu vindia siri na bera da praia com a minha mãe. Ai depois fui trabalhar de garçon.

GLÓRIA – Como assim, quando tu era criança, o que é que tu se lembra mais, assim de vender além de siri?

ZILDA – Era siri, era os pratim de camarão na bera da praia, era aqueles espetim de piaba... tudo isso.

GLÓRIA – Sempre com comida, né!?

ZILDA – Era, sempre com comida.

GLÓRIA – Por que comida dá muito é, assim?

ZILDA – Era porque era um lucro mais razoável, né!?! Dava pra gente vender porque a gente pegava aquele sirizim, era da gente mermo. A gente conzinhava a gente mermo criança ia vendê, não precisava nem pai, nem a mãe. A gente mermo ia pescá. A gente mermo

²²Ver SANTOS, Elionai N. R. *Praia da Barra do Ceará: exclusão social e lazer*. Dissertação de Mestrado Fortaleza: UFC, 2000, p 133-144.

cozinhava, a gente mermo vendia e assim e levando a vida.

GLÓRIA – Então quer dizer que vocês pescavam aqui mesmo no rio?

ZILDA – Era.

GLÓRIA – No rio Ceará?

ZILDA – No rio Ceará, daqui até as ponte de Caucaia, a gente pescava e pegava aqueles siris e cozinhava e ia vendê. Pegava aquele pexim, carazim, ia vender, pra subriviver.²³

Dos recursos vegetais disponíveis, extraíram-se quantidades domésticas de caju, murici, manga, sapoti, banana, sirigüela, coco. Também é possível coletar madeira para ser utilizada na estrutura de casas. Do solo arenoso, consegue-se a argila para o preenchimento da grade de madeira das choupanas de taipa.

O artesanato de comidas caseiras entra, então, no comércio. A sobrevivência de pobres é mantida negociando-se pequenos peixes, búzios, ostras, siris, mãos-no-olho, estes cozidos nos pequenos fogareiros reciclados de latas de alumínio, ou simplesmente vendidos crus. O uso do rio Ceará e suas matas adjacentes permite a pesca amadora de exíguas porções de peixes e mariscos. Coletados da natureza, os alimentos não pesam na contabilidade dos gastos.

A comercialização de alimentos ocorre numa trama em que o estereótipo do distanciamento entre homem citadino e recursos naturais é passível de desmonte. A urbanização de Fortaleza, na última década do século XX, produzida por um lado grandes empreendimentos como a ponte sobre o rio Ceará e pavimentação e calçamento da avenida Radialista José Lima Verde; por outro acentuava áreas de exploração predatória dos recursos naturais²⁴,

²³*Dona Zilda. Vendedora de quentinhas. Entrevista concedida em 02/01/2003*

²⁴Ver **SEMACE**: Relatório do Programa de Recuperação e Complementação do Sistema Viário Básico da Costa Oeste, na cidade de Fortaleza. Proema—Engenharia e Consultoria.2001. **IPLANCE**: Anuário Estatístico do Ceará 2001. Edições **PREFEITURA DE FORTALEZA E SER I**: Mapeamento da Regional I, Dados Demográficos dos bairros Barra do Ceará, Jardim Iracema, Jardim Guanabara e Vila Velha em 1996, Dados demográficos de Fortaleza em 1998.

o esgotamento destes e o aumento das áreas de risco²⁵. Vendedores pobres tiravam partido da desordenada organização espacial apossando-se de terrenos públicos nas proximidades de matas e áreas de risco. Pescas, frutos, hortaliças e leguminosas são retiradas para garantir a sobrevivência cotidiana. Tira-gostos, siris, camarões, caranguejos circulam nos cestos, nos pratinhos remediando a miséria de quem, embora negocie alimentos, nem sempre tem o que comer.

Hibridações de experiências vão se atualizando em um amálgama de costumes e hábitos não totalmente citadinos, nem somente rurais. O costume de, no tempo de não ter colheita, ir buscar na mata alternativa de alimento é recriado para manter o fluxo de produtos para o estômago e pequenos negócios, em um tempo diferente dos ciclos naturais de plantio e colheita. O tempo aqui é o tempo do sol, das chuvas, os tempos das marés altas e baixas, da quinzena, do final ou início do mês. O tempo citadino está consorciado às operações rurais, em uma relação estreita do homem com o mundo natural.

Quando há sol, é necessário pescar mais para vender mais na praia. Quando chove, também é necessário pescar mais para vender nas ruas de porta em porta e para alimentação familiar.

Mesmo nos períodos ensolarados, quando não é quinzena, início ou final de mês, a natureza representa o meio para buscar subsistência. Sem encontrar clientes, os vendedores lançam-se na mata, na lama do mangue em busca de alimento.

Mas a natureza também guarda riscos, que o homem citadino, morando nas margens de rios e nos bancos de areia da praia da Barra do Ceará, no convívio e nas necessidades cotidianas, aprende a interpretar. Marés altas e baixas são perseguidas por vendedores de pescados, nas madrugadas de

²⁵Sobre o mapeamento de áreas de risco de Fortaleza e Mutirões, ver SANTOS, Maria das G., LAUE, Birgit e VICENTE, Teresa P. **Mutirão: Alternativa para a moradia popular? Experiência em Fortaleza (Conjunto das Goiabeiras, Mutirão do Pirambu, Conjunto dos Três núcleos da Barra)**. Fortaleza, Berlin: CEARAH Periferia - ASA Programa, 1994, p. 7.

trabalho. Na pesca de tarrafa, é necessário entender os horários em que a maré sobe e se torna interessante para a pesca. As características da maré são conhecidas pela observação, através do trabalho contínuo que atravessa décadas, bem como por meio de informações orais que circulam entre uma cultura técnica dos trabalhadores de empresas pesqueiras no local e uma cultura sem letramento.

A despeito das pavimentações do perímetro urbano e da poluição dos rios citadinos, a natureza é explorada, conseguindo-se desta produtos para a negociação e para a alimentação familiar. O método de preparo permanece influenciado pela simplicidade dos produtos obtidos na mata e pelos poucos recursos materiais que compõem as rústicas cozinhas, por vezes a céu aberto.

O cesto de vime utilizado para transportar as pequenas "*porções de braço*" é feito de cipós retirados das ribanceiras e matas. Alimentos são coletados, também, sob influência da zona rural. Por outro lado, o uso de "isopor", embalagens de alumínio, bandejas de plástico apresentam-se nas negociações de quentinhas. Negociar em marmitas fechadas é uma exigência urbana, diferencial no momento da negociação. Os clientes exigem embalagens que simbolicamente representam a qualidade. A dinâmica das vendas vai sendo cozida na mistura das dimensões campo e cidade.

Restingas, bancos de areia, margens do rio, praia, paredes, amontoados de pedras, Pólo de Lazer, jardim central da avenida José Lima Verde e calçadões são espaços na ponta da Barra do Ceará disputados pelos vendedores ambulantes. Eles zigzagueiam por esses territórios quebrados por casebres de madeira e papelão ou pela águas do rio e do mar, a fim de alcançar seus fregueses.

Nessa direção, no espaço citadino de praia, para os vendedores de tira-gosto, ficar em um ponto fixo significa atender a apenas um grupo que estará exposto a produtos oferecidos por

outros vendedores. Nesses termos, seu Antônio faz suas ponderações:

GLÓRIA – Certo. E o seu filho também trabalha vendendo em outras praias?

ANTÔNIO – É ele vende.

GLÓRIA – Vende aonde?

ANTÔNIO – Ele vende no outro lado.

GLÓRIA – Lá no outro lado da Barra?

ANTÔNIO – É, do outro lado da Barra.

GLÓRIA – E aí, vem sempre junto com o senhor?

ANTÔNIO – Vem, sempre vem, mas agora ele foi pro outro lado.

GLÓRIA – Quantos anos ele tem mesmo?

ANTÔNIO – Parece que é 18 ano, 18 ano é.

GLÓRIA – E ele é bom vendedor?

ANTÔNIO – É bom vendedor, ele vende bem, ele é esperto, ele num é menino de andar sentado esperando pá descansar. Aqui você se sentô, demorô, já perdeu de tá de ganhando, porque é muito vendedores.

GLÓRIA – Então quer dizer que o negócio é andar e oferecer?

ANTÔNIO – Andá, é oferecer porque se você fica parado, você não vende nada não. Aqui por dia eu ando: vô lá embaixo, subo lá pra cima, desço e volto, é nessa agonia todo o tempo. Num tem parada não, só me sento na topriquer, pá ir pá casa. Se eu quiser discançar o corpo é em casa quando chego, que aqui é num dá pá pará não. Se pará você num faz nada que é muito vendeião de tudo tem pá vendê aqui, né!?

GLÓRIA – Tem muito vendedor aqui

ANTÔNIO – Tem vendedor de sirigüela, tem o vendedor de minduim, tem o vendedor de codorna, de tudo tem. Tudo tem aqui. Tem o de baião-de-dois com pexim torrado, as quentinha né?²⁶

²⁶Seu Antônio. *Vendedor de piabas no espeto*. Entrevista citada.

A necessidade de cobrir o maior número de espaços possíveis imprime o ritmo da agonia e exige um desdobramento do trabalho. Assim, é necessário o trabalho do filho juntar-se ao do pai para cobrir tanto a área de Iparana como a do Pólo de Lazer. Mas aumentar as vendas ainda exige deslocamento extenuante de ir e vir em microáreas dentro da grande área da praia da Barra do Ceará.

Dissonante do modo de proceder de seu Antônio é o de dona Zilda, trabalhando com as quentinhas apenas na praia de Iparana:

GLÓRIA – E eles só vendem por aqui ou atravessam?

ZILDA – Não, só na praia mermo.

GLÓRIA – Só aqui, não vai pro outro lado, ali pras Goibeiras não?

ZILDA – Não.

GLÓRIA – Só por aqui Iparana.

ZILDA – Não. Só aqui mermo.

GLÓRIA – Só Caucaia.

ZILDA – Só aqui nessa praia aqui mermo que eu tô vendo, né!? Que eu tenho medo de mandar eles pra mais longe por causa dos assaltos, né?²⁷

Mãe com quatro filhos, trabalhando na praia e ainda com uma barraca e uma mercearia para dar conta, dona Zilda constrói outros meios de multiplicar as vendas. O penoso trabalho de se movimentar por extensivas trajetórias é substituído pela não menos fatigante rotina de se dividir em outras tarefas. Essas tarefas, ao contrário, não investem muito no movimento, mas na fixação. São tarefas que prescindem do trabalhador em lugares mais delimitados e o controle da situação de vida e do negócio se dá de maneira mais privada. O trabalho na barraca exige o controle do espaço das mesas e cadeiras, o trabalho da mercearia, o controle do pequeno cômodo e o trabalho de venda de marmitas

²⁷Dona Zilda. Vendedora de quentinhas. Entrevista citada.

exigem movimentação por espaços maiores, esses limitados pelo controle do olhar sobre os filhos. Dessa forma, a movimentação espacial só é admitida até o ponto em que o olhar de dona Zilda a mantém ciente da forma como a venda está ocorrendo.

Contudo, as experiências sinalizam para o fato de que, para manter a alta vendagem, o vendedor deve entrar em contato com grupos variados, em localizações diferenciadas nas múltiplas territorialidades da praia. Dois caminhos interessantes despontam para compreender um pouco da interação dos vendedores com esses territórios: as tensões entre vendedores ambulantes e barraqueiros, e as querelas entre vendedores e as empreiteiras, trabalhando no local.

Sobre a relação entre vendedores de tira-gosto e barraqueiros, seu Francisco traz a seguinte situação:

FRANCISCO - ...barraquero é tudo gente boa, tudo é, cara é tudo é conhecido. Pede pá trocá dinheiro, troca. Às veze recebe dinheiro dos cliente da gente, eles num tem o troco, certo!!? Eles mermo recebe depois, depois repassa pra gente. Tudo é legal! Os barraquero é legal, todos são gente boa.²⁸

Considerando que nossa entrevista era feita numa barraca e a necessidade de boa convivência com todos do local, seu Francisco insiste em me convencer da simpatia com os barraqueiros. Para ele, a interação com esse grupo se dá a partir da troca de favores. Sem tensões, trocas de dinheiros e “recebimentos” são formas da concretização do contato entre esses dois grupos diferenciados.

Seu Antônio, no mesmo sentido de seu Francisco, diz que os barraqueiros não lhes causam problemas: “*Não, os barraqueros*

²⁸Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

*reclamam não. Muito barraquero concorda a gente passar aqui por dentro vendendo, ele num reclama não...*²⁹

Embora defendendo a posição de que os barraqueiros não lhes causam problemas, os vendedores de ovo de codorna e piaba dão-me indícios da relação hierarquizada entre vendedores e barraqueiros.

A forma enfática e quase temerosa de negar a pergunta que lhe foi formulada me faz refletir sobre o motivo dessa pressa e ênfase de afirmar o bom relacionamento entre os dois grupos. Embora a transcrição da fita não sintetize e expresse a entonação espantada da fala, as fitas gravadas podem me levar a refletir sobre essa mudança de modulação na fala quando da indagação. Isso significa que minha interpretação é a constatação de uma tensão tácita, que não vem explicitamente à tona na entrevista pelo domínio que os barraqueiros detêm do local, pois suas barracas com mesas e cadeiras estão espalhadas por toda a praia. É a construção de fronteiras simbólicas, mas também muito concretas no espaço público de periferia, onde ninguém carece de documentação para demarcar o limite de propriedade.

A fala de seu Antônio sobre a permissão de circular por dentro é sintomática do domínio espacial do grupo de barraqueiros na Barra do Ceará. Só há permissão porque há hierarquias e domínio. Só há dentro e fora porque há uma delimitação que diferencia o espaço. Nesse sentido, há uma tensão que não se quer falar por uma tática que garante, “mais ou menos”, a circulação.

Toda essa tácita relação torna-se visível e abertamente expressada quando se trata dos vendedores de quentinha. Dona Zilda me explica parte dessas tensões entre barraqueiros e vendedores de quentinha:

²⁹Seu Antônio. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

GLÓRIA – Como tem algum problema ?

ZILDA – Não, ali o mal dos barraquero é porque eles não botam, né!? A maior parte, eles quere que o freguês comam um peixe de dez reais, de doze reais. Às veze o freguês tá com aquelas crianças ali, não tem condições de comer um peixe de dez reais, vê uma marmitta de um real, claro que ele vai comprar de um real, né!? Muitas vezes os barraquero, manda os banhistas se levantar. Comprar quentinha, sentar no chão. Por que existi, tem vários barraquero aí que fazem isso.³⁰

As diferenças entre barraqueiros e vendedores de marmitta encontram-se a partir da conquista da clientela. Para entrar nesse embate, as partes envolvidas desenvolvem táticas de defesa e ataque que envolvem fregueses.

Mesmo no discurso de dona Zilda o respeito pela figura do barraqueiro ainda aparece. Pensando em uma entrevista que possa vir a público, a colocação do embate se dá de forma muito pensada quase que "pisando em ovos". A fala do freguês é chamada para justificar a venda de marmittas.

Seu Francisco coloca a posição dos barraqueiros:

FRANCISCO – Não, não! Os barraquero, aqui eles, eles falum mais é negócio de, poblema de quentinha só. Mas ovo de codorna, essa coisa, ciriguela, água... Só poblema mermo é a quentinha, porque é o seguinte: eles tem os tira gosto deles pá vender, certo? Ele vende o baião-de-dois com peixe, essa coisa. Eles num querem, eles num aceitam, por exempro, você chega aqui, cê tá numa, numa mesa ai chega com uma quentinha, ele num deixa vender...³¹

³⁰Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada.

³¹Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

A consideração de que os barraqueiros têm seus próprios pratos para vender é um reconhecimento do lugar dos barraqueiros que não deve ser invadido. É o reconhecimento de uma territorialidade e de hierarquias. Essa não é, nem precisa ser, exatamente a posição dos vendedores de marmita:

GLÓRIA – Se comprar a marmita?

ZILDA – É, não senta na mesa. Ai tem muitos banhistas que fala: *oh por que você quer vendê o seu peixe caro? Eu vou comprar dele aqui que é mais barato.* Ai, fica: *é porque não presta, isso aquilo ôto!* Ai é, tá certo que essa venda de quentinha pu barraquero caiu muito, né!? Por que, né!? Não é nem todo mundo que vai comprá o peixe dele quem pode compra, compra aquelas marmita, né!? Ai fica nisso, mas só que os barraquero já se acostumarum, tá entendendo? Já se acostumarum com isso, cum essas quentinha, agora, chato é, né!!? Pra eles, que eles também precisa ganhar o deles, né!? Mas, também a sobrevivência dos ôtos, também, né!? Porque o sol nasceu pá todos, né!?³²

Essa luta por clientes fica explícita não só na fala, mas também em sinalizações, visto que os barraqueiros põem placas em suas barracas que comunicam que ali os vendedores não podem vender quentinhas:

FRANCISCO - ...porque, tem deles que bota até a praquinha: "**num pode vender quentinha**". Mas ovo, ele mermo chama agente pu, pu criente, certo!? *Ai ovo, tá chamando ali, coisa e tal.* Ovo num tem pobrema não. Ovo a gente vende, o pobrema aqui de barraquero mermo, pobrema é só das quentinha, só.³³

³²Dona Zilda. **Vendedora de quentinhas.** Entrevista citada.

³³Seu Francisco. **Vendedor de ovos de codorna.** Entrevista citada.

Embora dona Zilda acredite que o sol nasceu para todos, os barraqueiros resistem na determinação de manter o controle da circulação em áreas públicas, consideradas por eles privadas. A divergência alcança níveis violentos e arrogantes quando parece estar institucionalizada por placas que se mantêm com poucos protestos e se sedimenta como parte do amálgama de experiências dos vendedores, uma trama que se fragmenta em territorialidades tão próximas quanto distantes. A dissonância dá-se na construção de pequenos poderes no espaço social, em que o trabalho de rua é desenvolvido. O vendedor ambulante lida com esses referenciais, compartilhando-os com a comunidade, colocando-se na posição de enfrentar a divergência ou simplesmente aceitando-a. A constituição e afirmação desses espaços estão diretamente relacionadas à forma como esses grupos reagem a essas tensões.

No que tange ao embate com as empreiteiras, este é mais visível talvez por se tratar de choques entre a comunidade e grupos exteriores a ela.

De tempos em tempos, empreiteiras estão presentes na Barra do Ceará, seja na construção do Pólo de Lazer na década de 1980, na construção da ponte, de 1995 a 1997, na pavimentação do calçadão da av. Radialista José Lima Verde, no trecho que vai da ponte até a avenida Coronel Carvalho em, 2000, ou ainda na abertura da Costa Oeste, na avenida do Pólo de Lazer, em curso.

Quando da construção da ponte (1995-1997), os espaços foram acirradamente disputados; do lado de Fortaleza, no cruzamento da avenida José Lima Verde com a avenida Leste-Oeste; do lado da praia em Iparana, onde foram abertas outras avenidas. Do lado de Fortaleza, a polêmica estava em torno dos barqueiros que reclamavam da perda de passageiros. Barraqueiros também se queixavam da perda de clientela, que, migrando para o lado de Iparana, deixariam de ir para o Pólo de Lazer. No período de execução da obra, grupos de operários e engenheiros da

construção civil instalaram-se no local, criando uma zona cultural diferenciada. A maneira como esse grupo manteve relação com a comunidade por vezes criou oportunidade de mais venda, por vezes tensão.³⁴

Falando-me sobre os muitos momentos de dificuldade que enfrentou durante sua trajetória como comerciante na Barra do Ceará, dona Elda explica que a construção do Pólo de Lazer não alterou o fluxo de vendas, mas com a construção da ponte, seus ganhos foram reduzidos.

GLÓRIA - E a ponte, afinal de contas como foi assim...?

ELDA - Ah! Aquela ponte...

GLÓRIA - Por que a senhora disse que caiu muito o movimento, não foi?

ELDA - Foi, no começo daquela ponte a gente trabalhou muito. Ali eu vendi muita merenda, naquela ponte.

GLÓRIA - Pessoal que trabalhava era? Na construção?

ELDA - Sim, os pião. Vendi muita merenda. Mas só que o retorno foi esse: acabou com o nosso movimento. Que o pessoal passa todim por cima da ponte pu ôto lado e quem passa pu lado de cá, passa direto pu Pólo. Eu sei que matô aqueles movimento daquelas barraca que tinha do lado de cá, matô tudim ali, acabou³⁵

O Pólo de Lazer, inaugurado em 1980, na gestão Lúcio Alcântara, é um equipamento urbano localizado na Ponta da praia das Goiabeiras. Um grande restaurante é rodeado por quiosques de concreto, com bancos. Além de quadra para vôlei, ali também se localiza o posto do GPM-Grupo da Polícia Militar. Na década de 90, esse espaço foi paulatinamente abandonado, na mesma

³⁴ Ponte Fortaleza – Caucaia. Ponte sobre o rio Ceará. A ponte localiza-se sobre o rio Ceará, que é uma *fronteira natural entre a cidade de Fortaleza e o município de Caucaia. Em Fortaleza, a ponte é uma continuação da avenida Castelo Branco (Leste-Oeste) e inicia-se no cruzamento entre esta avenida com a avenida Radialista José Lima Verde, localizada na Barra do Ceará. Essas avenidas são limitadas pelo calçadão que contorna o rio Ceará, por pontos comerciais e favelas. Em Caucaia, a ponte tem início na praia de Iparana, na favela Novo Leblon, Observação participante.*

³⁵ Dona Elda. **Vendedora de kit-bronzeadora.** Entrevista citada no primeiro capítulo.

medida em que barraqueiros e barracos de favelas foram se agregando ao redor da área. Após a construção da ponte, o grande restaurante encontra-se fechado e o espaço só é ocupado por capoeiristas. A menos de cinqüenta metros, a população já reduzida de banhista, espalha-se em busca das barracas, dos paredões, dos vendedores ambulantes, ou das areias.

Os consumidores vão em outra direção, desviam-se do Pólo e em número de marcha desfilam sobre o empreendimento que os conduz para praias mais "civilizadas".

Embora a ponte tenha significado perda para vendedores e comerciantes, estes buscam lidar com essa situação, criando oportunidades de venda. Dona Elda, quando da construção da ponte, vendia merenda e almoço para os operários:

ELDA - ... O chão que eu tinha, lá frente, que o meu chão era muito grande, aí acabaram da frente da minha casa.

GLÓRIA - Não deram nada por isso?

ELDA - Não!!! O que eu recebi foi foi quatro, foi quatrocentos conto, somente e mais nada, mais nada. Agora eu levei vantagem, né? Por que eu fiquei trabaiano lá com eles, né? Ganhei uns trocadinzim, deu pu mode eu me manter um bucado de tempo sem...Sem fazer muito movimento.

GLÓRIA - Há, há, há,!!!! A senhora vendia o quê? Era...Suco?

ELDA - Merenda, suco, era caldo, era bolo, figerante, era salgado. Vendia tudo.... Só um minutim... A ponte aí

GLÓRIA - Olha as fotos da ponte!!!?

ELDA - Aqui foi o último dia da terminação. O dia que entregaram a última virga...Aqui é os pião aí, eu no meio dos pião. Aqui era a menina que trabaiva comigo.

GLÓRIA - Isso aqui é na sua casa?

ELDA - Era lá em casa mesmo. Cadê os reto dos pião? Tem mais não. Aqui é da ponte. Aqui oh?

GLÓRIA - Vamos vê, aí.

ELDA - Aqui foi na, na, no derradeiro dia de trabalho deles da Ponte. Onde eu to? A negada dizia que eu era a chefe.

GLÓRIA - Há, há, há, há, há, há!!!

ELDA - A *negada* dizia que eu era a chefe da gang, era chefe da gang. Pois é só isso mermo da ponte.³⁶

Quando finalmente a construção foi concluída, ela rapidamente colocou em baixo da ponte sua banca de venda. O lugar é ensombreado, arejado, com amarrações em concreto que servem de bancos para os vendedores. Por essas características e ainda pelo muito movimento, esse ponto é disputado e ali se aglomeram vários vendedores. São pequenos comerciantes de milho cozido, de "din-dim", bombons, de água e de *kit-bronzeador*, pipoca etc:

ELDA - Ali... O dia mais ruim que, no final de semana eu apurava R\$25,00 a R\$30,00. Dia de domingo apurava R\$50,00...

GLÓRIA - E isso só vendendo bombons?

ELDA - Bombom, pipoca, chillitos, água, cerveja, figerante, tiragosto, peixe torrado. Aqui, acolá vendia um pexim, caldo...³⁷

Partindo de um enquadramento ordenador instituído, os comerciantes desviam-se do sentido literal do espaço organizado e criam algo esquivo à ordem prevista. Jogando com organizações espaciais funcionalistas, constroem uma gestão diferenciada. É a sinédoque que dilata elementos espaciais em proveito próprio³⁸. Valendo-se do todo, utiliza-no em função da parte, isto é, localizado em um quadro referencial normativo e repressor; ultrapassam-no momentaneamente em seu favor. Vendedores ambulantes, acuados pelo estado incerto na construção da ponte

³⁶ Dona Elda. *Vendedora de Kit-Bronzeadora*. Entrevista citada.

³⁷ Dona Elda. *Vendedora de kit-bronzeadora*. Entrevista citada.

³⁸ Sobre a Sinédoque, ver CERTEAU, *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 181.

do Rio Ceará, imprimem no local, novos usos, práticas que lhes asseguram “pelo menos” a atenuação de receios e prejuízos.

Os usos e práticas dos espaços são abordados por Michel de Certeau, em *Caminhadas pela Cidade*³⁹. É criticando o discurso urbanístico que o pensador atenta para a organicidade móvel do meio ambiente. A caminhada para ele se reveste de força capaz de construir a própria gestão. A gesta ambulatória manipula o meio físico-social, suscitando formas de viver o espaço, segundo uma ordem instituída, mas não se limitando a ela. Certeau usa a ilustração da árvore de gestos que mudam o lugar até dos territórios fixos: “Essas árvores de gestos se movimentam por toda parte. Suas florestas caminham pelas ruas. Transforma a cena, mas não podem ser fixadas pela imagem em um lugar”.

Martine Kunz, pesquisando os camelôs em Fortaleza matiza a cena do trabalho de rua no centro da Cidade com o movimento sinuoso destes:

Do sertão para a capital eles vieram para tentar a sorte e aqui ficaram, eternos retirantes flutuantes, sem rumo e sem destino; expulsos, remanejados, amontoados, disseminados como que acompanhando as pulsações precipitadas do coração da Loura Desposada do Sol.⁴⁰

O contato de dona Zilda com o grupo de construção da ponte foi mais tenso. Sobre esse relacionamento com a empreiteira trabalhando no local, ela me falou:

ZILDA – Fez foi diminuir. Quer dizer que pra mim a ponte foi um gande ruindade, porque logo quando a minha barraquinha era de baxo da ponte eu passei muito

³⁹ CERTEAU, *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994 p. 179-182.

⁴⁰ KUNZ, Martine S. Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs. *O Povo*, Fortaleza, 23 set. 1990. Caderno Ensaio, p 6b.

avexame com os meus fii, correndo naquela area quente, que essas criança tudo menor, porque eu tava em casa quando ricibi foi recado que o pessoal da ponte tava quebrando minhas barracas, trator passando por cima. E realmente foi verdade mermo, que quando eu cheguei l o trator tava derribando as minha coisa e eu fui procurar falar com a Queiroz Galvão, era quem tava, era a firma que tava aí.

Fui procurá fal com o dot Ingrasso, ele disse: *não num tem solução não, a gente tá precisando. Por causa da senhora num vai fazer a ponte, num vai aumenta a população.* Eu disse: , mas só que o senhor tem que mim tir, tem que tá um local pra mim but. O senhor t vendo esses seis filho que eu tenho aí. Isso aí  tudo  meu. Eu preciso d de comê e eu num tenho da onde d não, o senhor não vai me d todo dia um slrio, por mês um slrio.

- *Não, num tem solução não.*

- Eu disse: pois , se o rapaz derrib mais uma barraquinha minha, aí ele vai se d de mau.

- Ai ele:  porque, num sei que...

- Ai o rapaz: *v na reportage, chamar a reportage, enquanto eles t falando isso ai, t. Fazendo isso aí, a senhora v chamar a reportagem.*

Eu fui telefonei pu Barra Pesada. O Barra Pesada vei, agradeço muito. Essa fita ainda t no ar, ainda t com eles. Não foi tirada essa fita, e eles dissero. A reportage veio, fez a reportage todinha, viu eles quebrando as minha barraca, minhas coisa e quando foi meio dia essa fita saiu no ar. Eles mandaram me chamar do isquito, mandaram me chamar. Deram o que eles quiserum. Me deram mil e quinhentos reais(R\$1500) p mim comp ta, pra mim compra ta barraca.

Mas só que eu não comprei que nem a minha era. Que a minha barraca era muito boa, ali debaixo da ponte, era a melhor barraca que tinha era a minha. Meu ponto já era feito, o pessoal já sabia onde me encontrá, eu já tinha muitos fregrs, criente e agora eu num tenho mais porque agora se ispraio todo mundo. Eu sai de l, fui obrigada a sair, e comprei uma ali, porque ali eu num tinha pobema de t correndo com mesa, tirando cadera, tirando barraquinha, não por que era um local fixi, t entendendo? E agora, aonde eu t, oras eu t dentro da



Centro

Praia das Goiabeiras

Av. Radialista
José Lima Verde

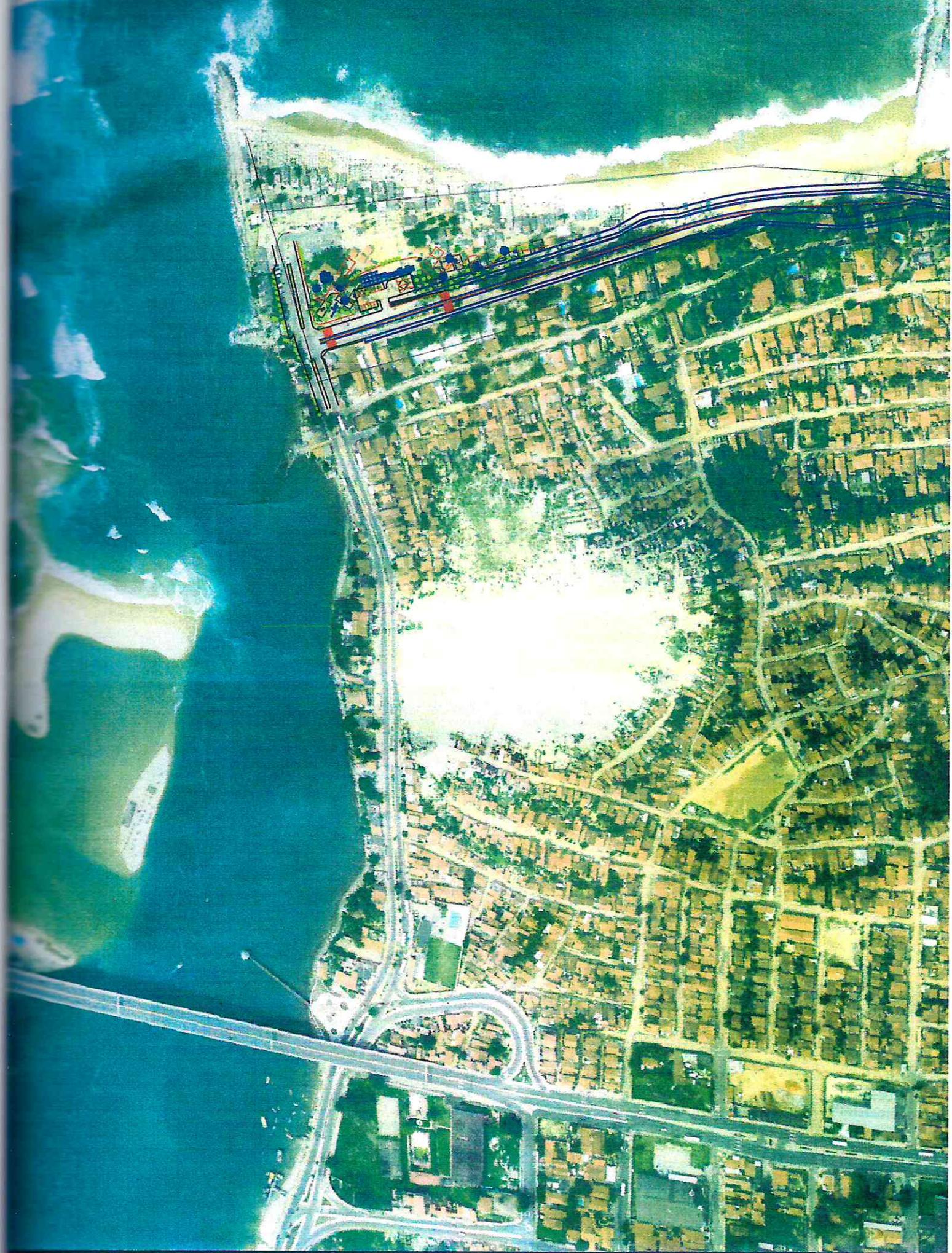
Iparanas-
Leblon

Ponte sobre o rio Ceará

Vista Aérea da barra do rio Ceará e praia das Goiabeiras com projeção da Costa Oeste—2001

ESC: 1:4000

Fonte: Departamento de Edificações Rodovias e Transportes - DERT



crôá, ora eu dentro da boca da Barra, oras eu tô lá dentro do mangue.⁴¹

A longa fala de dona Zilda me dá uma noção da forma como mundos tão próximos estão em guerra. As formas de resolver esses conflitos são táticas que a população desvalida desenvolve no sentido de garantir algo para si. Se dona Elda tira partido do bom relacionamento com operários e a demanda por alimentação diária, dona Zilda polemiza, ameaça e vai buscar na imprensa, no escândalo, uma forma de se afirmar no seu lugar. Embora saindo em desvantagem em relação a sua situação anterior, conseguiu manter o seu espaço de negociação e conseguiu perder menos, podendo viabilizar o seu negócio.

O sentimento de vexame e humilhação é percebido em meio a uma trama perversa e cauterizadora, envolvendo a população pobre, mas também é utilizado como recurso de convencimento da situação de necessidade de manter a sua barraca. Os filhos também entram nesse jogo para convencer da situação humilhante em que ela se encontra e, quando isso não resolve, a imprensa é acionada.

No embate, enquanto a empreiteira se fecha dizendo que não há solução para a sua retirada do local, ela, num esforço titânico, com os poucos meios de que dispõe, procura derrubar o mais forte com o qual se confronta. Abre uma fresta e consegue garantir um valor irrisório por um faixa de terra bastante valorizada em Fortaleza—o espaço da costa litorânea.

⁴¹Dona Zilda.. *Vendedora de kit-bronzeador*. Entrevista citada.

2.2. “O chio da negada”: (inter)locações

No pequeno comércio de tira-gostos na Barra do Ceará, a relação do vendedor com os clientes é uma dimensão vital para manter o fluxo do consumo. Produzindo e comercializando amendoins, ovos de codorna, castanha torrada, roscas, bolinhos de goma, salgadinhos, aos ambulantes apetece a manutenção de vínculos tão concretos quanto frouxos entre eles e os clientes. O *locus* onde se encontram cliente e vendedores, onde estes negociam e fabricam mil formas de vender e obter as iguarias de beira de praia, é, pois, fundamental para a constituição da rede de negociações.

Passantes, os consumidores movimentam-se com velocidade ou encontram-se bastante concentrados nas suas rodas de lazer e amizade. Fregueses e clientes riem quase envergonhados do meu gravador. Outros sem querer se comprometer com qualquer questão, acenando com a mão ou virando o rosto, fazem gestos negativos de que não querem a privacidade invadida.

Quando, enfim, consegui algumas entrevistas, notei que o grande interesse dos entrevistados é de ser fotografado e a possibilidade de aparecer em uma reportagem na televisão. Também percebo que, no transcorrer desses efêmeros diálogos, é que passo a ser minuciosamente estudada dos “pés à cabeça”. Alguns olham para mim como se estivessem perguntando “*o que essa mulher metida quer saber de minha vida?*”. Quando abordei grupos familiares, as esposas lançavam olhares fulminantes de ciúmes de seus maridos e, como a querer controlar a situação, procuravam participar da conversa auxiliando o marido nas respostas, a fim de que a entrevista terminasse logo.

Nas entrevistas com vendedores de tira-gosto, encontrei os fregueses. Na pauta de suas agendas, os vendedores abordam as formas de tratar com clientes, como convencê-los, o que exigem

nas compras que fazem, como estabelecem relações de afirmação de *status* ou de convivência simpática.

Os vendedores deparam-se com exigências, pechinchas, arengas, humilhações. Por vezes, esses grupos representam a possibilidade de construir sociabilidades. Entre grupos de compradores, surgem coleguismos. Nas rodas de jogadores, o lazer barato. Nos forrós, as relações sexuais.

Então, quem são os consumidores de ovos de codorna, de amendoins torrados, queijo assado em pequenos fogareiros de lata móveis? De onde provém essa gente que se esbalda degustando piabas no espeto em cadeiras de madeira já enegrecidas e "ensebadas"? Como negociam com os vendedores ambulantes o consumo de quentinhas? O que pensam dos minúsculos frutos do mar negociados na beira da praia em balaios de cipós? O que gostam de comer divertindo a barriga em mesas de cardápios escritos a mão e fixos com fitas adesivas ou cola? Como se relacionam com os vendedores? Como os vendedores ambulantes buscam entender o desejo do freguês? Que possibilidades abrem aos vendedores ambulantes? Que povo é esse que abre as caixas de ovos de codorna e com a mão descasca e salga as pequenas guloseimas brancas nas areias e pedras da praia? Consomem muito? Estão dispostos a pagar quanto para "enganar a barriga"? Como vêm os ambulantes?

Na rede de negociações, o cliente é para o vendedor um mistério a ser constantemente estudado. É necessário muito convívio, muito conversar, estar de olhos e ouvidos atentos para entender o quanto cada cliente pode oferecer ao consumo e aumentar o acúmulo de moedas.

No rojão do dia-a-dia, nas negociações, vai se estabelecendo uma espécie de pesquisa de opinião através da qual os vendedores formam um perfil imaginário do cliente. São impressões colhidas no árduo cotidiano de compra e venda, nas rodas de conversas entre colegas de trabalho. No murmúrio dos freqüentadores de praia, surgem comentários a respeito da



Fogareiros a carvão em areias debaixo de um pequeno arbusto e peças de "isopor" já bastante usadas são, na foto, enfatizados, para trazer à cena as precárias condições de trabalho dos vendedores de piaba e peixes na Barra do Ceará.

Seu Antônio, de barba e com o corriqueiro boné, entre as barracas, desvia-se do sol e vai ao encontro de boa freguesia, dos que bebem sentados à mesa de barracas e tem condição de degustar tira-gostos a R\$1,00.

conduta dos clientes, seus desejos, sua vontades. Trocas de experiências entre vendedores da mesma família indicam a reação de fregueses ante a comercialização de um determinado produto. No final da tarde, procurando enganar o cansaço, vendedores sentados às mesas compostas por eles e clientes, o falatório vai cozendo imagens de possíveis consumidores por meio do conhecimento de seus possíveis gostos.

Assim, as miríades de comentários, os disse-me-disses, impressões, boatos, "miolos de pote", o "jogar conversa fora", o compartilhar experiências podem apresentar possibilidades de ganho. Discorrendo sobre o começo do trabalho com quentinhas, dona Zilda esclarece:

GLÓRIA – Certo! E voltando às histórias das marmitas, né!? Que assim eu tô vendo aqui que você tem um negócio, você tem várias coisa que você negocia, né!? E as marmitas como foi essa idéia de trabalhar com as marmitas?

ZILDA – Essa idéia foi, que trabalhando na bêra da praia a maior parte a gente, os pessoal pedia um coisinha, uma comida mais pôca, que num era nem todo mundo que tinha dinheiro, né!?

Aí a minha mãe começô a butá, ai depois da minha mãe butá, aí eu fui vendo que tinha produção... né!? Tinha saída, aí fui butando, butando. Agora é chei, muita gente vende nessa bêra de praia.

Aí pra mim dá, pra mim dá, porque eu num pago os meu fii, só são os meu fii que trabalha, como nós mermo que faz, nós mermo que vende, mais que poco, é um real uma marmita, mas tem que ser, porque se for vender a mais num vende⁴²

A narrativa de dona Zilda condensa aspectos da forma como percebe o cliente. Todo o seu discurso se desenrola em

⁴² Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada.

função do protagonista cliente. É conhecendo o cliente que constrói a possibilidade de vendas. Trabalhando na praia; entrando em contato com as gentes, com o pessoal; ouvindo o pedido do freguês.

Quase tudo é imprevisível. A própria maneira como os vendedores se iniciam na venda de tal ou qual produto ocorre sem planejamento prévio: é a proximidade da reservas naturais, a perda de emprego ou a necessidade que no dia-a-dia vai instigando a criação de mil maneiras de "se virar". Nessa trama, entender o pedido do cliente é tático, pois motiva variações na forma de apresentar o alimento ao freguês, possibilita a criação de novos itens do rústico cardápio.

Pedidos e preferências são também observados através do olho do vendedor sobre os freqüentadores da praia, a partir de olhares sobre a forma como os freqüentadores se movimentam nas areias, águas, pedras, bancos, mesas, cadeiras; na observação da forma como os clientes se relacionam entre si, como constituem lazeres de grupos fechados em público através da degustação.

As pessoas que freqüentam a Barra do Ceará oscilam entre o grupo de miseráveis desvalidos e uma classe média emergente⁴³. Um olhar atencioso me conduz a pessoas de tez escura, negros, mulatos ou loiras oxigenadas, mulheres morenas de cabelos dourados. Adolescentes que pouco consomem, fecham-se em suas rodas de bicicletas. Casais consomem nas mesas das barracas ou tiram fotografias. Famílias se esparramam entre o mar e as pedras na areia da praia e abrem seus pequenos depósitos e refrigerantes que trazem a fim de economizar o mais que puderem. Moradores

⁴³ Paulo Linhares, em estudo antropológico sobre o litoral de Fortaleza dá acento ao movimento de uma população pobre nas areias da praia das Goiabeiras. O antropólogo compõe cenas da Barra do Ceará, matizando-as com a presença de mulheres acompanhadas, comedidas, ocupadas com lazer da família. Mulheres desacompanhadas transitando livremente em conversas sedutoras de conquista sexual, prostitutas. Crianças, banhistas com receios das ondas furiosas da praia das Goiabeiras. Aos olhos de Paulo Linhares, os que freqüentam a praia emergem como ávidos de esquecimento do peso do dia-a-dia. Cantar, dançar, lançar investidas de conquistas sexuais são meios através dos quais, os entrevistados da pesquisa utilizam para aliviar os sofrimentos da vida diária, promovendo a festa do esquecimento. LINHARES, Paulo. *Cidade de Água e Sal: Por uma Antropologia do Litoral do Nordeste sem Cana e sem Açúcar*. Fortaleza: fundação Demócrito Rocha, 1992, p 273

da Barra do Ceará e adjacências freqüentam a praia consumindo apenas a água que, de porta em porta, pedem para beber nas casas e negócios que limitam as avenidas.

Uma população pobre, de poucos recursos, desloca-se para a Barra do Ceará e constrói o seu lazer. Este, para os vendedores ambulantes, significa, ao mesmo tempo, a possibilidade de estabelecer um pequeno comércio, e a dificuldade de manter a estabilidade de ganhos. Sobre isso, dona Zilda se ressentida e dá pistas sobre quem está na Iparana, aos domingos:

GLÓRIA – Interessante porque o pessoal lá do outro lado da ponte sempre diz que foi bom pro pessoal desse lado, de Iparana, né!? Aumentou o movimento.

ZILDA – Não, pra mim não foi não.

GLÓRIA – Que o movimento de lá caiu.

ZILDA – Já pra nós num foi não, porque as melhoras praias, melhorô foi pu Icaraí, Cumbuco, é Barra Nova, pra essas praia fora, que esses pessoal vão, os banhistas passa pá gasta. Melhorô pá eles que aqui ninguém vê um turista numa praia tão bonita. A melhor praia que tem dentro de Fortaleza é a da Barra do Ceará, mas só que num vem um turista. Pra cá só vem esse pessoalzim de Jardim Iracema, é Pirambu, é Leste-Oeste, é Goiabeira. É só o pessoal liso que vem. Agora quando não tinha ponte, o pessoal que vinha de barco gente já sabia que vinha porque ia gastá, mas agora, e a situação muito difícil, né!?⁴⁴

Os turistas não freqüentam a Barra do Ceará. Receosos de violência e com padrões estéticos e higiênicos racionalistas, os turistas evitam a poluída praia da Barra do Ceará, e, quando a visitam, tomam todo o cuidado com aquilo que colocam na boca. Nesses termos, é a população pobre que, de uma maneira muito

⁴⁴Dona Zilda. Vendedora de quentinhas. Entrevista citada.

própria, despende seus poucos recursos na compra de alimentação na praia.

Os "lisos" do jardim Iracema, Pirambu, da Leste-Oeste e das Goiabeiras são os consumidores que movimentam o comércio transitório, débil, na ponta oeste da Cidade. Com essas pessoas é que os vendedores devem tratar. A mercadoria negociada deve atender as necessidades desses fregueses. É o "pessoalzinho", que não pode ter gastos com pedágio e vive com recursos minguados, administrando centavos. Comprar marmita ao preço de um real é um luxo que nem todos usufruem.

Todavia, se a quantidade de "lisos" preocupa dona Zilda, motiva outros tantos vendedores que vêm para a Barra do Ceará. Seu Francisco, vendedor de ovos de codorna, acredita que a praia mais popular é melhor para a venda. Referindo-se à praia da Leste-Oeste, informa:

FRANCISCO – É, ali é uma praia boa. Praia, praia de venda mermo. Você vende bem. Praia que você num precisa nem tá oferecendo ovo, certo? Você vai passando o pessoal vai lhe chamando, vai. Compra aqueles pedacinho de um realzim, que isso aqui você corta um pedaço de um real, corta de 1,50 e vende a grande de três real, certo!? É tanto que é povão que você vende mais aqueles pedacinho que é de um real, num falta.

GLÓRIA – Mas vende?

FRANCISCO – Vende. Ela é uma praia vendável, é uma praia de povão mermo, de gente que, gente dali do meio mermo. Ali o cara vende bem.⁴⁵

Sobre a Barra do Ceará enfatiza:

⁴⁵Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

GLÓRIA – Mesmo assim o senhor gosta daqui?

FRANCISCO – Gosto. Ave Maria, eu adoro essa praia! Pra trabalhar é as duas que eu trabalho, sempre é só essa duas: é aqui e a Leste-Oeste. Eu amo essa praia, pra trabalho! Certo!? Eu trabalho aqui, mais de três ano que eu trabalho aqui eu nunca tomei banho aqui, acredita? Só trabalho mesmo.⁴⁶

Para o eufórico seu Francisco, a praia da Leste-Oeste é taticamente interessante, sobretudo pela população de baixa renda que a freqüenta. O povão junto com a praia vem para o centro da cena, pois consome uma quantidade satisfatória de caixas de ovos reduzidas a um terço, produzindo a multiplicação de lucros. Consumindo pedaços de caixas de ovos com 10 ou 12 ovos e não 30, a R\$1,00 e não a R\$2,50, essa clientela garante, ao vendedor, vendas vantajosas. A praia do povão é que é boa de vendas. A Barra do Ceará é uma praia interessante para o trabalho, para boas vendas, pois concentra uma clientela específica, consumidora de ovos de codorna. Para seu Francisco, a realidade que ele gosta de vivenciar é a da praia repleta de uma multidão que comprará cada vez mais os ovos de codorna.

O geógrafo José Borzachiello da Silva,⁴⁷ observando a evolução urbana de Fortaleza, no século XX, mostra a formação de áreas de bolsões de pobreza. A Barra do Ceará desponta como articulada a áreas de concentração de contingentes operários e migrantes em virtude da instalação do eixo industrial, na avenida Francisco Sá na década de setenta do século XX.

o geógrafo acentua que o centro de Fortaleza⁴⁸ é ocupado por uma população de periferia. O centro não seria mais o centro das classes comerciais elitizadas, mas “o Centro da Periferia”.

⁴⁶Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

⁴⁷SILVA, José B. da. *Os Incomodados não se retiram: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza*. Fortaleza: Multigraf Editora, 1992, p. 62.

⁴⁸SILVA, José B. da. *Os Incomodados não se retiram: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza*. Fortaleza: Multigraf Editora, 1992, p. 45-46. HAGUETTE, Ver também Levantamento Demográfico de 1998, Secretaria Executiva Regional I.

Tudo isso nos indica a presença de pessoas pobres se movimentando em meio ao comércio de rua entre a Barra do Ceará e o centro da Cidade. Nessa trama, a pesquisadora Martine Kunz, observando o movimento da praça José de Alencar, palco de conflitos entre vendedores ambulantes e o "RAPA" (Departamento de Comércio Ambulante), lugar de grande burburinho de comerciantes e compradores, pincela a imagem dos fregueses dos camelôs da praça:

...a freguesia que anda a pé ou de ônibus, tão pobre como os vendedores ambulantes, cujo salário não permite de se preocupar com a etiqueta, embalagem ou prestígio social de cartão de crédito. O freguês é esse que se ajoelha para pechinchar um par de meias, se arrisca no "Beco da poeira" para comprar fumo desfiado e que não teme o ridículo de subir no ônibus com uma bacia na cabeça.⁴⁹

Atravessando a diversidade de territórios da cidade, "a periferia", no final de semana, busca a Barra do Ceará como lugar de seu lazer e muitos dos consumidores do centro são consumidores das quentinhas na Iparana e Goiabeiras. Distantes dos hábitos burgueses de higiene e das massas refinadas de guloseimas produzidas em fornos elétricos, o cliente da praia da Barra do Ceará senta-se à areia, degusta a oleosa refeição a preço de um real, depois de pechinchar.

Diante da heterogeneidade dos consumidores e do baixo preço do produto, a luta para garantir a maior rentabilidade

⁴⁹KUNZ, Martine. *Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs*. **O Povo**, Fortaleza, 23 set. 1990. Caderno Ensaio, p 6b. Sobre os frequentadores da Praça José de Alencar, no Centro de Fortaleza Lídia Pimentel observa-os como compradores a fiado que só pagam no final da semana ou do mês, cochiladores de bancos de praça. Os que comem com as quentinhas ao colo, mototaxistas, moradores de rua, prostitutas, crianças. PIMENTEL, Lídia Valesca B. **Praça José de Alencar: Pedacos da cidade, palco da vida**. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Fortaleza: UFC. Departamento de Sociologia, 1998, p.64-77.

possível é constante. Sem as astúcias, o produto não sai e o dinheiro não entra. Para tanto, os vendedores usam de artimanhas e formas de convencimento articuladas a exigências do cliente. Na prática das vendas, eles, quase que intuitivamente, em uma afinação com os fregueses e entre embates, percebem os gostos deles.

A negociação de quentinhas requer esperteza no convencer o cliente de consumir baião-de-dois com frango ou peixe assado. A concorrência impulsiona os vendedores a esforços retóricos. Ao preço de um real, o cliente desconfia da qualidade do produto, "choraminga" para o vendedor baixar os preços, provoca, ensaia a *performance* de que não vai comprar e investe na evolução de toda situação, esperando uma oportunidade de comprar por um preço menor possível. A variedade de tira-gostos oferece possibilidades ao freguês e o vendedor entra numa luta de convencimento.

Todavia, o vendedor também inventa suas *performances*, táticas de convencimento; tentativa de levar o freguês às ciladas da retórica, à palavra que impressiona⁵⁰, ao gesto que constrange. Nos caminhos de João Grilo, criam ritos urbanos compostos de termos lingüísticos os mais expressivos⁵¹.

Um item presente no elenco das formas de convencimento é a artimanha de provar o frescor dos produtos oferecido. Dona Zilda explica como seus filhos conseguem convencer os fregueses a comprar as quentinhas na praia:

GLÓRIA – E pelo que eu estou vendo são bons vendedores. Como é que é eles chegam, oferecem ai, se o freguês não quer, eles conversam ?

⁵⁰KUNZ, Martine. *Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs*. **O Povo**, Fortaleza, 23 set. 1990. Caderno Ensaio, p 6b.

⁵¹SUASSUNA, Ariano. **O Auto da compadecida**. 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997 p. 93. KUNZ, Martine S. *Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs*. **O Povo**, Fortaleza, 23 set. 1990. Caderno Ensaio, p 6b, p.6b. LINDENFELD, Jacqueline *Palavras rituais nos mercados urbanos na França*. **Projeto História**. São Paulo: Educ, Nº 19, 1999, p. 38-39.

ZILDA – Quer quentinha senhora, um real.

- *Ai o freguês: não quero não,*

- Compre senhora é novinha, aí ele vai...

GLÓRIA – Então quer dizer que, assim, convence mesmo o cliente?

ZILDA – Convence, o freguês compra, eles pede, chega diz:

- *A quentinha novinha foi feita agora,*

- *Ai o freguês isprimenta, Aí ele: pode isprimentá.*

Freguês isprimenta, acha bom, aí compra.

GLÓRIA – Abre a, abre, a quentinha?

ZILDA – Abre, ele mermo abre a marmita, pro freguês ver.⁵²

Para seduzir os clientes, o discurso da quentinha novinha toma ares de teatralização. Abre-se a embalagem que—para manter a viscosidade da alimentação—deveria permanecer fechada, pois no caso do cliente não comprar, aquela já está mexida. No lance apelativo, mas determinante, oferece-se a quentinha para o cliente provar. Nesse jogo de quer e não quer, a figura do freguês é central, mas a competência do vendedor, em apresentar argumentos que satisfaçam quem possui o dinheiro, é vital. A tática do experimentar é quase que forçar o freguês a levar. Depois da quentinha na mão, aberta e provada, o freguês fica pressionado a pagar.

A palavra nas transações comerciais reveste-se de um poder em função do talento oratório cuja prática é diária⁵³. Tirando partido de repetições e da simplicidade do seu léxico vocal—*Quer quentinha senhora, um real?*—comunica de forma clara em um tempo envolvente em uma atmosfera que o conduz à vitória da venda: *freguês isprimenta, acha bom, aí compra.*

A artimanha de tornar vendável qualquer tipo de situação provoca impressões ambíguas entre consumidores. De uma

⁵² Dona Zilda, *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada.

⁵³ LINDENFELD, Jacqueline *Palavras rituais nos mercados urbanos na França. Projeto História*. São Paulo: Educ, Nº 19, 1999, p 33.

forma, os consumidores procuram tirar partido da disposição do vendedor de vender negociando preços. Do outro lado da moeda, a capacidade de “empurrar” na “goela abaixo” dos compradores os produtos mais desnecessários leva os compradores—também “negociantes”—a associar vendedores à dimensão mais pejorativa da astúcia. No cotidiano do comércio de rua, instala-se um ciclo de negociações difícil de discernir quem sai lucrando. Enquanto os vendedores fazem malabarismos para garantir a venda da mercadoria, os compradores “pechinham” para diminuir o máximo possível o preço. Na tensão, consumidores acusam vendedores de ladrões e comerciantes de rua classificam os fregueses “pechinheiros” de “fominhas” e “miseravis”. No teatro de acusações verbais e corporais, é estabelecida uma “economia do dom”, ao largo das leis normativas e pertinente à prática diária do comércio de rua.

Versões nordestinas de histórias populares revestem as artimanhas de vendedores de diabruras⁵⁴. O Grilo, vendedor e negociante de enterro de cachorro, testamento canino e gato que “descome” dinheiro, é conhecedor da antiga arte de vender. No dia do seu julgamento no céu, negocia uma forma de escapar do inferno. Faz jogos de palavras com Emanuel, despreza Satanás e apela para Nossa Senhora. Cheio de pecados mas, sem nenhuma culpa, irrita o “catimboso”, comove a Compadecida com beijos na mão, recitando modinhas populares de joelhos. Finalmente alcança a generosidade de Emanuel que permite a volta do Grilo para a terra. De volta à carne, continua as suas negociatas e resiste em pagar a promessa que seu amigo Chicó fez a Nossa Senhora.

O povo, atualizando histórias de negociantes, imprime, através da oralidade dos dias cheios de conversas e boatos, interpretações que condenam e motivam as armadilhas de

⁵⁴SUASSUNA, Ariano. *O Auto da compadecida*. 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997, p 184

ambulantes. Rindo ou se indignando, compondo ou querendo se afastar da cena, clientes movimentam as tramas de negociações.

Indo e vindo pelas areias da praia da Barra do Ceará, vendedores de peixe emitem constantes módulos de orações que se repetem no espaço oral de milésimos de segundos: *Olha o peixe! Olha o Peixe!*⁵⁵ Da miscelânea de sons que compõem a sonoplastia na beira da praia, surgem rápidas e estridentes batidas em depósitos de isopor que, ruidosamente, em composição com um cadenciamento verbal, comunicam: *prá, prá prá prá vai a água geladinha!, prá, prá, prá prá vai a água geladinha! prá, prá, prá prá vai a água geladinha!* Nesse constante esforço de edição, vendedores expressam para seu auditório a variedade dos seus cardápios ambulantes, “gritando” as suas mercadorias aos quatro canto da praia: *só paga dez, só paga dez, é o din-din!* Estridentes e fanhosos sons tônicos ouvem-se: *Vai pêxê, vai pescadinha, vai pêxê, vai a pescadinha.* Em sua pesquisa Martine Kunz assinala a sonoplastia das vendas de rua em Fortaleza, lembrando os “apelos mercadológico” adequados à freguesia, desses oradores destemidos:

O “Jingle” comercial do camelô é o seu grito, sua voz, sua verve contagiante: “Borracha para panela de pressão!”, “desentupidor de fogão a gás!”, “Olha a pulseira da Tieta, e o gigolete. Tá na última moda!”. “Uma pomada é três, duas latas não é seis, só paga cinco...”uma camisa que sobressai bem, sobressai não é saia”...

É um grito nômade, que toma fôlego no aboio do vaqueiro. É um grito rouco a procura do seu eco. O grito é teimoso como homem, desordenado e múltiplo.⁵⁶

⁵⁵Observação participante no período de abril de 2001 a abril de 2003.

⁵⁶KUNZ, Martine. Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs. *O Povo*, Fortaleza, 23 set. 1990. Caderno Ensaio, p 6b.

Entre tantas, outra maneira de convencer o cliente da compra é adequar o produto ao seu gosto ou pelo menos fazer pensar que aquele está ao gosto de quem compra. Modificar a plasticidade do produto em função do desejo do freguês é um recurso de interesse para o vendedor. Negociando produtos fabricados pela grande indústria comestível, ambulantes nos seus usos alteram a composição do produto base, a fim de atingir as poucas moedas do bolso do freguês.

Negociando ovos de codorna, seu Francisco trabalha em uma segunda produção através da qual ajusta o produto industrializado a um circuito de negociação no qual o valor de R\$2,50 não produz fluxo econômico. Os ovos de codorna para terem saída devem seguir a "lei do um real", forjada e difundida nos estratos populares:

GLÓRIA – Ai compra e já vem com as caixinhas e tudo mais?

FRANCISCO – Isso, ela, ela vem na embalagem completa. Você compra, do jeito que vem aqui. Ai aqui você pega cozinha, recorta, faz meia banda, faz doze ovo. Ai vende do jeito que você pode, quiser. Do jeito que o freguês quiser, né!? É o freguês quer uma caixa, tem freguês só quer um real, tem freguês que quer 1,50. Ai é assim, ai você vende. É opção, três opção de venda.⁵⁷

Por essa explicação de seu Francisco, pode-se perceber como o consumidor interfere na forma como o produto é comercializado, assim como economias diferenciadas se inter cruzam e atendem a demandas específicas. A caixa de ovo vendida com a quantidade de trinta ovos é bem específica de uma economia em que R\$3,00 não caracteriza a inviabilidade da compra. Entretanto, comercializada na Barra do Ceará, a caixa de

⁵⁷Seu Francisco. Vendedor de ovos de codorna. Entrevista citada.

ovos é objeto de reformulações no sentido de garantir que o freguês compre e as vendas sejam multiplicadas.

Michel de Certeau, intrigado com o *Enigma do consumidor-esfinge*⁵⁸, provoca uma reflexão sobre essas operações micro-urbanas, aspectos da rede de produção racionalizada, espetacular e barulhenta. *Diante desta coloca-se uma produção cujo caráter é o seu esfarelamento em conformidade com ocasiões*. Quase-invisível, essa produção não se define por seus próprios produtos, mas por usos variados de produtos impostos na grande rede de negociação em escala industrial.

Em composição com o gosto do freguês, os vendedores desmontam a forma básica de caixas de ovos e atribuem-lhe uma nova forma-uso. Brincando com a plasticidade sintética do poliestireno das caixas, acondiciona os ovos de codorna em combinações múltiplas de quantidade e valor, em auscultar o gosto do cliente; em entender sua precária condição de compra; em perceber a dificuldade de venda das caixas com trinta ou dez ovos; produz o esfarelamento da quantidade disponível no mercado, para então multiplicar lucros. Embora os ovos de codorna possam ser comprados a retalho, sem vínculo com as caixas, para o cliente, a caixa é símbolo de autenticidade e higiene, além de servir de base para o freguês pobre manusear os pequenos ovos, substituindo pratos e travessas. De tal forma a caixa é importante para o freguês que o vendedor não deve desarticulá-la dos ovos sob risco de não vender em função da idéia de que o produto esteja estragado, passado, vencido e mexido.

Quando vem para a entrevista a pauta do preparo dos ovos de codorna, seu Francisco, de forma apaixonada, abre o seu "livro de receitas". Minucioso, detalha cada etapa da produção, interpretando o significados destas na constituição da vivência de vendedor de ovos. Em uma ânsia incontida, seu Francisco traz

⁵⁸CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p. 94

para a fita magnética uma sabedoria carregada de energia que inventa a sua própria oportunidade em uma etnografia do preparo de tira-gostos comercializáveis:

GLÓRIA – Ai o trabalho de cozinhar é todo com você?

FRANCISCO – Todo é nosso.

GLÓRIA – Mas não descasca? Descasca, não?

FRANCISCO – Não, não, descasca não. Eu acho que por uma questão de higiene. Eu acho que você num vende o ovo descascado, certo!? É questão de higiene mermo, né!? É por que é preferivo você vender ele com casca, que o cliente ele mesmo descasca com a mão dele, ele mermo. Que por exemplo você chega você diz: rapaz o cara diz assim: que muita gente gosta de comer, come o ovo com casca e tudo, certo!? *Dá pra comer com casca?* Claro que dá! Num é cozido, né escaldado, né firvido, né limpo? Então se pronto dá pra comê com casca. Agora descascar, eu acho que é, eu acho que nem vendia não descascado. Só se fosse uma coisa que você já comprasse de fábrica já, uma coisa já embalada, pa você num ta tocando, só quem tocar é o cliente, eu acho que pur questão mermo de higiene num vende, descascado num vende.

GLÓRIA – Então assim: quatro horas da manhã começa a cozinhar eles, aquele panelão?

FRANCISCO – É eu tenho, eu tenho dois panelões que cabe 60 caixa de ovo em cada panelão. É mil e oitocentos ovos em cada. É que são, cem caixa de ovo são três mil ovos.

GLÓRIA – Ai é você mesmo que cozinha?

FRANCISCO – Eu mesmo cozinho. Só eu mermo. Eu mermo embalo. Eu desembalo, eu embalo. Eu desembalo, cozinho e embalo de novo.

GLÓRIA – Tudo é você?

FRANCISCO – Tudo é eu.

GLÓRIA – E assim, tu já sabes o ponto, o ponto do cozido.

FRANCISCO – É quando ele, pá ele tá no ponto ele é o seguinte. Você bota ele pá ferver, pá cozinhar, certo!? Quando ele abre a verfura, ele deixa passar ali uns, dois, três minuto, ai já tá cozido já. Porque tem uma coisa que

eu inté quando eu comecei a vender o ovo de codorna, eu num sabia, certo!? Eu achava que quanto mais ele cozinhasse, era melhor. Nessa época eu num sabia né!? Quem me ensinou depois foi um colega meu, ai eu deixava ele cozinhar, cozinhar, cozinhar. Ovo de codorna, ele tem essa coisa. Se ele cozinhar demais ele quebra, machuca, certo!? Ele num fica aquela casca durinha. Então ele, e ele pega fica roxo. Precisa você ixpricá. Quando você deixa passar do ponto, que ele cozinhou demais que ele passou do ponto, a pessoa pensa que é ovo de vários dias que a pessoa deixa dum, pessoa que trabalha todo dia com ovo. Ai às vez sobra, o cara deixa pro ôto dia, ai vai deixando. Ai o cara pensa que é isso, mas não. É que passou do ponto. Depois que você, você pega, você pega o ovo de codorna que ele cozinha, ele abriu a fervura, você deixou passar até cinco minuto, você descasca ele, ele é bem alvim. Ai ele não passou do ponto. O mistério dele é esse. Tem otos diz: o cara, eu comprava ovo dum cara que ele dizia que cozinhava ovo tinha que tá mexendo que era pá gema ficar bem no meio. Eu digo: eu num mexo.

GLÓRIA – Ah, ah, ah, ah ,ah! Ai depois, passa pra outra panela e salga é, como é!? Como é a salga?

FRANCISCO – Não, não. Você cozinha ele sem sal. Só na água quente. Ai o sal acumpanha assim. Você, por exempro, vende ele, você anda com os pacotim de sal assim,oh!?

GLÓRIA – Ah! Tá certo!

FRANCISCO – Entende? Ai você bota numa caixa trinta ovos ai bota um pacotim ôto pacotim ali, certo!? Ai os dois pacotim de sal. Aqui, aqui, do jeito que ele tá aqui ele ta insosso, ai a pessoa quando descasca ele aqui , descasca todim, ai bota o salzim na pontinha, ai vai melando ele.

Ovo de codorna, ele tem um bucado de coisa que a gente vai aprendendo. A gente vai trabalhando, você vai aprendendo, certo? Tem, por inxempro, o ovo você pega da granja, foi apanhado hoje de manhã, certo!? Você apanha o ovo hoje de manhã ai cozinha, não foi, apanhou onte a noite, ai cozinhou de manhã, ele tem pobrema de soltar casca, certo? Porque ele é novo demais. Então ele tem que ser apanhado, pá você cozinhado, pá ele solta a casca bem soltadim sem poblema. Você tem que, a, ele

ser apanhado, por exemplo, terça, pra você vender domingo, quarta pá vender domingo. Assim numa faixa de três dia, certo? Se for um ovo novo, de recente, por exemplo, apanhado sábado pá vender no domingo, sabo a noite pá vender domingo de manhã, ai você tem que botá, num panelão de cozimento, você tem que colocar uma colher de cal.

GLÓRIA – Nescau?

FRANCISCO – Cal.

GLÓRIA – Cal, por quê?

FRANCISCO – Cal, ou então vinagre, que é pra ele soltar a casca.

GLÓRIA – É que a cal é assim uma coisa, meio... vinagre é melhor, é mais comestível, né!?

FRANCISCO – É. mas eu já fiz com cal, já fiz com vinagre. Vinagre é o seguinte: você bota demais. às veze eu butava vinagre ai ele fica largando. Essa cor dele aqui, essa cozinha dele, ai ele fica largando, nas caixa. Ai eu deixei. O cal não, você cozinha com cal ele fica bem alvinho e é bom de descascar. E pessoal tem também, tem esse problema também! Ah quero ovo quente! Você compra o ovo quente, mas você bota ali em cima da mesa deixa esfriar um pedacinho que ele é melhor de descascar, tem o poblema do, tem o poblema da casca, né!? Tem, tem que saber um bucado de coisa.⁵⁹

Compondo o quadro seqüencial da produção caseira de ovos de codorna, seu Francisco configura marcações narrativas da sua relação com o outro (freguês), com o mundo natural (ovos), como o mundo sintético tecnológico (fabricação da mercadoria), com o mundo comercial (formas de vender a mercadoria) e com sua capacidade e liberdade de manejar a produção de ovos de codorna em uma fraternidade com as dinâmicas dessas dimensões. Nessa cena, mantém uma unidade com o mundo a sua volta. Tentativa de expressar a complexidade e quantidade de elementos que envolvem a experiência de fabricar e negociar ovos de codorna na praia para uma clientela pobre. A ânsia de expandir-se é expressa

⁵⁹Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

através das possibilidades de demonstrar conhecer todas as dimensões da fabricação.

Brincar com a forma, adornado o orçamento, alegrando as vendas e movimentando o viver constitui uma das dimensões mais simbólicas do negócio de gêneros domésticos. Perceber uma exploração ativa na forma como o olho e o gesto de o freguês ver e manejar a casca do ovo, como a aparência e a plasticidade do ovo pode ser modificada é ressaltar a auto-estima, é sentir-se capaz em uma sociedade em que a capacidade criativa é louvada, motivada; em que a iniciativa, por modificar criativamente as condições de vida, é socialmente considerada, acentuada.

O trabalho com a produção artesanal dessas pequenas guloseimas contribui de forma complementar para o aumento da renda familiar. Empenhar-se em busca de formas opcionais de negociar, garantindo o fluxo das vendas, é importante para o vendedor. O papel central desses empreendimentos domésticos no cotidiano de vendedores está relacionado não somente à ação mecânica, unilateralmente empírica e instrumental de produzir. Envolvendo toda essa dinâmica, significados, ante a produção, a negociação e a interlocução com clientes, são atribuídos por negociantes na medida em que o viver vai se constituindo em meio a essas atividades.

A produção de ovos, para seu Francisco, é, pois, uma experiência do saber-fazer pouco compartilhada, mas que constitui a sua auto-imagem. Um homem passa boa parte de sua vida construindo receitas compostas de sal, sonhos, cal, vinagre, medos, pimenta, desejos, minúsculas caixas de plástico, fornos a lenha, contrariedades, isopor, cansaço, cascas de pequenos ovos, satisfações, panelas, riscos. Compartilhá-la através da negociação é uma necessidade visceral que motiva sua auto-estima. O fato de conhecer "todos" os segredos da arte de produzir e cozinhar ovos é uma paixão que o iguala a grandes negociantes e produtores. Afirma-o socialmente e o impele a interferir nas condições de trabalho com as quais se confronta diariamente.

O ato de modificar mercadorias surge não só como uma necessidade de mercado e fluxo de consumo, mas para dar vazão à capacidade de criar, de se ver nessas criações, de se satisfazer em um lúdico ato de brincar com a forma, de preencher o tempo com a fabricação de rústicas guloseimas, de se expressar, de compreender a vida a partir do que sabe fazer.

A narrativa de seu Francisco pode levar a múltiplas explorações não apenas pela direta quantidade de falas, elementos, itens, questões. A riqueza dessa síntese consiste na tentativa de ser mesmo síntese; da tentativa do indivíduo se articular com o mundo disponível; da subjetividade individual de buscar sua existência articulando-se com a subjetividade do coletivo; da capacidade de ser vendedor de ovos, ocorrer entre a possibilidade de viver da venda de ovos de codorna, entre as possibilidades da economia de centavos da praia da Barra do Ceará.

* * *

Outro matiz do mercado de tira-gostos, da negociação de salgadinhos na beira do rio Ceará, no calçadão da avenida Radialista José Lima Verde, da praia de Iparana, da praia das Goiabeiras é a tensão entre clientes e vendedores. A eterna desconfiança do freguês em torno da qualidade do baião-de-dois, do azedume das piabas, do roxeado dos ovos de codorna, da higiene dos pratinhos, da areias da praia que, sem dó, castigam os comerciantes invadindo suas caixas onde transportam as iguarias, coloca em cena embates e no foco do cliente a observação direta e constante dos produtos de fabricação e o procedimento dos vendedores.

Por vezes, o encontro de vendedores e fregueses se dá em uma atmosfera tensa. Faceta angustiante, enfadonha, pesada do encontro entre os que vendem e os que compram. Provocações, insultos, humilhações, palavreados soltos, deboches, discriminações que, consorciadas ao peso do trabalho diário nas negociações, dão o tom da fadiga e do cansaço quotidiano. Tão penosas quanto as atividades físicas de providenciar o preparo das guloseimas artesanais, e dispô-las à venda, são as provocações de clientes. Não só a sua insatisfação com o produto, mas as suas freqüentes queixas colocadas de forma indireta e escarnecedora.

Dona Zilda e seus filhos vendendo quentinhas se deparam com situações que se movem do embate desdenhoso a humilhação. Assim, se de uma forma ela discrimina a clientela, denominando-a de *liso* e *pessualzim*, por outra, se sente discriminada quando das negociações com as quentinhas:

GLÓRIA – Mas eu queria que tu falasse um pouco mais assim, dessas condições de trabalho, tá entendendo? Quando você sai pra vender, assim, né!? O que é que você acha que é mais difícil?. O que é mais, assim, complicado? Assim é só o sol que você acha ruim, o que é que você acha ruim?

ZILDA – É o sol, a areia quente que a gente anda muito, a gente tem que saí...ali correndo pra cima e pra baixo, se a maré tá seca a gente vai lá pá dentro, se a maré tá cheia a gente volta. Tem gente num compra diretim, já o to já compra, já no ponto daquela humilhação: *será que presta, será que é novo*. Ta entendendo!? Ai eu acho tão, sei lá! Uma humilhação

GLÓRIA – Tu acha que às vezes é humilhação?

ZILDA – É

GLÓRIA – Alguns humilha mesmo?

ZILDA – É alguns humilha, né!? Porque a gente chega: *é bom, é novo, será que tá prestando se num tive prestando o que é que eu faço!?* Né!? Às veze eu andando eu digo: rapaz se num fosse novo, meu patrão, ninguém vindia não. Se não for bom, o senhor não paga, pode comer se

não for bom! Ai ali ele: *Não, tô brincando*. Ai a gente vai e leva passa pá oto. Ai as veze gente chega numa mesa pra vender ai já um barraquero diz (em voz alta): *ah isso num presta não*. Ai muitas veze eu até procuro nem ir, ir pra perto das barracas porque, às veze eu me, pra evitar, pra mim num tê raiva, porque eu já tive já esse pobrema e eu acho tão, pra mim, morrer assim, né!? A troco de nada.⁶⁰

A tensão ocorre, muitas vezes, de forma tácita no sentido de desviar a provocação e manter fregueses. Quando alguém resolve responder a um cliente, isso é visto como algo taticamente não funcional e mesmo como loucura. Esta última se dá no sentido do freguês colocar em suspeita a qualidade do produto e não comprar:

GLÓRIA – Os clientes, os banhistas falam coisa assim, eles respondem, falam alguma coisa?

ZILDA – Não eles, se, se um garçon ou um barraqueiro falar eles diz: *vão tomar os remédios de vocês controlado!!! É*

GLÓRIA – Ah, ah, ah!!!. Ele dizem, é os meninos?

ZILDA – Aí eles diz: *vão tomar os remédios de vocês controlado!!!* E pronto eles num responde, eles num, num briga eles sai achando graça, leva a pessoa na brincadeira, ai pronto! É agora, só que eu tenho um que ele num é muito bom do juízo não. Só que ele às veze ainda responde, né!?

GLÓRIA – É!? Ele diz o quê?

ZILDA – Se uma pessoa disser assim: *ah, num presta não a quentinha dele*. Ai ele diz: *quem num presta é a tua mãe macho*.⁶¹

⁶⁰Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada.

⁶¹Dona Zilda. *Vendedora de quentinhas*. Entrevista citada.

Levar no deboche sem ocasionar atritos mais escandalosos é uma artimanha que os vendedores desde criança aprendem a fazer uso. No comércio na praia da Barra do Ceará, polemizar com clientes pode manchar a imagem do vendedor e, na hierarquia da praia, os consumidores prevalecem com a imagem ilibada, enquanto a dos vendedores é frágil e carece de constante construção. O fato de Bruno, uma criança de 12 anos, se exaltar diante da pressão dos clientes, o coloca na categoria de desequilibrado.

Variações de formas de humilhação vão se reelaborado em meio a tentativas de vendas, em meio ao trabalho, em meio ao lazer disponível. Seu Antônio, negociando piabas, confronta-se com provocações de clientes e traz para o primeiro plano o espetáculo das hierarquias:

ANTÔNIO - ...Se a pessoa disser uma coisa que eu num gosto também eu num vô atrás de articulá que eu já sei a vida como é. Eu saíu dali, eu vô tratá de fazer o meu negócio, que eu vim foi pra fazer negócio num foi pra, né!? É. Eu num gosto de questão com ninguém. Que às veze acontece da gente vender uma venda assim fica humilhado, freguês tá humilhando o nego, que muita vez acontece também, né!? Ai quem num tem a cabeça boa já diz uma coisa, já diz um, ai surgiu uma coisa ruim, eu num. Quando uma pessoa diz uma coisa que eu num gosto, também eu num digo nada, eu debando.

GLÓRIA - Quer dizer que tem freguês que humilha.

ANTÔNIO - Tem, tem freguês que humilha a gente. Às veze a gente trabalhando ainda humilham mermo.

GLÓRIA - Que é que eles dizem?

ANTÔNIO - Eles dige que, diz coisa, diz coisa que a gente às veze num, num gosta mermo.

GLÓRIA - Mas que tipo de coisa?

ANTÔNIO - Às veze eles dige que a gente tá é robando, tá, há, há, há, tá robando tá vendendo caro. É ai, que num

gosta de dizer esse nome, ai vai responde ai o cara quer ser o tal às veze já tá com umas quatro na cabeça ai.⁶²

Em composição com as doses de cachaça, as iguarias artesanais aproximam os vendedores de salgados dos “beberrões”, dos que têm “umas na cabeça”, dos que embalados pelo teor etílico, arrogam-se nas seus eloqüentes desejos de mando e afirmação na hierarquia social. Volta e meia os vendedores de ovos de codorna, de quentinhas, peixe e piabas estão enredados em situações envolvendo o alto consumo de álcool. Clientes jogando, dançando, banhando-se, degustam a bebida e tiram o gosto com confusões, chacotas, provocações e com as oleosas iguarias.

Nesse tumulto, vendedores aparecem vendendo, cobrando, conversando, bebendo, se irritando, discutindo, afirmando-se na auto-imagem de trabalhadores e criando mil histórias de desfechos inusitados.

Seu Francisco conta-nos histórias de provocação, bebidas, “bonecos”⁶³ e confusões que requerem a presença da polícia:

GLÓRIA – E tem, mas tem cliente assim que mexe com vocês?

FRANCISCO – Rapaz aqui não. Tem assim às veze tem os cara que bebe demais, passa o limite ai, as veze sabe, mas ai o cara contorna, você, a pessoa mermo contorna. Eu já peguei aqui uma vez, quando tinha movimento ali, do ôto lado, eu peguei um cara que chegou, perguntô quanto era um ovo. Naquela época era 1,50 a caixa,né!? Eu disse: rapaz é um e cinqüenta. Ele disse: *bota uma caixa aqui pra mim*. Ai eu butei, ai fiquei em pé, ai passei meia hora esperando, né!? Ai disse: rapaz me paga ai, que eu tô trabalhando, eu num tô

⁶²Seu Antônio. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

⁶³Bonecos: expressão muito utilizada no Ceará, se refere à irreverência e à intrepidez dos cearenses relacionadas à situações de celeuma por reivindicações ou fanfarrônicas.



As fotos trazem para o texto aspectos do cotidiano dos trabalhadores da praia da Barra do Ceará. Na primeira imagem, dona Zilda e sua família em sua casa. Cômodos pequenos e de alvenarias sem reboco indicam a forma como vivem essas pessoas. No corpo destas, micropoderes e hierarquias podem ser interpretados. O porte robusto do pai diferencia-se dos filhos esqueléticos, estes últimos de uma alegria dissonante em relação dia-a-dia de pobreza e trabalho pesado.

Na segunda imagem, elementos do comércio de ovos de codorna. Seu Francisco negocia seu produto a uma população que frequenta barracas de telhados baixos sustentados por inconsistentes pilares de madeira. Debaxo desses arranjos de cobertas, jogadores de sinuca constroem seus lazeres enquanto comem ovos de codorna.

brincando não. O tempo que eu tô parado aqui eu tô deixando de vender. O cara: *não calma ai e coisa e tal, num sei que*. Aí quando faltava mais ou menos uns dez ovo na caixa, ai ele cismou e disse que num ia pagá, né!? Ai eu digo: Ah pagá você vai.

-*Não num pago.*

-Paga. Ai por sorte vinha uns policial, eu chamei os policial ai no lugar dele pagá 1,50, ele pagô 4,00 real na caixa, só pelo desaforo dele, né!? Saldo da conta é a caixa, é 4 real:

-*Não você disse que era 1,50.*

-*Não tô dizendo que é quatro, pois pague os quatro real.*

Ele pago os quatro real. Mas é assim: aqui, acolá, mas todo os freguês, toda pessoa, nunca houve poblema aqui, negócio de briga essa coisa, não. É aqui, acolá aparece um cara, que bota buneco mermo, intê com os barraquero mermo, valí com a gente, que é vendedor⁶⁴.

No espaço onde trabalho e lazer se misturam e o consumo descontrolado de bebidas alcóolicas é comum, tensões vêm à tona. Nessa hierarquia, o poder policial parece despontar como o mantenedor da ordem que, vira e mexe, se desfaz. Os vendedores, na sua auto-imagem, apresentam-se localizados nos mais baixos estratos, sem recursos para enfrentar os clientes, situação diferente dos próprios barraqueiros, indivíduos socialmente mais bem colocados na teia de poderes e relações de venda na praia.

Nesse sentido, Michel de Certeau lembra o caráter polemológico da cultura. A forma como esta de imbrica, produz e desmonta tensões no cotidiano da práticas sociais:

A cultura articula conflitos e volta e meia legitima, desloca ou controla a razão do mais forte. Ela se desenvolve no elemento de tensões, e muitas vezes de violências, a quem fornece equilíbrios simbólicos, contratos de compatibilidades e compromissos mais ou

⁶⁴Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada

menos temporários. As táticas do consumo, engenhosidade do mais fraco para tirar partido do forte, vão desembocar em uma politização das práticas cotidianas⁶⁵.

Assim, nas areias da praia das Goiabeiras a frequência desses atritos com clientes é dada, por seu Francisco, pela unidade temporal "*aqui e acolá*" que parece querer evitar a imagem da Barra do Ceará como lugar de confusões. Isso se assemelha a mais uma artimanha dos discursos dos vendedores que pretendem se afirmar, enfatizando, na entrevista, o fato de cobrar mais caro a caixa de ovo de codorna, depois da presença do policiamento.

Narrador, seu Francisco coloca-se como o protagonista da cena. Ele desenvolve toda a linha de ação. Ele tem o controle de toda a situação: "*mas aí o cara contorna, você, a pessoa mermo contorna*". Espera meia hora em pé pelo pagamento. Tira partido das virtudes que o vocábulo trabalhador pode suscitar. Criando toda essa atmosfera de vítima, em determinado ponto adquire todos os direitos de se indignar, de revidar, de buscar uma forma de se movimentar na pesada e resistente estrutura hierárquica. Como ponto de apoio e justificativa, encontra o policial, elemento localizado em posição favorável na rede de sociabilidades no comércio, na Barra do Ceará. Reunidas todas as defesas possíveis, esse "pedaço de bravura"⁶⁶ tripudia do freguês, reverte a humilhação, "paga na mesma moeda" o desdém com o qual foi anteriormente atingido, mas exige simbolicamente um valor mais elevado que o preço comumente cobrado por uma caixa de ovos de trinta unidades. Ao narrar o caso dos R\$4,00, ele faz um acerto de contas que, antes de tudo, compõe uma boa narrativa e, desse

⁶⁵CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p.44.

⁶⁶LINDENFELD, Jacqueline. Palavras rituais nos mercados urbanos na França. **Projeto História**. São Paulo: Educ, Nº 19, 1999, p. 39

modo, constrói uma desforra que pode atenuar a humilhação ressentida, sobretudo se relembrada e contada várias vezes.

CAPÍTULO III: Espaço e Mercadorias

Compreender um homem como Pinagot, que passava bastante tempo manipulando objetos, exige uma grande atenção à historicidade desses objetos. Eu utilizei trabalhos de etnólogos que estudaram os tamancos, fui a um pequeno museu de tamancos...ao mesmo tempo, interessei-me em historizar a paisagem sonora daquele mundo, a sensibilidade táctil de Pinagot e as suas visões da floresta.

Alain Corbin.¹

É o fragmentário que é uno, são partes de uma lógica que se faz inteira enquanto conjunto; não é a reinterpretação que faz progredir, é entre outras coisas aquilo que permite suportar as desrazões de um cotidiano apagado, duro e aflito.

Jerusa Pires Ferreira.²

No capítulo que segue, as operações de vendedores e comerciantes na praia da Barra do Ceará são abordadas através do transporte de mercadorias. Carroças, burros, "mobiletes" e "topics" compõem as cenas em que os trabalhadores transportam

¹CORBIN, Alain. Uma História quase impossível. Entrevista a Denise Bernuzzi de Sant'Anna. **Projeto História**. São Paulo: Educ, Nº19, 1999, p. 210.

²FERREIRA, Jerusa P. **O livro de São Cipriano: uma legenda de massas**. São Paulo: Perspectiva, 1992, p 48.

produtos para vendê-los nas ruas da Barra do Ceará.

Nesse movimento, carrinhos de geladeiras são confeccionados e utilizados por vendedores como meio de garantir mais vendas. A inserção de vendedores no espaço de vendas através de veículos não-motores implica tensões sociais e construções de oportunidades de negociações. Estas envolvem uma guerra de espaços na qual mil artimanhas são criadas por vendedores a fim destes definirem, de uma maneira muito fluida, pequenas estações, estacionado o pequeno veículo. A construção desses espaços de negociação com carrinho de geladeira é problematizada à medida que a trama de demarcações espaciais vai se tornando visível por meio das relações sociais dispostas cotidianamente.

Objeto de trabalho, os carrinhos aparecem como invenções de vendedores no sentido de tornar exeqüíveis oportunidades de vendas. A organização desse projeto de transporte de mercadorias, que é a reciclagem da carcaça de geladeira, comporta uma historicidade que pretendo perseguir nesse texto. A composição do carrinho reveste-se de sentido à medida que traduz o esforço cotidiano de confrontar os embaraços do dia-a-dia, em uma interferência diária na complexidade do real por trabalhadores na Barra do Ceará. A conexão do invento com o mundo do trabalho de rua e as possibilidades plásticas das metrópoles industrializadas brasileiras instigam-me a investigação do uso do artefato reciclado.

3.1 Espaços deslocados: demarcando territórios no movimento de carrinhos.

Uma faceta intrigante do cotidiano dos ambulantes na praia da Barra do Ceará é o uso que eles fazem de transportes. A forma como pessoas chegam até a Barra do Ceará, para vender ou se divertir, é múltipla. A maneira como as mercadorias transferem-se de um determinado local até chegar às mãos do consumidor é tão diversa quanto o produto negociado e o vendedor que o negocia.

Quem transita pelas avenidas da Barra do Ceará, nas ruas dos conjuntos habitacionais, nas ruelas das favelas, nas veredas tortuosas das ocupações irregulares de mutirões e áreas de risco, depara-se com pessoas locomovendo-se de múltiplas formas e transportando mercadorias. Quem passa nas margens do rio Ceará pode ver pessoas pobres em pequenas embarcações artesanais indo e vindo de uma margem a outra³.

Nas águas do rio Ceará e seus afluentes, embarcações de madeira, a remo, transportam pessoas, pescados, móveis. Pequenas, elas se multiplicam com relativa velocidade, pertinente à necessidade dos que moram nas proximidades do rio. Para a pesca, para transportar gente, para o transporte de mercadorias ou para a pesca de final de semana, as embarcações compõem a urdidura do comércio de mercadorias e o cotidiano dos que moram na Barra do Ceará.

Presentes também são os carroceiros. No curso dos dias, nas feiras, nas vendas na praia, na limpeza das ruas, despejando lixo no mangue, carroças de madeira e rodas de automóveis são puxadas por jumentos que se movimentam ao toque dos chicotes

³Conjuntos Habitacionais: Vila Velha (Nova Assunção, Conjunto Polar, Conjunto dos Bancários, Conjunto Planalto da Barra, Beira-Rio). Ver Mapa na Introdução. Todavia, Vila Velha também é percebido como um mutirão na área de mangue do rio Ceará, do Lado de Fortaleza, implantado pelo governo do Estado na segunda metade da década de 1990.

de seus proprietários. O trânsito das avenidas é freqüentemente incomodado por movimentos de carroceiros que anunciam “Pega-se Frete” ou que sugerem aos veículos automotores que, “Mantenha a Distância”.

Os muitos carroceiros na Barra do Ceará são, em um primeiro golpe de vista, identificados com o transporte de materiais de construção e com os depósitos que negociam esses materiais. Todavia, um olhar menos superficial leva-me a constatar que o uso da carroça, entre os que moram na parte oeste da Cidade, é extenso.

As pessoas utilizam-nas para transportar todo tipo objeto e mercadorias. Os comerciantes do pequenos comércio da avenida Mozart Lucena ou da Coronel Carvalho fazem suas entregas por meio de carroças ou bicicletas. Os proprietários de lojas de móveis utilizam bastante este meio para entregar mercadorias. É possível ver carroceiros transportando sofás, guarda-roupas, estantes. Os parques móveis que a população detém, em suas pequenas casas, também podem ser avistados nas carroças, quando inquilinos se mudam de local de moradia.

Os proprietários das dezenas de marcenarias, de oficinas que reformam tudo, desde estofados até geladeiras, também fazem uso desse transporte. Os moradores da Barra do Ceará que encomendam portões e grades de ferro aos ferreiros das oficinas de material metálico pagam quantias irrisórias a carroceiros para o transporte das encomendas.

Os proprietários de depósitos de gás de cozinha vendem seus produtos a muitos vendedores que o revendem em carroças. Estes passam de porta em porta, nas ruas da Barra do Ceará, do Jardim Guanabara, do Vila Velha, dos conjuntos habitacionais⁴.

São comuns também imagens de animais transitando, tanto nos matagais e córregos, como no asfalto quente das grandes avenidas. Soltos ou puxando carroças, burros, vacas, bois,

⁴Ver mapas

jumentos e cavalos espalham-se na periferia da Cidade em movimentos diversos.

Os animais traduzem uma forma de locomoção específica na Barra do Ceará. Burros, cavalos e jumentos ajudam no transporte cotidiano e compõem as invenções do lazer entre os que vendem e se divertem. Pessoas montando animais, indo e vindo de lugares diversos, misturam as imagens da Cidade com as do campo e ocasionam tensões, seja entre os motoristas de veículos motores ou entre vizinhos. Motoristas queixam-se da lentidão e contravenção das leis de trânsito. A vizinhança reclama por conta das sujeiras que os animais provocam, defecando no asfalto. A água suja, proveniente dos banhos dos animais, também incomoda e cria atritos e casos de polícia entre os proprietários dos animais e moradores do local. Os restos de comida com os quais esses animais se alimentam, nas portas das casas, provocam sujeira e tensionam as relações de vizinhança.

Entretanto, uma parte do comércio de rua, na Barra do Ceará, movimenta-se através da utilização desse tipo de transporte. A população procura tirar partido deste, economizando e buscando opções de serviços que o poder municipal não cobre no correr dos dias, na periferia da Cidade.

A utilização de animais no cotidiano dos trabalhadores de rua é o espaço de convívio e de tensões na população heterogênea que reside e trabalha nos bairros, na ponta oeste da Cidade. A concentração de pessoas pobres ali intensifica o uso de transporte por propulsão humana. Disputas por oportunidades de pequenos serviços e comércio ambulante matizam a configuração do campo de tensões quando da utilização de animais.

Historicamente constituído em Fortaleza, o campo de tensões que envolve proprietários de animais e usuários da Cidade traduz antigas fendas sociais convivendo lado a lado, à medida que a densidade demográfica das áreas pobres da Cidade se aprofunda. Espaço da simbiose entre campo e cidade, o uso de animais no circuito periférico, expõe uma configuração social em que

costumes citadinos e rurais convergem, funcionando a partir de normas em que o uso do espaço público é adaptado, de forma constante, às necessidades de sobrevivência básica de uma população pobre.

Assim, no século XIX, o uso de animais na Cidade já era alvo das normas de utilização do espaço público legislado pela Câmara. O código de posturas de Fortaleza de (1835) tratava com restrição e penalidades o uso abusivo de alimárias no perímetro urbano⁵. Mas o costume de utilizar animais para transportes permanecia e os códigos subseqüentes repetiam-se na tentativa de estabelecer disciplinas “civilizadoras” na Cidade. Na contraposição, em uma cidade que se constrói na violenta concentração de renda, populações empobrecidas trilham seus próprios caminhos nos quais é imprescindível o uso de animais, no comércio, no lazer, nas tarefas diárias.

Na Barra do Ceará, em períodos não estabelecidos, ocorrem no mangue, às margens do rio, nas proximidades do Vila Velha, corridas de cavalos, burros e jumentos com apostas e pequeno comércio de comida e bebidas⁶. No verão, esta é uma oportunidade de construir sociabilidades, comércio e lazer através da criação e utilização de animais de corrida, tração e locomoção. O tom do evento dá-se na disputa entre tipos de animais variados assim como na variação de seus montadores. Crianças, jovens, adultos, homens e mulheres “cavalgam” construindo lazer e oportunidades de ganho. Longe das modernas normas de proteção ambiental e animal, os comerciantes que para ali vão, inventam maneiras de produzir seus pequenos ganhos.

Nessa movimentação, na Barra do Ceará, não são poucos os animais mortos jogados nos matagais do mangue. Os atropelamentos de jumentos espalham o sangue no asfalto e

⁵CAMPOS, Eduardo A *Fortaleza Provincial: rural e urbano*. Fortaleza: Secretaria de Cultura, turismo e Desporto, 1988, p. 29 e 47.

⁶Entrevista com Neilda dos Santos Castro em 23-1-2003 Lavadeira e vendedora de búzios e pescados e com Isaura Torres dos Santos lavadeira e mãe de vendedores de rua em 24/05/2002 Observação Participante no período de 2001-2003.

provocam tumultos nas favelas próximas à margem do rio. Nesses episódios, a Sociedade Protetora dos Animais é acionada. Foi assim no início de 2002, quando um jumento foi atropelado por um veículo automotor, mas não morreu. Os moradores do Vila Velha solicitaram os serviços da Sociedade Protetora dos Animais. Como esta levou muito tempo até chegar ao Vila Velha, um morador providenciou a solução do problema a tiro de revólver, sacrificando o jumento em praça pública⁷.

Segundo a Sociedade protetora do Animais, em Fortaleza, a Barra do Ceará concentra o maior número de casos de muares tratados de forma ecologicamente incorreta por carroceiros que, de maneira irresponsável, exploram as forças daqueles⁸.

Por outro lado, a população que utiliza os serviços dos muares queixa-se da falta de condição de trabalho e vida no meio das favelas que a impele a explorar o máximo possível os bichos. Ter que ganhar dinheiro, consorciado à falta de controle mais efetivo por parte dos órgãos competentes, dá continuidade à exploração, que se arrasta na dinâmica dos dias.

Histórias de muares perpassam o dia-a-dia do nordestino e compõem contos populares, conversas cotidianas. Ocupam os espaços dos *media* e invadem os centros urbanos, a despeito dos modos civilizados e modernos. Tão presente o jumento é no Nordeste brasileiro que já foi razão de movimentos ecológicos, tema de livros. Também é a temática de um Clube que se localiza em Iguatu⁹, no Ceará. Padre Antônio Vieira, líder do movimento ecológico em defesa do "operário do Nordeste", implementou trabalhos no sentido de criar o memorial do jumento na cidade de

⁷Entrevista com Neilda dos Santos Castro em 23-1-2003. *Lavadeira e vendedora de búzios e pescados. Entrevista citada. Observação Participante no período de 2001-2003.*

⁸*Carroceiros continuam sem usar escora.* Diário do Nordeste 15/01/2000. [www. diariodonordeste. Com.br](http://www.diariodonordeste.com.br)

⁹*Iguatu:* Área: 1042,60km² Distância de Fortaleza em linha reta- 300km.Lat. 6°22". Lon39°18". Centro sul. População: 85615hab. www.ibge.org.

Várzea Alegre¹⁰, no Ceará¹¹.

Nos cordéis nordestinos, encontram-se múltiplas histórias de animais em interação com a humanidade. Entre tantos, é de especial simpatia e pertinência às “gaiatices” e “inventices” do povo, o que conta a história do Homem que casou com a jumenta. Enamorado e apaixonado pelo animal, desgostou-se da mulher (Jarmelina), “arrenegando-a” e casando com a burra (Cravina), pois, desde o dia em que conheceu a jumenta, apaixonou-se e agia de forma diferente:

Desse dia por diante
 Ele ficou diferente
 Só ia em casa almoçar
 E voltava rapidamente
 Pra abraçar-se com a jumenta
 O seu amor excelente.

Tudo que a mulher fazia
 Para ele não prestava
 Somente com a jumenta
 Ele se consolava
 Ele beijava a jumenta
 E ela também lhe beijava¹².

Na periferia, a forte presença de animais ocorre no ritmo da migração de animais do campo para as urbes, via trajetos populares os quais possibilitam a migração dos modos de vida do sertanejo para a cidade. No cotidiano das periferias de Fortaleza, à medida que o uso desordenado de matas, lixos e córregos multiplica-se, amplia-se a proliferação dos muares no dia-a-dia dos

¹⁰Várzea Alegre Área: 704Km² Distância de Fortaleza em linha reta- 436km.Lat. 6°47'. Lon38°18'. Centro sul. População: 34844hab. www.ibge.org.

¹¹VIEIRA, Antônio. *O Jumento nosso irmão*. Rio de Janeiro: Livraria Freitas de Bastos, 1964. Ver também VIANA, Antônio K. *A morte do Padre Antônio Vieira e o Discurso do Jumento*. Fortaleza: Tupynanquim, 2003

¹²FERNANDES, Olegário *O Homem que casou com a jumenta*. Recife: Ed. Coqueiro, S/D, p.3.

moradores e trabalhadores.

Na trama que envolve os que trabalham e vivem na Barra do Ceará, tensões multiplicam-se no uso diário de vários meios de transporte de mercadorias e pessoas. Os trabalhadores do comércio de rua, procurando abrir frestas no concorrido comércio de rua, tiram partido do uso de vários meios de transporte em que o emprego de combustíveis não seja utilizado e de tal maneira que pequenas quantias sejam acumuladas. Nesse esforço, trabalhadores, homens, mulheres, crianças, adolescentes e idosos paupérrimos chocam-se em uma corrida pela sobrevivência.

Campos de tensões, as relações de pessoas pobres, através de transportes alternativos e procurando a sua sobrevivência, imprimem na realidade contemporânea de Fortaleza marcas das maneiras como interpretam e realizam diversas atividades cotidianamente. Territórios forjados por pessoas vivendo à míngua, o espectro de maneiras de se locomover, na periferia da Cidade, multiplica-se.

Ciclistas impacientam os motoristas de automóveis, fazendo manobras ousadas em meio à pista. Também muito freqüente, o uso de bicicleta proporciona o transporte de "um tudo". Bastante visíveis, os ciclistas podem ser percebidos transportando móveis, verduras, metros e metros de trilhos corrediços metálicos, placas de vidro, gás butano, garrações d'água, pacotes de condimentos, frutas e verduras, imagens de santos, sanitários de louça, entre tantos objetos, pessoas, animais. Sem muito esforço, é possível ver, em uma só bicicleta, cinco pessoas sendo transportadas. Adultos e crianças dividem "cancelas" e "varais", buscando uma forma de aliviar longas caminhadas. Na garupa do biciclo, duas crianças, no varal, a mãe com um recém-nascido e na sela, ao centro, o pai dirige o meio de transporte da família. Embora inverossímil, essa imagem é comum nas ruas da Barra do Ceará.

O transporte informal de Fortaleza, aos olhos do geógrafo

José Borzacchiello da Silva¹³, relaciona-se aos baixos níveis de renda da população e à expansão desenfreada dos bolsões periféricos. A afirmação do transporte alternativo entre seguimentos populares, ocorre com capacidade de ajustar-se à demandas individuais e de pequenos grupos, em áreas de acesso difícil ou mais isoladas do espaço metropolitano.

Expressa nas áreas degradadas da Cidade, a presença do transporte informal expõe a precariedade do sistema de transporte coletivo de Fortaleza, excessivamente racional e planejado em âmbitos administrativos, longe dos percursos populares.

Sua população reclama formas de se locomover mais próximas de sua necessidade cotidiana, das especificidades de quem mora em lugares não pavimentados, em redor de matas, longe dos pontos de ônibus, sem condições de pagar condução diariamente e precisando transportar mercadorias¹⁴.

Pelejando na construção de opções, a população movimentase sinuosamente. Em virtude da movimentação do comércio de bairros, as entregas em domicílio feitas por farmácias e minimercados, ocorrem por bicíelos que qualquer um pode dirigir. Usadas por todos, as bicíelotas desgastadas, recicladas e adaptadas, são alvo de roubos contínuos, assim como identificam ladrões de carteiras que, em malandra velocidade, deslocam-se com seus veíulos arrastando tudo o que um passante desavisado tiver nas mãos.

Os pobres da Barra do Ceará priorizam o uso de bicíelotas, usadas em detrimento de bicíelotas novas em função do aumento de furtos. Fugindo dessa situações, os usuários utilizam bicíelotas gastas, de cores enferrujadas.

A prática dos roubos através de bicíelotas é efetuados por adolescentes com olho em bicíelotas e carteiras é corrente no período do meio dia. Momento de descanso da comunidade, ao

¹³SILVA, José B. da. *Nas Trilhas da Cidade*. Fortaleza: Museu do Ceará. Coleção outras Histórias, 2001, p. 106-108.

¹⁴*Ibidem*, p. 97-99.

meio dia, as ruas esvaziam-se dos passantes costumeiros que dormem depois do almoço e fogem do sol a pino. Nesses momentos em que as grades dos estabelecimentos se fecham, as portas de alguns descem, o comércio pára e o movimento de carroças, carrinhos de lixo e ônibus diminui, ergue-se uma paisagem desoladora, espaço favorável a prática do roubo por ciclistas que investem contra as raras pessoas que transitam enfrentando o sol e o risco de serem roubadas.

Prática comum nas pequenas cidades cearenses, a sesta atualiza-se na periferia de Fortaleza, no comércio de rua, entre os que trabalham nas proximidades de suas moradias. Na contramão do grande comércio do centro da Cidade, os comerciantes da Barra do Ceará acompanham o ritmo da comunidade e forjam maneiras de viver que coadunam formas antigas e novas, metropolitanas e provincianas. Fugir dos riscos de roubos e do sol do meio dia, bem como procurar um pequeno momento de descanso, são dimensões que os comerciantes, em conjunto com a comunidade, imprimem no cotidiano do comércio de rua na Barra do Ceará.

Área da Cidade comercialmente movimentada, a Barra do Ceará agrupa séries de estabelecimentos de consertos mecânicos e depósitos de variados tipos de mercadorias. Esse comércio de periferia atrai, para a Barra do Ceará, a clandestinidade das negociações com produtos industriais. O desmonte de bicicletas e "mobiletes", assim como a revenda de peças avulsas, alimentam as transações desses veículos, fragmentando a montagem anteriormente industrial e deixando à disposição da população pobre os meios de locomoção sucateados.

Entre bicicletas e motos, as "mobiletes" enchem os olhos e ouvidos dos moradores da Barra do Ceará. O irritante barulho do motor avisa que, também aqui, pode estar se aproximando um "vagabundo". Todavia, as "mobiletes" são utilizadas por muitos, jovens e adultos, delinqüentes e trabalhadores. Em dias de greves de ônibus, o trabalho dos que vivem de biscates através do uso de "mobiletes" é particularmente visível, quando, nos pontos de

ônibus os condutores passam oferecendo viagens até o centro da Cidade ao preço de um real¹⁵.

O transitar em veículos não-motores corresponde a um modo de vida específico de comunidades que operam em uma economia de moedas e poucas células. Com poucos recursos, sem dinheiro para o óleo diesel, para comprar gasolina, a comunidade de trabalhadores, comerciantes de beira de praia e biscateiros, vai buscar próprias formas de se locomover economizando o mais possível. Os quadros cotidianos da praia da Barra do Ceará compõem-se por veículos que vão muito além dos motores. Além dos ônibus a óleo diesel, das Topics à gás natural, dos automóveis a gasolina, dos mototáxis, podem ser vistos dezenas de carrinhos de geladeiras impulsionados ou puxados por pessoas.

O desenvolvimento dessas formas de transporte é visivelmente interessante em negociações de mercadorias na praia. A utilização dos carrinhos de geladeira por comerciantes é bastante comum. Nos domingos de sol alto, na avenida Coronel Carvalho, inumerável quantidade de trabalhadores, negociando em carrinhos de geladeira, transitam em direção à praia.

Adolescentes magros, apenas de calção e pés descalços, lépidos, empurram os carrinhos com produtos. Homens mais velhos impelem os carros, com crianças misturadas às mercadorias. Mulheres, esposas, mães, acompanham homens mais jovens. Estes puxam os carros enquanto aquelas parecem "gerenciar" o transporte, cuidando da passagem, do trânsito, da mercadoria, das "encrencas", confusões e atritos com os passantes. Outras mulheres puxam os carrinhos cheios de lixo ou alimentos. Famílias inteiras deslocam-se com os carrinhos, catando lixo ou vendendo água em sacos de plástico.

Vendedores atuando em um circuito minguado, organizam seus pequenos empreendimentos que se baseiam em

¹⁵A distância da Barra do Ceará ao centro da cidade é de 11km. De carro, considerando os engarrafamentos, o trajeto Barra do Ceará/Centro é de uma média de 20 minutos. De ônibus são 45 minutos.

oportunidades suscitadas no crescimento do bairro, nas demandas da população pobre, bem como em jogos sociais que a necessidade vai matizando no curso dos dias escassos. No convívio entre pobres, originam-se formas específicas de trabalho e localizações sociais nuançadas por tensões e necessidades. No encontro entre trabalhadores pobres, formas particulares de conseguir algum trocado emergem imbricados em preconceitos e hierarquias.

Aspecto dessa vida cultural conflituosa, urbana e periférica é o trabalho com o lixo. Este, através dos carinhos de geladeira, significa oportunidade de acúmulo de moedas, por trabalhadores das ruas da Barra do Ceará.

Indício das transformações do espaço urbano e da comunidade da Barra do Ceará, o trabalho de catar lixo demonstra as modificações ocorridas na Cidade à medida que esta se tornou ponto de comercialização de incontáveis produtos. À proporção que o comércio atrai para o espaço de Fortaleza centenas de possibilidades de consumo de mercadorias, outra quantidade de lixo acumula-se no anel que circunda a Cidade. Da degradação que os restos de consumo imprimem nesses espaços periféricos emergem formas inusitadas de vivências pertinentes à última década do século XX, na cidade de Fortaleza.

Para organizar o lixo nos recantos e matas das Cidade, é necessário, além de modificar a imagem do lixo, promover a idéia de reciclagem e dá aos restos estatuto de aproveitável, modificável. Nessa trama, o trabalho de selecionar o lixo aproveitável diferencia-se da tradicional coleta de lixo por caminhões e faz emergir no espaço social da Cidade os catadores. As mudanças, então, incidem não só sobre a noção do que é o lixo mas, em um campo social em que a noção de higiene e trabalho é atualizada, pois a disposição para viver junto ao lixo por trabalhadores é vital para o funcionamento da trama muito complexa que viabiliza a reciclagem de toneladas de resíduos nas cidades contemporâneas.

Assim, multiplicam-se na Barra do Ceará pequenos negócios de poucas cédulas, organizados por pessoas de baixa condição de vida que lutam para reciclar os restos. Pequenas agências, os depósitos de reciclagem, na periferia oeste da Cidade, reúnem poucos catadores de lixo e operam em uma margem frágil de renda. Provisórios, traduzem tentativas de sobrevivência de uma comunidade que se esforça para "ir passando". Em um ritmo pouco apreensível, os proprietários de depósitos abrem e fecham seu negócios movidos pelo ímpeto de ter ou não lucro. Compram e vendem carrinhos de geladeira reciclada, terrenos baldios, balanças. Movimentam-se entre os restos para promover suas formas de vida em meio à pobreza e à escassez.

No espaço entre o lucro do proprietário de negócio e a sua inviabilização, o trabalho dos catadores é fundamental. A disposição dos trabalhadores de rua para colher lixo e deslocarem-se continuamente por espaços extensos é o que movimenta, nas bases, a trama da organização da reciclagem do lixo.

Para os trabalhadores de rua, na Barra do Ceará, a coleta de lixo emerge como um campo de possibilidades de trabalho e sobrevivência. Para viabilizar a vida, pessoas de variadas faixas etárias esgueiram-se pelas ruas da Barra do Ceará, catando lixo, fuçando sacos, depósitos; forjam, no cotidiano da área mais oeste da Cidade, maneiras de vida; constituem campos de tensões matizados por uma busca extenuante pela vida.

O trabalho com o lixo localiza-se nos estratos mais baixos do trabalho de rua. De pouco dinheiro, muita fadiga está diretamente associada a pobreza e a situações em que a saúde está sempre em risco. Todavia, a relativa facilidade de juntar lixo leva muitos a procurarem acumular moedas através da tração de carrinhos de carcaças de geladeiras e coleta de lixo. Desempregados, os catadores de lixo esbarram na oportunidade de coletar e vender lixo como forma de irem se mantendo

Conversando com Sandoval sobre a forma como foi trabalhar com o lixo, ele falava sobre uma tal facilidade em operar em um

depósito de lixo. Sandoval é um adolescente de 17 anos, que trabalha fazendo bicos nas praças e feiras da Barra do Ceará. Filho de pais separados, mora com a família de sua mãe com a qual divide seus rendimentos pela metade. Na sua vida de trabalhador, em Fortaleza, já foi auxiliar de costureira, servente de decoração, vigia noturno de carro, catador de lixo. Atualmente trabalha fazendo a zeladoria da praça do Vinte e Oito de Agosto, na avenida Coronel Carvalho, junto com seu avô. Nas terças-feiras, dia da feira da praça do Conjunto Polar, Sandoval faz frete com um carrinho de mão de construção civil. Transporta as compras para clientes. Na feira e nos fretes, em conversas com freguesas e verdureiros arranja bicos. Descarrega mercadorias de verdureiros, por R\$2,00 reais ou por uma ou duas sacolas de verdura; limpa quintais e procura multiplicar os fretes a R\$1,00. Há dois anos, quando saiu da casa de seu pai por atritos com sua madrasta e veio morar com a família de sua mãe, na Barra do Ceará, sem emprego, trabalhou de catador de lixo no depósito do seu "Abaica", depois de sua mãe repetidas vezes lhe dizer: "*vai catar lata*", quando Sandoval não trabalhava e ficava em casa diariamente, assistindo à televisão. Nessa conversa na feira e medindo as palavras para a entrevista, Sandoval dizia como começou a trabalhar com a coleta de lixo:

GLÓRIA - E ai como é que foi esse teu contato com esse dono de depósito? Como foi que tu foi trabalhar lá?

SANDOVAL - Ele mora lá perto de casa. Ai eu também num tava fazendo nada, ai a minha mãe, ela brigando que a gente tava em casa, ficava em casa só, sentado ai: *vai catá lata*. Ai, de tanto dela dizer isso eu fui.

GLÓRIA - Mas tu foi lá falou com ele, ele aceitou na hora, como foi?

SANDOVAL - Não, ele já me conhecia, já. Os filhos dele tudo me conhece. Ele mora perto de casa. Um dia eu morei, eu sai daqui, desse bairro aqui eu tinha seis ano pá morá, com meu pai. Ai depois passou nove ano eu

voltei a morá com a minha mãe. Então, antes deu morá com meu pai, todo mundo dessa rua aqui já me conhece e esse Abaica já é muito tempo já também esse coisa lá, essa sucata. Então antes deu ir pro meu pai, deixa eu ver, acho que uns cinco ano, sete ano, eu trabalhei com isso, catando.¹⁶

A facilidade de conseguir uma vaga nos depósitos de lixo indica a fragilidade do campo das relações dos catadores. Articulado ao desemprego em massa, nas periferias das cidades contemporâneas e funcionando em condições muito precárias de existência, o trabalho de catar o lixo constitui espaço provisório dos que, sem emprego, encontram nele um maneira momentânea de conseguir algum dinheiro para a comida. Sem emprego, os trabalhadores encontram na reciclagem um ponto para, de uma forma imediata, conseguir algum trocado. As condições de trabalho particularmente extenuantes, adversas e áridas, empurram os trabalhadores para a idéia de trabalho passageiro que só é suportável até que um outro trabalho surja.

Marcos Antônio, catador de lixo em carrinhos de carcaça de geladeira, conversando comigo sobre o trabalho de procurar resíduos para vender em depósitos, assinala o caráter temporário de como se dispõe o trabalho de reciclagem do lixo através dos carrinhos. Marcos Antônio Ferreira Barros tem 22 anos e é servente de pedreiro. Sem emprego, vai passando a vida catando lixo nas ruas da Barra do Ceará. Mora no Quintino Cunha e, com os carrinhos de geladeira reciclada, acumula lixo para revenda. Cansado de se movimentar da praia das Goiabeiras até o Conjunto Polar, concedeu-me entrevista depois que eu lhe ofereci um copo d'água e sugeri que ele aproveitasse a entrevista para descansar um pouco à sombra da marquise da minha casa. Sobre o trabalho

¹⁶Sandoval Nascimento Teixeira, 17 anos. **Catador de lixo e carregador de mercadorias em feiras.**
Entrevista concedida em 01/07/2003

de catar lixo, Marcos Antônio diz:

GLÓRIA – Faz tempo que tu trabalha catando lixo?

MARCUS – Tá com um mês.

GLÓRIA – Tá com um mês só? Por que tu está trabalhando catando lixo?

MARCUS – Por que eu tava trabalhando. Normalmente eu trabalho de servente. Só que não deu mais, saí. Ai não consegui outro emprego. Ai foi o jeito catá lata. Pegá um dinherim exta.

GLÓRIA – E tu acha que vai continuar trabalhando?

MARCUS – Inté num arranjar ôto emprego eu vô, né!? Agora quando eu arranjar ôto emprego, num vô mais não, vô pará.

GLÓRIA – Tu prefere trabalhar de servente?

MARCUS – Com certeza ganha mais. 70 reais por semana; não anda muito, não cansa muito. Isso aí cansa demais!¹⁷.

A fala de Marcos Antônio desenha o trabalho de catar lixo como um espaço de reserva para os trabalhadores de rua. Sem contar com muita oportunidade de emprego, a mão-de-obra não assalariada encontra no lixo uma forma de ganha-pão, trabalhando em uma economia onde a circulação de dinheiro é muito rala, quando o desemprego aperta os dias, a sobrevivência busca formas indesejadas de trabalho.

Todavia, para garantir esse mínimo, é necessário puxar muito carrinho, remexer muito lixo, caminhar muitos metros, vencer muitas distâncias, acumular muitos resíduos, lutar contra o sol. Para transformar o lixo em poucas cédulas, o trabalhador entra em uma busca que lhe toma muitas e cansativas horas de andanças na Cidade.

A fadiga acompanha os “puxadores” de carrinhos. Quantidades significativas de mercadorias são transportadas no

¹⁷ Marcos Antônio Ferreira Barros, 22 anos, **Catador de lixo**. Entrevista concedida em 01/07/2003.



Na foto, fragmentos do dia-a-dia de trabalhadores com carros reciclados de carcaça de geladeira. O peso que catadores de lixo devem transportar pode ser sentido pelo tamanho do carro em relação a Marcus.

Para se desviarem da fadiga diária, os catadores buscam outras formas de acumular moeda. Sandoval utiliza um carro menor. Nas feiras e terças-feiras, no conjunto Polar, ele constrói maneiras de produzir centavos sem transportar o peso dos carrinhos de lixo. O frete de mercadorias de fregueses da feira lhe parece um trabalho menos cansativo.

veículo de proporções pequenas e de pouca mobilidade, cujo desempenho depende mesmo da força humana. As entrevistas com trabalhadores de rua e comerciantes são pautadas por queixas de trabalho pesado. Sandoval, na conversa que mantive com ele, acentuava o cansaço do trabalho que o fez passar pouco tempo no trabalho com o lixo:

GLÓRIA - O que é que tu acha de trabalhar com o lixo?

SANDOVAL - Eu só trabalhava porque precisava mesmo, mas eu não achava legal. Intigamente eu tinha até vergonha porque eu tinha muitas amigas ai me visse passando com um carrinho daquele. Ai eu baixava a cabeça. Ai eu taria todo sujo, arranhado, rasgado assim na mão e, até por causa da nossa saúde, se a gente pega num coisa que a gente nem sabe o que é, ai prejudica a nossa saúde. Eu não achava legal.

GLÓRIA - Quanto tempo tu trabalhou com isso?

SANDOVAL - Muito tempo não, acho que só uns três, , só uns três meses, com isso.

GLÓRIA - Ai tu saiu porque ele fechou ou por que tu quis?

SANDOVAL - Não porque num tava mais gostando ai eu ... também por que eu tinha arranjado esse emprego de decoração. Ai eu saí de lá.

GLÓRIA - Ai quer dizer que tu trabalhava o dia todinho até seis horas?

SANDOVAL - Isso mesmo, de seis hora da manhã até seis hora da tarde eu trabalhava, carregando, buscando latinha, procurando.

GLÓRIA - Ai era dez reais por isso?

SANDOVAL - Era. Às vezes dava era menos, menos de dez reais.

GLÓRIA - Pegava muito lixo?

SANDOVAL - Pegava. Era tempo que eu peguei mais em lixo foi esse.

GLÓRIA - Quer dizer que tu achava pesado trabalhar com esse carrinho?

SANDOVAL - Achava.

GLÓRIA - Na volta, no final do dia?

SANDOVAL - No final do dia, morto com aquele, chei de coisa em cima, ferro. Era os meus braço já doendo e as minhas pernas, só pensando em chegá em casa pá dormir, pegá aquela cama. Quando eu tava com muita preguiça eu nem ia pro colégio. Preguiça não, cansado, né!? Depois de passar o dia todim trabalhando¹⁸.

Nas calçadas e portões de residências, catadores, homens, mulheres, crianças e adolescentes, descalços e com pouca roupa, entram em concorrência com os carros de coleta de lixo da Prefeitura, a fim de recolher o lixo “valioso” que enseja juntar poucas moedas. Para juntar as latas de refrigerantes de alumínio e o papel branco, os catadores saem nas terças, quintas, bem como na madrugada de sexta para sábado, no faro dos pacotes de lixo deixados por donas de casa para o caminhão de lixo recolher.

Para se desviar da concorrência, os catadores percorrem extenuantes distâncias em busca do “ouro branco” e do alumínio. Materiais de grande valor de troca são disputados intensamente por puxadores de carrinhos que trilham caminhos os mais variados a fim de acumular moedas. Fatigante, a busca de lixo demarca uma cartografia dos resíduos e da espoliação em Fortaleza e imprime no espaço urbano territórios de modos de vida tão fluidos e extenuantes quanto particulares. No espaço das grandes avenidas de Fortaleza, em contraste com o uso de automotores em alta velocidade, catadores de lixo desenham suas formas de vida. Em extenuante locomoção, eles demarcam imagens da Cidade.

Narrações cotidianas dos usuários de carrinhos acentuam percursos e caminhadas. Essas práticas diárias de viver a Cidade constituem uma cartografia marcada pela indicação de lugares articulados a experiências de trabalho. Michel de Certeau precisa bem esses movimentos que cinzelam o *espaço como um lugar praticado* nos quais as descrições orais de lugares costumam

¹⁸ Sandoval., *Catador de lixo e fretista*. Entrevista citada.

narrativas através de marcantes citações de lugares que mostram imagens de cidades ignoradas em mapas e planos diretores. Lembrando Merleau-Ponty, assinala que “a existência é espacial” tanto quanto “o espaço é existencial” e, nessa fenomenologia, fabricações, fazeres, feitura de espaços através de práticas do dia-a-dia são concretizados:

A organização reconhecível nos relatos de espaço da cultura cotidiana se acha portanto investida pelo trabalho que isolou um sistema de lugares geográficos. A diferença entre essas duas descrições não se deve evidentemente à presença ou à ausência da práticas (elas estão sempre atuando) mas no fato de os mapas, constituídos em lugares próprios para expor os produtos do saber, formarem os quadros de resultados legíveis. Os relatos de espaço exibem ao contrário as operações que permitem, num lugar obrigatório e não “próprio”, “triturá-lo” apesar de tudo. Como o diz uma moradora a propósito dos cômodos do seu apartamento: “a gente pode triturá-los”. Do conto popular às descrições de um apartamento, uma exacerbação do fazer (e portanto da enunciação) anima os relatos narrando percursos em lugares que têm como característica, do cosmo antigo ao BNH contemporâneo, ser as formas diversas de uma ordem imposta.¹⁹

No meio dessa animação urbana, Marcos Antônio fornece o desenho da Cidade a partir da procura por lixo:

GLÓRIA – Ai tu trabalha em algum depósito?

MARCUS – É esse depósito ai do Zum.

GLÓRIA – Do Zum? A onde é esse depósito?

¹⁹CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p.207

MARCUS – É bem ai ditrais da igreja ai do Nova Assunção ai.

GLÓRIA – Há! tem um depósito ali perto ali do hospital é?

MARCUS – Um, hum! por distrais.

GLÓRIA – Não conheço não. E o que é que tu tá achando de trabalhar catando lixo?

MARCUS – É eu num tô achando muito bom não, né!? Quê anda muito, né!?. Tem vês que eu saí saio cinco hora da tarde e volto no ôto dia quatro hora da manhã, de Sexta pá Sábado pu centro. Normalmente eu saí seis horas ai volto às doze horas, onze e meia. Ai essa hora eu vô pra casa agora.

GLÓRIA – E tu vai até o centro!?

MARCUS – Vô até depois do mercado...São Sebastião, Praça do Ferreira. De noite, ai volto quatro hora da manhã.

GLÓRIA – Vai a pé andado à pé, é?

MARCUS – É, vô a pé e volta a pé, empurrando o carrinho.

GLÓRIA – Mas em que ruas, por esse bairro aqui tu anda?

MARCUS – Eu aqui ando esse bairro aqui todim vô lá pra Goiabeira, ai ando na Goiabeira todim, ai agora que eu vô voltando.

GLÓRIA – Então tu já andou foi muito hoje?

MARCUS – É chega eu tô cansado. Vô pra casa descansar.

GLÓRIA – Tu mora aonde?

MARCUS – Moro lá no Quintino Cunha²⁰.

Os territórios dessa cidade de catadores multiplicam-se à medida que se observa o movimento de pessoas mexendo em lixo nas avenidas. Na Barra do Ceará, Sandoval, quando trabalhava de catador, não conhecendo bastante a Barra do Ceará, transitava pela Coronel Carvalho em busca de lixo. Indo e vindo entre as lixeiras, construía o espaço de sua sobrevivência. Marcos Antônio transita pelo Quintino Cunha, vai até as Goibeiras e passa pelo Conjunto Polar, perseguindo o lixo “valioso” e fugindo da

²⁰Marcus. *Catador de lixo*. Entrevista citada

concorrência. Nesse ritmo, os catadores cruzam mais de vinte e dois quilômetros para produzir uma média de dez reais em negociações com o lixo. Percorrendo as grandes avenidas da Cidade, imprimem na globalizada Fortaleza a fome, a escassez e a necessidade de locomover-se entre detritos e restos para sobreviver.

Da construção de territórios fluidos e dissonantes das modernas formas de viver na Fortaleza contemporânea emergem tensões. O ritmo dos pesados carrinhos puxados à mão por catadores, nas avenidas da Cidade, não raro ocasiona acidentes e atritos com motoristas de veículos automotores; suscitam formas de convivência específicas do final do século XX e deixam visível a forma complexa como a trama da reciclagem de lixo insere-se na cidade.²¹

Com dificuldades é que essas formas heterogêneas de se locomover, situar-se no espaço das avenidas, estão presentes em Fortaleza. Acidentes, confusões e concorrência por espaços efêmeros, caracterizam o curso dos dias, à medida que trabalhadores delimitam, nas ruas, os lugares do encontro de lixo de maior valor de venda e o espaço de locomoção.

* * *

Nas paradas de ônibus, nos finais das linhas, nas portas das escolas, na praia, nas calçadas, nas praças, portas de clubes, por todo lugar, os vendedores ambulantes locomovem seus carrinhos

²¹Sobre a construção dos espaços da população pobre em Fortaleza, ver BARBOSA, Marta E. J. *Cidade na contramão. Fortaleza nas primeiras décadas do século XX*. São Paulo. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1996, p 100-104 e *Entre palha e jardins. Fortaleza nas primeiras década do século XX* In: FENELON, Déa(Org) *Cidades. Pesquisa em História. Programas de Pós-graduação em História PUC/SP Série—Pesquisa em História*. São Paulo: Olho d'água, 1999, p.160-161. Ver também ARAGÃO, Liduina G. T. *As trilhas da cidade pelas memórias dos trabalhadores do lixo de Fortaleza*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Ceará. 2002, p. 110-133

com mercadorias.

No final de semana, há uma frenética corrida para a praia. Em busca de vendas e do consumidor, os vendedores ambulantes com seus carrinhos cheios de mercadorias deslocam-se para as proximidades do mar e do rio a fim de aproveitar a oportunidade de vender mais. Na semana, no período da manhã, passam de casa em casa vendendo peixe, verdura, catando lixo. Vendem bolos, tapiocas e cafés para os que saem muito cedo de casa. No período da tarde, vendem milho assado, salgadinhos e refrigerantes, bebidas, *sandwichs*. Nas feiras e locais de movimento transitam vendendo "din-dins", água e bombons.

As calçadas e ruas próximas ao mar ficam cheias de carrinhos que vendem água de coco, água em saquinhos por dez centavos, milho, sirigüela em sacos de tarrafa vermelha ou amarela, pitomba, cajarana, bombons, bronzeadores, cigarro, cachaça, cafezinho, cajá, vale-transporte.

O carrinho de geladeira reciclada e reutilizada com finalidade bem diferente da sua original produção está imbricado à comercialização ambulante. Os pontos desses vendedores confundem-se com os próprios carrinhos e os ambulantes podem ser identificados através da imagem dos seus veículos. Estes servem não só como transporte, mas também como espécie de "banca" que pode se locomover, ao mesmo tempo em que acomoda o vendedor e a mercadoria, em um determinado local.

Todo o trabalho de movimentação do veículo recai sobre o vendedor, que deve empurrá-lo ou puxá-lo em uma ação extenuante; a produção e aquisição do carrinho não é tão acessível a todos os que operam na economia do um real; o estacionamento da "banca-veículo" requer negociações com vendedores, proprietários e formulações de contratos verbais. A inserção do vendedor ambulante em um determinado local de venda requer contatos, conversas, amizades, permissões e até mesmo negociações com espaços públicos.

Na rua, o uso de carrinhos comporta histórias de vidas cujo

desmante de condições de trabalho no sertão ou em pequenas municípios do litoral do Ceará conduz a condições de trabalho não menos intoleráveis na Cidade. A rede de reciclagem e coleta de lixo envolve um dos aspectos irrazoáveis do negócio de rua, bem como do processo de urbanização matizado por migrações, nas metrópoles brasileiras. A chegada de migrantes a Fortaleza aprofunda a falta de oportunidade de emprego, conduzindo trabalhadores para setores "degradados" da economia. Fugindo da míngua do sertão, muitas famílias encontram-se com uma Fortaleza cheia de mandos e escassa de condições básicas de vida. Nessa cidade periférica da falta de tudo, é no lixo que alguns encontram formas de sobrevivência. É no espaço da degradação que compõem quadros de vida.

Centenas de pessoas dependentes da coleta e reciclagem de lixo constroem suas vidas entre montanhas de resíduos. Casas de papelão enchem-se de restos de móveis, roupas, brinquedos, talheres, panelas e aparelhos eletrônicos em um modo de vida residual, onde circulam sonhos, felicidades, brincadeiras, ratos, lutas, rancores, dores, doenças, frustrações, projetos, satisfações, moedas e sobrevivências. Fazendo os carrinhos circular, os catadores de lixo urdem a vida, na rede da economia "do um real".

Território privado no espaço público, o ponto de parada dos carrinhos é disputado entre vendedores. Na praia, a disputa se acirra, movida, pela percepção dos lugares onde passam mais fregueses, onde há menos vendedores e de onde se pode fugir do sol, ou ainda onde esses espaços se constituem através de elos de amigadas trocas de necessidades.

A inserção do vendedor que movimenta mercadorias em carrinhos dá-se no diálogo com essas tensões através do qual se elaboram sensibilidades e situações para se perceber o momento e a forma de situar-se entre tantos outros vendedores e ocasionar oportunidades de vendas.

A multiplicidade de formas dessa inserção é variável tanto quanto a maneira como cada vendedor percebe o meio, a

concorrência e a sua própria subjetividade ao se confrontar com as disputas de espaços interessantes para a venda.

A inserção ocorre através da família, de coleguismos, de negociações matreiras, conversas despojadas ou sorrateiras, aluguéis de lugares, negociações de pontos ou no se chegar ao lugar de forma atrevida. Um conhecido que indica boa localidade; um parente que sugere um espaço de boas vendas. Aumento de concorrência que realocaliza vendedores; Busca de maior vendagem que impulsiona a lugares de menor concorrência; dispor o carrinho na frente da própria casa, pois, afinal, qualquer calçada onde haja movimento de pessoas, é um bom estabelecimento.

Esses territórios de venda aparecem na paisagem social da Barra do Ceará por vezes de forma concentrada e, por outras, mais fragmentados. Ao longo da avenida Mozart Lucena, na porta de residências, localizam-se, à tarde, pessoas em cadeiras de balanço ao lado do carrinho com uma caldeira, um botijão de gás e milho. Por todo o dia, vendedores de ervas e verduras podem ser avistados nos seus carrinhos de negociação. Na praça do Conjunto Polar, junto aos que fazem caminhadas, a tarde ou de manhã cedo, estão os carrinhos vendendo batata frita, cachorro-quente, pastel, churrasquinho no espeto e café com tapioca. As tapiocas também são negociadas na avenida Coronel Carvalho, onde se localiza “a tapioca da Barra”. Ponto de referência para os que transitam pela Barra do Ceará e restaurante que simboliza a maneira como se pode crescer negociando na rua, haja vista esse ponto de comércio de almoço e jantar ter se construído a partir da pequena negociação de tapiocas e cafezinhos.

Nenhum desses tipos de vendas em carrinhos guarda uma exata relação com o espaço. Não existe uma demarcação rígida de território na qual possamos identificar áreas com o tipo de mercadorias negociadas nos carrinhos. Todavia, um critério visível é a tática de ir onde o freguês está. Mesmo tendo uma estação de parada, esta é “temporária”. Locomove-se segundo o *feeling* do vendedor, que se dinamiza seguindo um faro que se deixa atrair

por fregueses, ou construindo táticas instigadas pela necessidade de aumento de venda, de lazer, de condições de trabalho e descanso.

Nesse ritmo, um território interessante entre vendedores na Barra do Ceará localiza-se, debaixo da ponte rio Ceará, do lado de Fortaleza. Lá se aglomeram vendedores, taxistas, vigias, pescadores, banhistas, mulheres vendendo artesanatos, mulheres comprando *kits*-bronzeadores, homens fumando e tomando café, crianças chupando “din-din”, motoqueiros, “mobiletes”, usuários de “topics”.

A “sombra” que a ponte seduz a muitos. O espaço debaixo da ponte simboliza uma espécie de oásis para vendedores e transeuntes. Em razão desse alto interesse pelo lugar da sombra, debaixo da ponte sobre o rio Ceará, disputas por espaço se estabelecem de formas diversas.

Um jeito de arranjar-se, nessas circunstâncias de necessidade de trabalho e disputa espacial, é a negociação de espaços públicos. Debaixo da ponte sobre o rio Ceará, seu Raimundo traz para a entrevista a pauta da conquista do espaço para manter-se no comércio de rua:

RAIMUNDO – Bem o movimento aqui só começa só começa depois das oito né? Mas tem que tá aqui das seis hora da manhã, pra exatamente por causa da concorrência. Por que você chegá aqui e tiver ôta pessoa, é meu êche local, eu dei cem real pá trabaiá aqui
GLÓRIA – Ah, o senhor comprou?

RAIMUNDO – Ai de repente se eu chegar e tiver ôta pessoa eu num posso nem mandar sair, né!? Que o caro vai dizer ora a praia é li, né!? Pois é. Aí por causo disso, eu tenho que chegar cada dia mais cedo.

GLÓRIA – E como foi que o senhor comprou esse local?
Como foi?

RAIMUNDO – É por tinha um cidadão que trabalhava aqui, ai ele disistiu de não, não, ai, ai eu fui obrigado a comprar pra butá o carro aqui.

GLÓRIA – Mas assim, o senhor não tá dizendo que, se o senhor chegar tarde aqui, pegam e vão dizer que é livre, e por que o senhor não pegou?

RAIMUNDO – Mesmo eu tendo, mesmo eu tendo comprado, se eu for contar que eu comprei isso aqui, não vai acreditar, eu acho que você num tá acreditando. Mas é, dei cem reais por isso aqui. Só que tinha uma caixa de isopor, aquele bicho que tem recheado dentro e aquele ropozim do bombom e essa mesinha aqui, oh, esse cinco objeto ai e o local. Dei cem real.

GLÓRIA – Mas sem o título de propriedade,

RAIMUNDO - Mas sem o título de propriedade, né!? Que se hoje mermo, a prefeitura dicher: oh, não quero nada aqui, eu sô obrigado a sair. Quer dizer que quem ganhou foi ele que butô cem real no bolso.

GLÓRIA – É esperto né, ele?

RAIMUNDO – AH, ah. É irmão dessa senhora que vendeu o cigarro pro rapaz.

GLÓRIA – Dona Elda.

RAIMUNDO – Dona Elda, é! Pois é!

GLÓRIA – E esse pessoal aqui todinho comprou o local?

RAIMUNDO – Não, não. Aqui ninguém comprou, só eu. Ele já tinha comprado da dona. Ele já tinha comprado o local, por isso que ele vendeu?

GLÓRIA – E foi bom para o senhor comprar?

RAIMUNDO – Foi. Na semana a gente vende as coisa aqui. Na semana tudo que você butá aqui você vende, não vende muito, mas de tudo um pouco, na semana por que tem pouco vendedor na praia Certo!?. Agora hoje como você tá rendo ai, a freguesia tá fraca²²

A guerra de lugares colocada no texto de seu Raimundo traz para a cena das negociações, através do carrinho de geladeira, a centralidade da questão espacial na constituição de formas de vida, para os que negociam na Praia da Barra do Ceará. A constituição dessas experiências acontece em decorrência da especificidade da construção do lugar “Ponte sobre o rio Ceará”. Este dispõe novos elementos que transformam as expectativas no

²²Seu Raimundo. *Vendedor que utiliza Carrinhos de Geladeira*. Entrevista citada.

que toca às oportunidades de negociações.

Para manter-se à sombra sobre o rio Ceará, seu Raimundo negocia com um proprietário de carrinho que vendia ali. Os ardis utilizados no negócio são compra de carinho com mercadorias e, segundo seu Raimundo, a compra do próprio lugar. Tirando partido da suposta compra do espaço público, seu Raimundo permanece no local, superpondo táticas de afirmação socio-espacial.

Confrontando-se com a concorrência, todavia, sem querer abrir mão da "sombra", dos fregueses e do lugar, seu Raimundo constrói a tática de negociar o espaço, de ocupá-lo de uma forma flexível, mas adicional. Possuindo um carrinho, o qual movimenta na avenida Radialista José Lima Verde entre o ponto do Kassamba Motel e a ponte, seu Francisco foge dos vendedores, das concorrências e atrás dos consumidores. Atento à movimentação, busca oportunidades de ampliar o seu frágil negócio. Como a disputa do lugar que entende como interessante para venda é acirrada, o artifício de negociar o lugar é, para ele, de interesse.

Essa formação de lugares sociais efêmeros assemelha-se à polissemia que Antônio A. Arantes²³ problematiza a partir de experiências de deslocamentos na cidade de São Paulo, precisamente na praça da Sé. Temporais, flexíveis, efêmeros e híbridos, superpõem-se, entrecruzam-se de modo complexo em zona simbólicas. Mais do que territórios rigorosamente delimitados, estes "contextos" ou "ambientes" podem ser entendidos como zonas de contato, onde se entrecruzam moralidades contraditórias.

Em contrapartida, vendedores movimentando-se na "sombra" da ponte do rio Ceará, não deixam de perceber oportunidades da venda de lugares que, dos seus golpes de vistas, podem ser negociados. A tática de negociação de espaços público é uma artimanha de João Grilo²⁴, negociadores que entalham no real, as oportunidades a partir de circunstâncias minguadas; de quem tem

²³ARANTES, Antônio. *A guerra dos lugares*. Revista do IPHAN. Brasília, Nº23, 1996, p.191-192.

²⁴SUASSUNA, Ariano. *O Auto da compadecida*. 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997, p.134. e LIMA, João F. *Proezas de João Grilo*, S/D, p.1-2.

vasta experiência de venda e compra, de negociações cotidianas entre o povo. Desvio da ordem estabelecida, as artimanhas denotam espaços da possibilidade de reverter uma situação desfavorável em causa própria. São invenções as quais modificam a forma social cotidiana e em um espaço de tempo efêmero abre frestas em uma realidade escassa de oportunidades.

Nas narrativas populares João Grilo é o nordestino mais cheio de artimanhas. Seu cotidiano é marcado por proezas, cenas que admiram a todos e põem as mais ilustres personalidades em cilada. Grande negociante, só se interessa em tirar vantagens. A todo tempo cria "artes" para pequenas alegrias, levando todos a "pagode". É padre, é vaqueiro, é comerciante português, é professor, rei e ladrão. Todos caem nas artimanhas do Grilo mais inteligente da terra.

Pequeno, magro e sambudo, nasceu antes do dia e morreu depois da hora pelas "artes" que fazia. Beiçudo, de pernas finas, dá notícia de tudo passando quinau em mestres e professores. Negocia mercadorias inventadas por ele mesmo, aproveitando-se dos desejos das gentes nordestinas. De engenho popular, vende gaita que faz ressuscitar, testamento e enterro de cachorra, gato que descome dinheiro.²⁵

Dona Elda, conhecedora das artes gazeteiras, astuta está sempre atenta a formas de capitalizar recursos sociais disponíveis. Aluga o seu ponto de venda, conquistado quando da construção da ponte sobre o rio Ceará²⁶. Seu irmão é o inquilino. Este vende o espaço do calçadão para seu Raimundo, desfazendo-se do prejuízo. Enquanto isso, dona Elda continua vendendo seu kit-bronzeador nas sombras da ponte e interagindo nas vendas dos muitos vendedores que ali negociam. Embora tendo vendido seu espaço, Dona Elda permanece vendendo ali. De maneira sorrateira, afirma-se no lugar. Enfrentando os "falatórios" — armas

²⁵SUASSUNA, Ariano. *O Auto da compadecida*. 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997, p.94.

²⁶Dona Elda e seu Raimundo Entrevistas citadas. Observação participante.



Imagens debaixo da ponte sobre o rio Ceará. Território de vendas e negociações. No flash, a demarcação da área de sombra indica como esses territórios são construídos por vendedores. Lugar de passagem de muitos frequentadores, como está enfatizado na foto, atrai vendedores. O foco nos carrinhos de geladeira aponta para a forma como este está envolvido nas negociações na praia da Barra do Ceará.

Seu Raimundo e sua companheira surgem nessa imagem como vendedores que não deixam escapar as oportunidades de venda, negociando bombons, pipoca, cachaça e kits-bronzeadores.

eficazes na formulação da guerra de lugares — firma-se, no embate, com outras artimanhas.

A compra e venda de locais públicos em Fortaleza entrou no cotidiano dos que fazem parte das aglomerações da Cidade. Em jogos de futebol, em *shows* musicais, nos hospitais e ambulatórios o aluguel de lugares na fila, ao custo de CR\$ 5,00, é uma negociata muito comum entre os que não podem prescindir de oportunidades de construir a vida seja na compra de bilhetes para eventos esportivos, na marcação de consultas, na retirada de documentações, nas inscrições em concursos, na compra de casa própria.

Faceta da urbanidade de Fortaleza, a negociação de espaços públicos expõe uma das questões mais polêmicas da constituição da cidade. Aspecto que traduz essa dinâmica é o dos mutirões e apossamento de espaços urbanos; construções habitacionais desordenadas, as quais criam espaços de negociações, aluguéis e transações mobiliárias entre os estratos populares da população.

A formação de favelas em Fortaleza guarda a dimensão da posse informal dos lotes urbanos. Nesse sentido, a socióloga Irllys Barreira reflete sobre a instalação de “edificações” alternativas na periferia da Cidade²⁷. Estudando as favelas do Zé Bastos, do Pirambu e do Jardim Esperança, a pesquisadora destaca a velocidade como os espaços são apossados. Na favela José Bastos, no final da década de 1970, em duas semanas, dois mil casebres foram erguidos nas proximidades do centro da Cidade. A velocidade indica a gravidade do problema da ocupação do solo urbano, tanto quanto da moradia. Por outro lado, denota as tramóias da população para intervir em uma realidade pouco favorável.

Sem se enquadrar nas formas modernas de propriedade, a população pobre se apossa de espaços e assim constrói formas de viabilizar a moradia em uma cidade sem políticas de habitação,

²⁷BARREIRA, Irllys A.F. **O Reverso das vitrines: conflitos urbanos e cultura política**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed, 1992, p. 71-73.

onde o espaço é construído para turistas e especuladores do alto escalão imobiliário. Nessa dinâmica, multiplicam-se formas da prática do espaço na periferia da cidade que se fragmentam em lutas por sobrevivência, manifestadas em mutirões ou no aluguel de pontos de carrinhos de carcaças de geladeira.

Na trama de negociações com carrinhos de geladeira, quem possui carrinhos e está negociando em um ponto fixo opera em *status* diferenciado. Em 2000, as intervenções urbanas na Barra do Ceará impeliram muitos vendedores, movidos por essa valorização do espaço, a se apossarem de estreitas faixas do calçadão das margens do rio Ceará, do lado de Fortaleza. Tais espaços eram identificados como oportunidade de multiplicação de vendas. José Linhares de Holanda, vendedor que negocia em carrinhos, nas proximidades da ponte sobre o rio Ceará, embaixo de uma árvore, na avenida Radialista José Lima, quase em frente ao Kassamba Motel, falava-me sobre essa dinâmica de construção de possibilidades de negociações articuladas a posse do espaço público, na Barra do Ceará:

GLÓRIA - É! vem cá e esse calçadão aqui, ele foi construído na época da ponte também?

JOÃO - Não, depois.

GLÓRIA -Foi depois...

JOÃO-Eu acho que ta com dois ano só. Eche calçadão da ponte, foi depois.

GLÓRIA - Foi em 2000 né!? Tenho impressão que foi em 2000 na época das eleições

JOÃO - Foi parece que foi.

GLÓRIA - E tinha, tinha alguns barracos né!? Por aqui, nessa avendiada aqui? Que foram retirados.

JOÃO - Era aqui.

GLÓRIA - Era aqui?

JOÃO - Oh, aqui. Quem primero quem fez aqui foi eu. A negada crescerum com os oi. Creceram com os oi virum. Aí fórum falar. Aí tinha uma baraquinha em cima da calçada, debaxo da ponte, quando passo a ponte, aí a

justificativa na falta de emprego e condições de trabalho de uma população numerosa que acha alternativas no imediato das suas experiências de vendas.

Por outro lado, a emergência de novos territórios de venda em Fortaleza, como a praia da Barra do Ceará, está articulada à dinâmica de ocupação dos territórios centrais da Cidade. A ocupação das praças e ruas do centro da Cidade, tradicionalmente espaços do conflito entre a fiscalização municipal e os camelôs, no final do século XX, atinge altos e tensos níveis demográficos. Estes empurram os vendedores ambulantes para diversas áreas da Cidade. Fugindo da concorrência das grandes lojas comerciais, da pressão das associações de logistas e da fiscalização, comerciantes de rua buscam territórios em que a ausência de fiscalização permita o aumento de vendas. Seu Francisco, vendedor de ovos de codorna na Barra do Ceará e artesão que vende seu produto no centro da Cidade, me coloca:

FRANCISCO – Então naquela época era bom. Eu vendia, tinha uma freguesia boa. Depois foi caindo, apareceu esse negócio de 1,99, 0,99 centavo. Aí foi arruinado, aí eu achei melhor pará. Hoje eu faço ainda, eu trabalho, eu. Por exemplo, carnaval. Carnaval eu to em casa, eu to com bastante mercadoria que to fazendo, eu tenho uma venda boa de carnaval, aí, muita mercadoria, muita mercadoria porque eu vendo eu tenho um, eu tenho um ponto lá no centro que eu vendo bem, aí eu trabalho, por exemplo, carnaval, São João, aí eu passo. O carnaval agora eu to trabalhando direto. Trabalho aqui nas praia, mas em casa é, na semana é fazendo colar avaiano, colar, aquele colar, colar de lantejola. Brinco de pena. Mandei fazer fantasia. Então eu faço essas coisa

GLÓRIA – Quer dizer que o senhor tem um ponto no centro?

FRANCISCO – Tenho!

GLÓRIA – Aonde é?

FRANCISCO – Meu ponto é na rua Senador Pompeu com Liberato Barroso, em frente à loja Carrosel. Vinte ano que eu tenho esse ponto lá

GLÓRIA – Mas é uma banquinha?

FRANCISCO – É uma banca, é. É banca cadastrada, é simple, é, eu sou. Ai tem o meu ponto, tem tudo ai, cadastrado pela Prefeitura ai renova de seis em seis mese, ela ta até atrasada, tem que renovar agora, ai você vai renova de seis em sei mese. E eu tenho esse ponto lá.

GLÓRIA – Ai o senhor vende o quê, no ponto?

FRANCISCO – Miudeza?

GLÓRIA – Só miudeza?

FRANCISCO – É só pode aqui, por exempro, aqui é (mostra a carteira) ramo: miudeza, ai você só pode vender miudeza que a miudeza é todo tipo de bijoteria, coisa que seja miudeza. Se você vender, por exempro, se você quiser buta bijoteria, ai butá óculos, butá linha, butá pente, butá essas coisa toda ai você pode, tudo é miudeza. Não posso butá é ota coisa.

GLÓRIA – Num pode butá eletrônicos?

FRANCISCO – Não, não, não? Num pode.

GLÓRIA – Ali tem é muita loja de bijouteria, né!?

FRANCISCO – É Justamente, é Justamente foi isso, isso foi quem me fez desistir, ditamente do centro foi isso por causa que começaram a botá as loja de bijuteria uma em cima da ota, assim, uma briga medonha. Aí a mercadoria que você vendia, você comprava nas loja pa revender. Hoje em dia não, a loja mermo tem um ponto e la vende o preço que ela vendia de revenda. Se ela vendia uma mercadoria por 0,70 centavos pá ser repassada por 1,00 real, hoje ela num lhe vende por 0,70, ela mermo vende por 0,70 centavo. Ai então você num vai competir com aaa. Num dá. Ai foi isso que fez eu parar e deixa pa lá.

GLÓRIA – E quanto é que o senhor paga pra Prefeitura?

FRANCISCO – Prefeitura é uma taxa de, de, de vai conforme, vai subindo, entende? Você recebe um papel é ICMS, uma coisa assim. A última vez que eu paguei agora foi R\$3,15. Agora acho que vai ser uns, houve esse aumento ai, uns quatro real por ai assim, de seis em seis mese

GLÓRIA – De três ou seis?

FRANCISCO – De seis em seis.

GLÓRIA – De seis em seis meses.

FRANCISCO – Isso! Renova de seis em seis mese.³⁰

O rigor da fiscalização das áreas centrais de comercialização é presente na minuciosa demarcação das áreas de venda permitida e no controle das ações dos comerciantes. Seu Francisco continua sua narrativa, detalhando os elementos que constituem a trama da fiscalização do comércio, no centro de Fortaleza, no final do século XX:

GLÓRIA – Tem problema de fiscalização, lá? Como é que, como é que é feita a fiscalização, por que ali é muita gente, né!? Muita gente, como é que eles conseguem diferenciar uns dos outros. Quando chega a fiscalização, ai mostra logo a carteira, como é, com é que é?

FRANCISCO – Porque é o seguinte. O vendedor cadastrado, ele é obrigado a usar uma bata, tem uma bata. Tem a bata amarela da, da Associação, associação dos vendedores ambulante e tem os ponto certo e cada ponto é, por exemplo, tem a medição que você não pode passá daquela medida. Você tem sempre que tá com a bata, mermo que você num teja com o cadasto no bolso, mas teja sempre com a bata, andar com a bata. E tem o ambulante que não é cadastrado que esse é ele conhecido pelo fiscal que é o intinerário que pode andar, certo? Esse não pode pará quando é que o fiscal prende a mercadoria. Só pode vender andando, todo tempo: pá lá. Pá cá, pá e pra cá. E ele identifica o ambulante cadastrado e também por causa da bata.

GLÓRIA – Mas a gente vê pouca gente usando essas batas, né!? No centro.

FRANCISCO – Não usa, todas é obrigado usar. por exemplo se você não usar a bata, tem muta, se você passar do limite da banca tem muta, você, tudo você paga as mutas da, da prefeitura certo?

GLÓRIA – Limite que tu fala, assim, do espaço, né!?

³⁰Francisco. **Vendedor de ovos de codorna.** Entrevista citada.

FRANCISCO – Limite do espaço, é! É um e vinte de frente e quarenta e oito de, de fundo. E a altura, a altura não pode passar de 1,50m, tem de ser de 1,50m pra baixo. Então tem aquele, tem o limite de espaço.

GLÓRIA – Todo controlado.

FRANCISCO – Todo controlado, é.

GLÓRIA – E tem muita fiscalização, no centro?

FRANCISCO – Existe a fiscalização do Serviço Urbano, né!? Tem os fiscais, existe toda a, tem equipes, tem equipe, por exemplo, tem equipe da Barão, tem equipe da Liberato, tem equipe da Guilherme Rocha, tem equipe da 24 de maio. Em toda rua tem uma equipe de cinco, seis fiscais.

GLÓRIA – E todo dia eles passam? Essa fiscalização?

FRANCISCO – Todo dia, todo dia, diariamente.

GLÓRIA – E dá é muita confusão, né!?

FRANCISCO – Rapaz agora, agora não, agora eles estão mais, estão mais humanitário, certo? Trabalhei desde a época que num tinha problema de cadastrar, desde o rapa brabo. Aquele que você corria, ele corria atrás, você entrava dentro da loja, ele tomava a sua mercadoria, Naquela época na moda de tamanco, eu vindia tamanco. Cansei de correr com a banca de tamanco e os home correndo atrás, pegava e levava mermo, certo!? Tinha aquela, na época do, do Rapa brabo. E depois que inventaram esse negócio da fiscalização, que cadastraram. No começo...era muito persiguido, certo!? Era muito pisiguido mermo. Eu...eu fui uma das pessoas que eu trabalhei com banca na cintura com pau em baixo. Ele chegava, num queria o pau em baixo e tacava o pé. A mercadoria caia no chão. Era muito persiguido mermo. No mei do sol não podia butá sombrinha, não podia butá nada, não podia butá nem um pedaço de papelão na cabeça, nessa época. Agora não, agora tá uma coisa mais, mais *ligth*, num sabe, mais manero, mais. Num tem mais, mais essa pissiguição toda não. É mais é, é mais na base do diálogo. Ele chega, se você tá, fora do esquema, ele lhe multa, bota você pa Prefeitura, pa você pagá uma muta. Uma coisa mais, mais *ligth*, é mais. Mas já foi brabo já, muto brabo mermo.

GLÓRIA – E por que tu acha isso? Essa mudança do mais brabo pro mais *ligth*?

FRANCISCO – Eu acho que o seguinte: ele se conscientizaram. Acho que eles tinham vontade de acabar. Num pode, você é uma pessoa que, tem um estudo, assim mais, que é mais andado. Sabe que nas maiores capitais do, do, do mundo existe camelô né!? Ai, assim, se na quinta avenida, nooo, na

GLÓRIA – Nova York

FRANCISCO – Novi York tem ambulante então num pode acabá. Então era o que eles quiria. Você vai em São Paulo, chega na rua Augusta, tem ambulante ou ali em Belo Horizonte na, naquela perto do, ali no perto do Terminal. Em todo canto tem, então em todo canto tem, então não acaba. E acho que o poblema deles era acabá. Então eles tinha aqueles confronto. Acho que eles se, sei lá. A gente sabia que eles eram mandado, né!? Mesmo assim, eles abusavam. Eles achavam que era maioral, que era dono do mundo. Era uma coisa assim, logo quando foi criado. Mas acho que depois eles fórum, acho que entraro pra curso, essas coisa. Era uns cara mais brabo, nessa época, uns cara que num sabiam lutá com, com as pessoa, certo!? Chegava na base da ignorança, todo. Hoje não, acho que houve curso pá eles. Deve ter havido alguma coisa, porque eu sei que, tá mais humano, tão mais humano eles.³¹

Violenta e vigorosa , a fiscalização dos espaços urbanos em Fortaleza transforma-se à proporção que o aumento de camelôs no centro se potencializa; à medida que o trabalho informal cresce na Cidade e o espaço de comercialização é forçado a se redimensionar, uma vez que contingentes elevados de trabalhadores encontram aí o *locus* de sua sobrevivência.

No final do século XX, se por um lado a noção de cidadania e direitos humanos cresce entre trabalhadores e faz seu Francisco perceber alguma mudança no trato com os fiscais, por outro, o controle das áreas torna-se mais efetivo; indício da manutenção do controle das áreas centrais por logistas e pela Prefeitura é a migração de vendedores ambulantes do centro para áreas de

³¹ Seu Francisco. *Vendedor de ovos de codorna*. Entrevista citada.

periferia; áreas de fluxo de renda menor e que já enfrenta concorrência, mas onde a fiscalização ainda não chegou.

Em sua pesquisa Martine Kunz percebe essa euforia no centro da cidade. Essas tensões do cotidiano do trabalhador de Fortaleza são realçadas para demonstrar a vitalidade dos modos de ganhar a vida dos camelôs:

Parente próximo do vaqueiro, o camelô demonstra a sua audácia e tenacidade que o levam à insubmissão. Enxotado do “beco Cheiroso” aliás, 24 de maio, ele reaparece no “beco da Poeira” nas caladas da noite, expulso da “feira dos malandros”, ele volta a invadir a Praça José de Alencar... é uma pequena guerrilha incessante e extenuante entre camelôs e “rapas”³²

Para se desviar da fiscalização, os vendedores ambulantes criam formas de lidar com a “ignorância” dos fiscais e os limites por eles impostos nas atividades de comércio de rua. Os vendedores criam artimanhas, “tocos”, “agrados” para transformar o rigoroso controle em formas mais *lights* de afirmação nos espaços de construção da sobrevivência:

GLÓRIA – É e o senhor perdeu muita mercadoria com isso?

FRANCISCO – Na época das coisa braba mermo, qu’eu tinha, tinha o negócio do toco, essas coisa, você caia com o toco, você tinha aquelas pessoa que, que tava sempre com você ali, já lhe conhecia e tudo. Ai você, por exemplo, o cara chegava, o cara dava uma, um agrado e tudo. Então ele mermo, quando eles vinham na, que eles vinham na ronda, ai vinham aqueles que jááá, tava no esquema ali. Ai vinha avisando, ai você já saia. Eu nunca perdi mercadoria, não. Eu perdi mercadoria numa época,

³²KUNZ, Martine. Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs. *O Povo*, Fortaleza, 23 set. 1990. *Caderno Ensaio*, p 6b.

no, no, no Sete de Setembro. Eu botei uma bandeira, uma fita, coisa de Sete de Setembro e eles prenderam, aí pegaram a mercadoria aí: rapaz você num pode fazer isso não, que isso aqui é uma coisa da Pátria, isso aqui só quem pode levar é o Exército. Eu digo: rapaz isso aqui é verde-amarelo é cor do Brasil, é fita do Brasil. E eles ficaram naquela e eles não acreditaram, não sabem!? Ai eu chamei um primo meu que é advogado, aí: rapaz vamo lá, na....no quartel general do Exército. Aí

o Comandante foi e deu uma ordem pa solta em menos de 24 hora. Pá soltá a mercadoria que num podia prender mermo não. E eu cheguei e disse: rapaz eu num disse a você que num pode prender a mercadoria.

É mercadoria do Brasil, rapaz, da Pátria, num pode. Só quem pode pega essa mercadoria é o Exército. E ele disse, ficou assim, achando graça, até ele mermo se invocou, porque ele disse: poxa cara, eu num sabia disso não. E me devolveram a mercadoria. Foi a única ...

GLÓRIA – E o que é esse negócio o tocos? Que o senhor fala?

FRANCISCO – O que? Toco?

GLÓRIA – Toco que o senhor falou.

FRANCISCO – Toco é ponta, é dá um dinheiro. É o toco falado, né!? Você dá uma ponta pra um. Naquela época você dava. Escolhia, assim, por exemplo, aquelas cara mais legal e tudo, aí no final de semana ia prum bar, bebia uma cerveja, umas coisas, aí dava ali uma pontinha a um, uma pontinha a outro. Ai pronto eles ficavam naqueles esquema, aí num levava a mercadoria.³³

As artimanhas da narrativa são operações taticamente construídas que toma forma a proporção que experiências do narrador articulam-se as suas aspirações, desejos e expectativas realizadas na fala. Ao relembrar vivências, o narrador cria procurando coerência entre o passado e possibilidades do cotidiano presente. O imaginário dos narradores vai constituindo sentidos para o passado, a medida que entram em sintonia com os

³³Francisco. Vendedor de tira-gosto. Entrevista citada.

pressupostos de quem está narrando.

Nas narrativas de vendedores, contar "vantagens" é uma recorrência. Assim, sempre "saem por cima" mesmo em condições desfavoráveis. O controle da fiscalização, os embates com o "Rapa", as confusões com clientes transformam-se em histórias que (re)contadas inúmeras vezes realizam os vendedores nos atos de pequenas bravuras cotidianas. Nessa Abordagem, buscar a medida da verdade, talvez não faça sentido. O que importa é assinalar uma momentânea afirmação social baseada na criação de uma auto-imagem, por meio da narrativa.

Através fio que conduz as histórias desse vendedores, a dinâmica da cidade, também pode ser vista. Assim, nas histórias contadas por eles, o desvio do controle de impostos se concretiza a partir de negociações entre camelôs e fiscais em áreas invisíveis nas imagens divulgadas pelos *media* quando do espetáculo dos embates entre a Guarda Municipal e os camelôs. Nos bares, no espaço do lazer cotidiano sociabilidades constituem-se e, através de artimanhas, os vendedores constroem a possibilidade de permanecer negociando. A construção de "esquemas" é um recurso taticamente forjado por vendedores que viabiliza a histórica permanência de comerciantes no centro da Cidade. De grande significado social, essas táticas imprimem na realidade de Fortaleza configurações espaciais diversas dos modernos planejamentos urbanos. Planejamentos que higienizam a Praça do Ferreira (no centro da Cidade e símbolo desta) mas não conseguem implementar a assepsia na praça José de Alencar, na praça da Lagoinha, lugares relacionado com a "malandragem" e com o comércio ambulante, localizadas também no Centro.

Os embates por ponto de comercialização estendem-se. O "ponto fixo", além de meio de negociação, é percebido como emblema de melhores condições de trabalho e vida. A possibilidade de trabalhar em um espaço determinado simboliza, aparentemente, a possibilidade de operar com maior número de negociações. Na Barra do Ceará, seu Raimundo fornece indícios

da relevância do trabalho em um “ponto fixo” para trabalhadores de rua:

GLÓRIA – Mas olha, o seguinte, tem gente aqui que trabalha só andando na praia, certo? Tem outros que fica num ponto fixo mesmo, né isso?

RAIMUNDO – É.

GLÓRIA – E o senhor tem um carrinho, o senhor tem um ponto que o senhor precisou comprar, tem um carinho que o senhor precisa levar e trazer. Esse carrinho, utilizar esse carrinho é vantagem por senhor? Por que não trabalhar andando na praia?

RAIMUNDO – Não, eu acho que é vantagem! Eu não sei se você concorda comigo, mas todo ambulante tem preconceito. Certo? Todo ambulante, tem preconceito, se você tiver um objeto pra vender lá na sua casa, alguém for comprar você cobra um preço, né!? Só que se você for oferecer, alguém não vai dar aquele preço, certo?

(Pausa para atender clientes)

GLÓRIA – Sim nós estávamos falando do preconceito. O senhor acha que o cara que fica oferecendo sofre mais preconceito?

RAIMUNDO – Ele pode vender mais, mas ele vai ter mais trabalho, né? Você já pensou com aquela caixa ali na cabeça? Hen, hi, hen!. É, é. Eu acho que ele parado é melhor.

GLÓRIA – Por que é menos trabalho?

RAIMUNDO – Menos trabalho, é mais tranqüilo, principalmente aqui na sombra, né!?

GLÓRIA – Certo, mas não é totalmente parado porque leva e traz o carrinho.

RAIMUNDO – É leva e traz. Mas já é diferente daquele que bota a caixa nas costa e olha a água: olha o dim-dim, olha...³⁴

A possibilidade de negociar parado através do carrinho dá a seu Raimundo os referenciais para se diferenciar de outros

³⁴Raimundo. *Vendedor que negocia em carrinhos de geladeira*. Entrevista citada.

vendedores que negociam na praia da Barra do Ceará. Vender com o carrinho em um determinado local significa que o freguês é que precisa dos serviços e produtos do vendedor. Locomover-se com caixas e "isopores" nas mãos simboliza a humilhação de ter a todo custo de se desfazer da mercadoria. Significa submeter-se a humilhações, muitas delas narradas por vendedores de tira-gostos. A ênfase na existência de preconceitos é o meio através do qual seu Raimundo desenha sua posição como vendedor em carrinhos de geladeira.

Para justificar a continuidade do seu trabalho, a narrativa desenvolve-se no sentido de explorar os aspectos por ele vistos como negativos da negociação sem o carrinho e se movimentando na praia. Para o vendedor de água em saquinhos, o fato de sair oferecendo o produto desqualifica a mercadoria, diminuindo o seu valor. Referenciais e valores do comércio de rua na Barra do Ceará vão tomando visibilidade à medida que a narrativa se vai constituindo na defesa do trabalho com carrinho. Valores vão aparecendo, diferenças surgindo, especificidades são suscitadas.

Nesse ponto da entrevista, a quantidade de vendas perde a protagonização da cena. Não é o que tem mais validade. Embora o aumento da rentabilidade seja o alvo de todo negociante, quando o seu trabalho é posto em confronto com outros, a ênfase vem para as condições de trabalho articuladas ao espaço que a negociação com carrinho estacionado produz. A suposta tranqüilidade com a qual o trabalho pode se desenvolver, segundo seu Raimundo, é matizada com a possível fadiga do trabalho de vendedores que saem pelas ruas, calçadas e areias oferecendo o seu produto.

Marcus, Sandoval, seu Francisco, João Linhares, seu Raimundo estão envoltos em condições de vida árduas. Na rede intrincada de múltiplas realidades do comércio de rua de Fortaleza, as diversas formas de trabalhar na praia da Barra do Ceará denotam meios de se afirmarem socialmente.

As múltiplas experiências de trabalho desses vendedores são parte integrantes do modo de vida de Fortaleza, no final do século

XX. "Formas de estar no mundo", tais experiências circulam pela Barra do Ceará e pela cidade imprimindo formas específicas de vida no cotidiano de Fortaleza.

Fragmentos de histórias, as narrativas dos modos de vida desses trabalhadores de rua compõe o comércio ambulante. Catando lixo, vendendo ovos de codorna, negociando *Kits-bronzeadores*, deslocando "carrinhos", escapando do "Rapa", criando formas de reviver muitas histórias, eles participam da complexa urdidura do comércio ambulante de Fortaleza.

3.2. Carrinhos de carcaça de geladeira

O que é o carrinho de carcaça de geladeira? Que relação guarda com o cotidiano dos trabalhadores de rua na Barra do Ceará? Como se mantém imbricado na trama do comércio de rua, visto que as possibilidades de formas de transportes, na Barra do Ceará, são diversas? Que significados retêm na sua forma sucateada?

O trabalhador de rua usa o carrinho de carcaça de geladeira (transporte de mercadorias que também serve como banca) no calor das necessidades. Urbano, o carrinho de geladeira é criado e usado por vendedores; é uma adaptação engenhosa de produtos industriais ao mundo do trabalho de rua. Forjado entre a população pobre, é uma reciclagem de velhas geladeiras entulhadas nos lixões, nas oficinas de conserto de equipamentos eletrônicos e materiais de ferro. Para compô-lo, os sucateiros seguem um certo padrão retangular, resquícios da padronização industrial da qual o veículo deriva.

Sua origem perde-se na dinâmica da megaprodução dos artefatos industriais e na conseqüente produção residual que deriva desta, bem como do consumo exacerbado das grandes cidades. Sua localização está associada às oficinas de fundidores de material metálico consorciados aos depósitos de ferro velho e sucatas. É entre a população pobre que podemos encontrá-lo.

Na Fortaleza turística, prenhe de vendedores de artesanato em pequenas bancas padronizadas em calçadas, o fluxo dos carrinhos de produção industrial e artesanal escorre por suas vias. O vaivem de vendedores empurrando carrinhos de mercadorias é presente. Para deslocar artesanatos, vender milho cozido, os carrinhos são utilizados por vendedores que se queixam das condições de transporte do seu material de trabalho.

Nas bordas de uma cultura que os marginaliza tanto quanto

prescinde dos seus serviços, os vendedores de rua criam meios de viabilizar seus pequenos negócios³⁵. A improvisação de formas de sobrevivência, no entanto, entre esses comerciantes, revestia-se da fruição de habilidades para criar objetos; meios de manter essa sobrevivência. Nos carrinhos de geladeira reciclada, aglutinam-se interpretações de formas do como lidar com dificuldades e como superá-las, ao mesmo tempo maneiras de transformar adversidades cotidianas em possibilidades de ganha-pão. Sem ser um conjunto heteróclito, os carrinhos retêm uma organização que passa pela forma como os trabalhadores de rua pensam as dificuldades do dia-a-dia.

Na Barra do Ceará, multiplicam-se as atividades de ferreiros nas oficinas de conserto de eletrodomésticos, televisores, rádios e toca-discos, de ajuste de materiais em resina, de pintura. As oficinas de soldagem de ferro brotam por todos os cantos e esparramam-se nas calçadas das avenida Mozart Lucena e Coronel Carvalho. Ali o passa-passa de transeuntes é, não raro, interrompido por faíscas de máquinas soldadoras através das quais operários reciclam, colam peças metálicas, emendam pedaços de zinco, remendam furos em artefatos de ferro, costumam chapas de aço, constroem portões, consertam geladeiras, ajeitam fogões, revendem a preços baixos estantes de ferro usadas.

O aspecto negro e esfumado dessas oficinas mistura-se à sujidade de corpos marcados por graxas negras e dermatoses ora claras e em outros momentos avermelhadas. Homens de peitos nus e mãos ocupadas por chaves de fenda e máquinas soldadoras seguem em um ritmo de trabalho tão desconfortável e sem asseio quanto alegre, tenso, rústico, vívido e compenetrado. Cubículos de paredes enegrecidas, as oficinas se projetam para as calçadas, onde metalúgicos deitados ou de cócoras soldam peças e fazem arranjos de metal. Espaços masculinos, nas oficinas, homens de todas as idades apreciam os calendários de mulheres nuas,

³⁵ Sobre a Cultura das Bordas ver FERREIRA, Jerusa P. **O livro de São Cipriano: uma legenda de massas**. São Paulo: Perspectiva, 1992, p. 20.

enquanto choram as mágoas das traições femininas ou contam sobre novas e velhas conquistas, ao mesmo tempo em que consertam todo tipo de artefato.

Toda uma cultura da reciclagem do metal constitui-se desdobrando-se no conserto de mil artefatos, criação e cópia de objetos e engenhocas metalúrgicas. Parafernálias urbanas misturam-se em um caldeirão de tralhas que se atualizam consoante às necessidades práticas dos que trabalham na Barra do Ceará.

Conforme a essa produção reciclada, nos matagais, nas margens dos riachos e rios, no interior de casas de favela amontoam-se lixos prenhes de objetos. De toda uma comunidade, brotam resquícios do cotidiano, das atividades humanas corriqueiras, da banalização do uso de materiais sintéticos ou metálicos, do uso ordinário de equipamentos eletrônicos. A utilização e descarte de produtos, cujo uso é cada vez mais temporário, formula outra etapa de utilização de produtos diversa da primeira e de tempo de utilização bem diferente da que a antecedeu.

Por outro lado, banalização da idéia de "descarte" impele um movimento efêmero e célere de atualizações constantes, estabelecendo, de outra parte a reutilização de materiais e objetos sintéticos, orgânicos e metálicos. A idéia de uso é (re)contextualizada, multiplicando-se em sentidos experimentados em uma prática muito volátil, cotidiana e ocasional.

Se o tempo de utilização das geladeiras está articulado à atualização de modelos e estilos, nas bordas dessa cultura industrial e abastada, o tempo de utilização do material residual e reciclado está articulado ao seu desgaste, ou seja, o carrinho de geladeira só deixa de ser utilizado, por pessoas pobres, quando a ferrugem carcome sua estrutura, quando o trabalhador não dispõe mais de moedas para mandá-lo ao conserto, quando sua utilização é inviabilizada. A tendência é do trabalhador explorar o veículo o mais que puder a fim de gastar o menos possível.

Locus da reutilização sem limites, o lugar do uso de carrinhos de geladeira é o circuito da cultura da sucata. Banalizado por trabalhadores pobres, em Fortaleza, o sucateamento se esgueira, proliferando por toda parte. Fragmento da cultura popular, os carrinhos de sucata de geladeira infiltram-se na vida urbana contemporânea através de um circuito tão marginalizado quanto presente na Cidade.

Nessa trama, os carrinhos de geladeira não seguem uma produção específica de uma oficina especializada. A sua composição está articulada às oficinas de pintura, mas também às de soldagem³⁶, aos ferros velhos, aos depósitos de construção, às feiras. O seu caráter aglutinado³⁷ evoca a consonância de saberes vários. Diferente das esteiras das séries das grandes indústrias, a estrutura de produção popular fragmenta-se, tangenciando os espaços das oficinas, os das feiras, tanto quanto o doméstico. Na conversa que mantive com seu Raimundo, debaixo da ponte sobre o rio Ceará, ele me forneceu elementos significativos da produção de carrinhos de geladeira, na medida que demonstra a complexidade da trama envolvendo essa produção:

GLÓRIA – E quanto é, só a sucata, só a sucata de uma geladeira dessa?

RAIMUNDO – R\$10,00, no caso desse aqui dei só cinco, que já tava distiorado, né!?

GLÓRIA – E, ai tem que arranjar os pneus de bicicleta

RAIMUNDO – É! Ai o freguês escolhe se bota pneu de... aro, aro de moto, ou de carro ou de bicicleta, né? Que o

³⁶Processo semelhante Walter Benjamin percebeu na origem da fabricação dos brinquedos alemães. A partir da obra de Karl Gröber **Brinquedos infantis dos velhos tempos. Uma história do Brinquedos**, o filósofo localiza uma fabricação de brinquedos muito fragmentada entre as corporações de ofício do século XVIII. À medida que as fábricas se estabelecem, na Alemanha do século XIX, a confecção tende a se concentrar em um mesmo lugar. Entre os operários do final do século XX e as produções populares urbanas de periferia parece ocorrer uma dinâmica inversa. A robotização de indústria tem escusado mão-de-obra outrora qualificada com fins e espaços específicos. Muitas dessa habilidades específicas de trabalho tem migrado para setores informais onde a dimensão do desmonte e da degradação circula. BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política** – Obras escolhidas V I. 4 ed., São Paulo. Ed. Brasiliense, 1987b, p. 246-253.

³⁷FERREIRA, Jerusa P. **O livro de São Cipriano: uma legenda de massas**. São Paulo: Perspectiva, 1992, p 58.

aro de carro e de moto é mais resistente, apesar de ficar mais pesado. Esse daí fica mais manero, mas não agüenta peso que é de bicicleta, o aro é de bicicleta, o aro é fino.

GLÓRIA – E coloca lá na sucata, é?

RAIMUNDO – Oh! Mas tem que pagá pá fazer a solda. Lá você só faz a carcaça mermo, certo!? Só o casco de fora, mas tem que pagá pá fazer o carrim, pá montá o carrim.

GLÓRIA – E onde é que é que faz, que paga, onde é que vai fazer esse carrinho?

RAIMUNDO – Bem tem um rapaz ali que ele já é especialista só disso. Faz a armação e tudo, é!

GLÓRIA – Como é o nome dele?

RAIMUNDO – Chamam ele de Zé, eu num sei o nome totalmente não.

GLÓRIA – Ele mora aonde?

RAIMUNDO – Ele mora ali na Paulo Aragão, eu não sei o número, rua Paulo Aragão.

GLÓRIA – É pra lá é?

RAIMUNDO – É, é a última rua a partir lá do morro, subindo

GLÓRIA – Ai quer dizer que ele sabe mesmo fazer esse carrinho?

RAIMUNDO – É

GLÓRIA – Ele tem os pneus de bicicleta, lá?

RAIMUNDO – Não, a gente tem que levar. Por exemplo aqueles gafo ali, aqueles dois gafo ali eu comprei na feira, né? E os pneu eu ganhei um e o outro eu comprei na feira também. Já tem aquele ferrim de proteção de lado, né!? Pro gafo não rodá que foi ele que butô por conta dele, é!

GLÓRIA – Ele tem uma oficina na casa dele, é!?

RAIMUNDO – Uma oficina de pintura e montagem de carrim. É porque ele, ele monta tudo: portão

GLÓRIA – Aí quanto é cada pneu?

RAIMUNDO – Um pneu deche aí se você comprá compreto na fêra, a gente compra até pro R\$8,00.

GLÓRIA – Cada um

RAIMUNDO – Se você comprá com aro, com tudo. Se você comprá só o pneu é barato. R\$3,00, R\$4,00. Se você comprá compreto do jeito que tá aí é uns R\$8,00 que é usado, né!?³⁸

³⁸José Raimundo Martins da Silva. *Vendedor que utiliza carrinho de geladeira*. Entrevista citada.

Todo o processo de montagem e obtenção de carrinhos de geladeiras imbuí-se de uma ação extenuante de busca de preços mais acessíveis, da articulação com variados artifícios, do conhecimento de peças e componentes, da busca de oportunidades de conseguir material sem que necessite pagar por estes. Ciente das dificuldades que envolvem a fabricação do veículo, seu Raimundo admira-se da minha interrogação sobre a montagem do carrinho, se esta se dava na sucata mesmo: *Oh! Mas tem que pagá pá fazer a solda. Lá você só faz a carcaça mermo, certo!? Só o casco de fora, mas tem que pagá pá fazer o carrim.*³⁹

A fragmentação guarda o aspecto de uma montagem cansativa, pois o próprio vendedor deve “virar-se em mil”, fragmentando-se para só então obter o carrinho. O ato de dirigir-se a uma loja especializada na comercialização de veículos não-motores é substituído por variadas operações que expõem as descontinuidades do projeto moderno. Toda a energia gasta na montagem e obtenção do carrinho de geladeira ocorre entre as condições precárias de trabalho e vida nas periferias da Cidade. Na contraposição, enquanto Fortaleza se projeta como lugar de grandes negociações, de feiras, eventos e grandes empreendimentos, populações miseráveis não conseguem deixar de operar em um circuito da escassez de condições de compra e venda; da falta de condições de comércio e de trabalho, com poucas cédulas, muitos vales transporte e moedas.

A utilização de objetos no ambiente por eles compostos em conjunto com a ação humana contém, pois, nuances que circulam entre a produção industrial e o seu uso por estratos diferenciados de consumidores e usuários. Baudrillard, analisando os ambientes constituídos por objetos, fornece reflexão sobre o uso e função das produções industriais. Nesses termos, a série é uma dimensão do objeto que exige uma singularidade. Sem ser uma sintaxe homogênea, a série é justaposição e combinação. Compilação de

³⁹José Raimundo Martins da Silva. *Vendedor que utiliza carrinho de geladeira*. Entrevista citada

pormenores, os objetos seriados são um entrecruzamento de detalhes.

Refletindo sobre a produção industrial, o filósofo distingue a série do modelo⁴⁰, identificando na série o caráter mais desmontável e combinatório. No campo das produções populares, a série é o espaço de manipulação da forma industrial em que trabalhadores de rua alteram o sentido desta. Esse espírito do modelo manifestado na série configura-se em combinações que consorciavam demandas específicas do mundo do trabalho de rua às possibilidades do meio ambiente degradado.

Componente básico dos aparelhos refrigeradores elétricos de cozinha, a carcaça de geladeira é fabricada a partir de um processo requintado de fundição de metais e elaboração de fibras sintéticas. A sua reciclagem em oficinas de conserto e geladeira ocorre a partir da separação do material metálico, da fibra plástica, dos emborrachados, da parte elétrica e do gás. Após a separação das partes distintas, estas são direcionadas com fins específicos de aproveitamento, pois, em periferia, *"nada se perde e tudo se aproveita"*. O esquema elétrico pode ser reaproveitado em consertos de outras geladeiras ou em variadas instalações elétricas de carros, edificações ou eletrodomésticos. Borrachas e microtubulação de gás servem muito bem como estoque de material de uso das oficinas de conserto de geladeira. As duas grandes caixas de metal (interna e de revestimento externo) tomam usos variados desde depósito de gelo até o carrinho de geladeira.

A relação entre a produção do carrinho de geladeira e o meio ambiente é estreita, particularmente no que tange aos limites entre a plasticidade dos carrinhos e o seu entorno. O seu aspecto residual denota a sua articulação com múltiplas dimensões da vida urbana. Os pneus de bicicleta, de "mobilete" ou automóvel têm relação com os tipos de veículos à disposição na sociedade urbana bem como com as oficinas de carro, borracharias e feiras na Barra

⁴⁰BAUDRILLARD, Jean *O sistema dos objetos*. 3 ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1997, p 154 - 5.

do Ceará. A carcaça de geladeira deriva das muitas oficinas de conserto de geladeiras e “ferros velhos” que se dispersam por avenidas, ruelas e quarteirões. O suporte de madeira através do qual o vendedor empurra o carrinho é encontrado nos depósitos de construção, madeireiras e matas. Nas paisagens da periferia resíduos de materiais sintéticos se misturam a restos de matas. Na estrutura do carrinho, está inscrita a vocação de montagem e desmonte de uma sociedade.

Sobre a fabricação da carcaça de geladeira, o vendedor de água em saquinhos, conta:

GLÓRIA – Sim! Como é que vocês conseguem esses carrinhos?

RAIMUNDO – Tem um colega acolá que faz. Por exemplo esse aqui foi eu mesmo que fiz, mas aquele lá eu paguei R\$80,00 reais pra soldar aqueles ferros, foi, R\$80,00. Ao todo com a pintura deu R\$104,00, né!? o cara cobrô 14, não R\$94,00. O cara cobrô R\$14,00 pra fazer a pintura. Foi 80 só a solda mermo, a montage dele. A pintura paguei por fora, é!

GLÓRIA – E como é que vocês arranjam essas carcaças de geladeira?

RAIMUNDO –É, nas sucatas, compra nas sucatas, é!

GLÓRIA – E por aqui tem essas sucatas?

RAIMUNDO – Tem, por aqui tem.

GLÓRIA – E por onde é que tem aqui?

RAIMUNDO – Ali naaa. Aqui subindo na Coronel de Carvalho, ali próximo ao campo do Ferrim por ali tem uma sucata que tem. Ele tem tudo sucata lá pra vender.

GLÓRIA – Ai tem muito essas sucatas de geladeira lá?

RAIMUNDO – Não tem pouca. Aliás por causa deche negócio aqui, é difícil surgir uma, né!? Eu passei quase um mês pra conseguir eche aqui. Aquele lá, aquele lá, num é geladeira não. Aquele lá é, é zinco. Não é geladera, geladera é esse aqui.

GLÓRIA – Aquele ali é todo em chapa de zinco, é? Soldado?

RAIMUNDO – Soldado e soldado no arrebite. Arrebite é aquele bichim que parece um prego, você sabe?

GLÓRIA – Sei.

RAIMUNDO – Pois é.

GLÓRIA – E esse aqui, e esse aqui é de geladeira?

RAIMUNDO – Parte de fora da geladeira, não a parte de dentro, parte de fora.

GLÓRIA – E tem uns que é a parte de dentro é?

RAIMUNDO – É tem uns que é da parte de dentro, que mais resistente. É menor e mais resistente, certo!?

GLÓRIA – Por que você pegou esse que é a parte e fora?

RAIMUNDO – É por que, a vantagem de ser maior, mais no caso de ser mais fraca, eu num sabia. Realmente o fundo desse tá caindo, já.

GLÓRIA – há, há , há, ai meu Deus! então quer dizer que a procura é tão grande que falta é?

RAIMUNDO – Falta, falta, falta. É a coisa mais difícil é você arranjar, achá uma geladeira, a geladeira, é essa de sucata de geladeira.⁴¹

Em gesticulação efusiva, o vendedor tece a trama em interlocução com pintores, soldadores, sucateiros e feirantes. Toda a trama é montada entre saber cada peça necessária do conjunto, a sua respectiva função, e saber negociar preços e valores. Na economia do um real, saber colocar-se com conhecimento de peças e preços significa construir as próprias condições de trabalho. O cotidiano das relações com vendedores, colegas, trabalhadores e consumidores suscita articulações e conhecimentos, formas de concretizar necessidades do próprio trabalho na penúria dos dias. Assim, o ato de negociar para obter o carrinho confunde-se com a história de muitos trabalhadores que ampliam o comércio de rua na Barra do Ceará.

Dialogando com privações, os artifícios de negociações envolvem o curso do cotidiano, emaranhando as linhas de demarcação do mundo privado doméstico, do espaço público das negociações. A experiência concreta dá indícios de que o conhecimento da parafernália que compõe o carrinho de geladeira

⁴¹José Raimundo Martins da Silva. **Vendedor que utiliza carrinho de geladeira**. Entrevista citada.

invade as trilhas da vida e denota a constituição de oportunidades de trabalho, entre colegas, familiares e negociantes. Diante da trama das condições de comercialização de produtos e de trabalho na Barra do Ceará, entre as opções construídas por trabalhadores de rua, sobressai-se a produção dos carinhos de tal forma que o trabalhador gaste o menos possível. Administrando centavos, esses comerciantes de ruas, homens e mulheres muito pobres pelejam para gastar sempre menos e ganhar sempre mais.

Michel de Certeau percebeu nessa arte brasileira uma forma de dar “golpes” na ordem estabelecida. Para o historiador, os trabalhadores urbanos, manipulando sobras e restos da produção industrial, invertem a lógica das relações entre operários e reintroduzem a cumplicidade e o prazer de inventar produtos para tão-somente *significar por sua obra um saber-fazer pessoal e a responder por uma despesa a solidariedades operárias ou familiares*⁴². É entre essas articulações sociais que a população pobre forja recursos para multiplicar suas parcas economias, dos quais o carrinho de sucata de geladeira é um.

A manutenção de ciclos de amizades ou convivência forçada matiza as dificuldades de arranjar material para a montagem de carrinhos, permitindo ao vendedor manipular situações. O peso do preço é aliviado em composição com conversas, diálogos e com o compartilhar, taticamente, em hora certa, com pessoas certas as necessidades do trabalho, expectativas de ganho ou frustrações de negócios malsucedidos.

Na escassez dos dias, trocas de necessidades são corriqueiras e sustentam a trama de negociações de comunidades vivendo em espaço em que as condições de vida social e material são precárias. Para esses homens e mulheres que fazem das ruas o meio de ganha-pão, a troca de favores emerge como meio do qual os seus efêmeros negócios não prescindem.

O fagueiro seu Raimundo costura a entrevista que me

⁴²CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p 88.

concedeu, referindo-se a conversas com colegas que o incentivam a entrar em um negócio ou em outro. Quando das várias vezes em que foi necessária a mudança no tipo de trabalho, foi conversando com colegas e parentes que construiu oportunidades de negociar. É um primo que o leva a trabalhar na Cidade, um colega que o motiva a vender chilitos, um tio que o aconselha a montar uma padaria, um colega que lhe arranja local para morar, um colega que arranja material para montar o carrinho de chapa de aço. A articulação com a comunidade vai dando o tom das possíveis construções de meios para trabalhar e de montar o carrinho da forma mais econômica possível. A lei do “jamais comprar e “muito” vender” pode ser concretizada a partir de conexões com grupos de colegas.

Para manter-se na rede negociando através de carrinhos, é necessária uma articulação com a comunidade que indique as possibilidades de negociatas. Cada peça é detalhadamente pensada no que tange às despesas que podem acarretar. Para baratear a montagem, o modo da negociação pode variar em combinações múltiplas. Estas se elaboram em função do desempenho do vendedor, de suas articulações com a comunidade, com as habilidades de mecânico, de soldador, de pintor, que circulam nas ruas da Barra do Ceará.

O lazer e as providências diárias domésticas ou de administração dos recursos estendem-se na negociação com carrinhos: com dois carrinhos, vendendo um debaixo do viaduto e outro à sombra das mangueiras do Barra Show, antigo Clube de Regatas (um de que ele toma conta e outro na responsabilidade de sua companheira). Entre vendas e negociações, seu Raimundo toma decisões de como cuidar dos filhos, como arranjar um lugar de moradia, negocia compra de carrinhos, arranja chapas de zinco para montar os carrinhos, diverte-se entre vendedores e fregueses, faz negociatas, transações. Negociando todos os dias, na avenida Radialista José Lima Verde, seu Raimundo constrói ali condições de possibilidades

e dá pistas do lugar do carrinho de geladeira no cotidiano do homem urbano, a sua relevância na forma de percepção do mundo do trabalho de rua. Arranjar, ajustar, montar, compor, conhecer cada parte da composição constituem dimensões do trabalho com carrinhos e da sua própria criação. A reprodutividade técnica consoante à arte de articular-se à comunidade de forma esperta, diminuindo preços, viabiliza a permanência do vendedor na rede de negociações.

Para enfrentar as mais variadas privações - como a falta de moradia, encontrar local para negociar, concorrência alta, invernos, falta de fregueses, fome - os vendedores são impelidos a construir os próprios meios de trabalho, tendo como referencial economizar o mais possível em uma economia em que qualquer gasto pode inviabilizar o negócio, haja vista a margem de negociação ser muito estreita. O caráter dessa dinâmica de escassez não se limita a seu Raimundo, mas perpassa a experiência de muitos trabalhadores que migraram para Fortaleza no final do século XX e, desempregados da grande indústria ou do grande comércio, buscam driblar a penúria dos dias.

* * *

Quanto mais habilidades o vendedor adquirir na confecção do veículo, menos precisará gastar. Nessa inspiração, na periferia da Cidade, entre os trabalhadores de rua, construir para si o maior número de habilidades manuais possíveis toma significado, visto que o ato de criar condições de trabalho e vida ainda está ancorado às práticas de manufatura domésticas.

Assim, procurando dominar materiais disponíveis na comunidade da Barra do Ceará, os trabalhadores do pequeno comércio de rua transformam todo tipo de cacarecos, restos de

produção e uso, em meios úteis para as suas atividades comerciais. Homens e mulheres pobres convertem quinquilharias nos meios de sua básica sobrevivência.

Conversando comigo sobre preços e elementos da composição do carrinho reciclado de carcaça de geladeira, seu Raimundo fornece indícios do modo de funcionamento desse mundo da montagem e desmontagem nos espaços da periferia de Fortaleza. Ele fala sobre o quanto se gasta na montagem e sobre os meios de reduzir despesas:

GLÓRIA – Certo! E pra montar quanto é que é? Pra montar o carro?

RAIMUNDO – Esse daí ele me cobrô R\$12,00 reais já aquele lá foi R\$80,00, né!? Como eu diche pra você que aquele tinha solda, mais solda. Ainda tem o da solda também.

GLÓRIA – Mas aquele ali o senhor comprou o material todinho ou e ele já tinha o material e cobrou o preço de 80,00. Oitenta foi só pra montar e o material como foi que o senhor comprou e quanto foi?

RAIMUNDO – Eu tinha uma amizade com o vigia daí do clube, ele me deu dua chapa, é! Ele me deu dua chapa ai deu pra fazer aquele todim, ainda sobrô ainda, é? Aliás ele deu a chapa e o ferro também. Aquele ferro da estrutura.

GLÓRIA – Ai foi melhor, né?

RAIMUNDO – Saiu mais barato, que se eu fosse comprá, tinha saído muito caro, por que se fosse comprá tinha saído muito caro, mais de duzentos reais.

GLÓRIA – Quer dizer que esses carrinhos não são tão baratos não, né?

RAIMUNDO – É não, é a gente pensa que é uma coisa simples mas sai, pra você arrumar ele, sai caro que só. Tá, tá vendo aquele do cachorro-quente? Aquele ali você não compra por menos de R\$300,00 reais um carro daquele ali.

GLÓRIA – Aqueles ali já são, assim mais industrializados, é uma coisa que você já tem todo um acabamento. Agora, esse aqui, já foi feito por aqui

mesmo.

RAIMUNDO – É são feito por aqui mesmo, são feito mesmo em casa, é!

GLÓRIA – Mas tem muita gente aqui mesmo que faz esses carrinhos. Tem muita gente aqui.

RAIMUNDO – Tem é sóóó, por exemplo, você sendo inteligente você rai lá no rapaz da solda manda ele soldá alguma coisinha que tem pá soldá e o resto você mermo faz. Por exemplo eu mermo tiro os pneu, encho tiro o aro. Porque num faço a solda porque não tem a máquina. A importância dai é a solda.

GLÓRIA – E a solda é aonde é só nessa parte que liga o peneu ao carro, é?

RAIMUNDO – Aquela parte que tá grudando o gafo ao carro. A solda é só aquilo mermo. Agora aquele acolá tem mais solda.

GLÓRIA – E esse pé assim que estaciona?

RAIMUNDO – É madeira, é a madeira parafusada na geladeira, parafuso. O parafuso também é comprado, tem que comprá.⁴³

A construção de habilidades nos estratos populares está tão imbricada no dia-a-dia que se perde nas histórias de vida de trabalhadores e relaciona-se a saber-fazeres compartilhados por familiares e amigos. O aprendizado vai se desenrolando no curso dos dias e das necessidades. Nessa direção, a antropóloga Sylvia Porto Alegre⁴⁴ enfatiza falas de artesãos populares que apontam para uma necessidade destes aplicarem-se de tal forma na vida cotidiana, que esta atitude atenciosa com os movimentos diários gerem um aprendizado espontâneo marcado por tentativas que levam a erros, persistências, orgulhos e satisfações. Após longa prática de composições articuladas a demandas específicas do ambiente popular, componentes criativos fluem em um emaranhado de solicitações heterogêneas.

As oficinas de desmonte e montagem de carrinhos de

⁴³José Raimundo Martins da Silva. **Vendedor que utiliza carrinho de geladeira**. Entrevista citada.

⁴⁴PORTO ALEGRE, Sylvia **Mãos de Mestre: itinerários da arte e da tradição**. São Paulo: Maltese, 1994. 52 -5.

geladeira já se distanciam das tradicionais oficinas de artes nordestinas. Profundamente marcado por traços industriais, o lugar da feitura desses artefatos metálicos e elétricos migram, de forma emaranhada, dos cursos de profissionalização mecânica-eletrônica para as indústrias ou vice-versa, e deságuam nas ruas e casas das periferias da cidade.

“Saber” que exige uma certa qualificação de mão-de-obra e escolaridade; saber que se difunde com tal velocidade que seu rastro se perde nas experiências de rua; no compartilhamento de necessidades, experiências e saberes, trabalhadores vão adquirindo habilidades que cotidianamente matizam métodos do aprendizado profissionalizante. Nessa difusão de saberes, popularmente implementada, saberes normativos circulam em um circuito sinuoso em que, aprendizes do dia-a-dia, sem irem à oficina ou à escola constroem suas habilidades e as praticam domesticamente: *you being intelligent you rai lá no rapaz da solda manda ele soldá alguma coisinha que tem pá soldá e o resto you mermo faz. Por exemplo, eu mermo tiro os pneu, encho tiro o aro.*⁴⁵

Sylvia Porto Alegre, em estudos sobre o artesanato cearense, detectou conotação afim nos termos “arte” e “ofício”⁴⁶. Essa confluência de semânticas diversas, em um mesmo termo, implica na condição de manufatura que os processos populares de produção de artefatos ainda estão ancorados. Sem enquadrar-se na categoria das “artes populares”, a confecção de utensílios de uso diário ou veículos de propulsão humana comportam saber-fazeres articulados a tradições as quais envolvem o manuseio de matérias-primas onde estão presentes possibilidades plásticas e poéticas, alquimia, magia que mistura materiais diversos, transformando-os em recursos para viver o dia-a-dia.

A precisão, a necessidade dos artesãos das tradicionais

⁴⁵José Raimundo Martins da Silva. **Vendedor que utiliza carrinho de geladeira**. Entrevista citada.

⁴⁶PORTO ALEGRE, Sylvia **Mãos de Mestre: itinerários da arte e da tradição**. São Paulo: Maltese, 1994, p. 57-61.

artes populares cearenses é o catalisador dessa alquimia que se dá nos quintais de casa humildes, de paredes sem reboco. A mesma inspiração que Sylvia Porto Alegre encontrou em escultores, ceramistas e fotógrafos populares impulsiona os “fazedores” de carrinhos de sucata a combinar elementos pertencentes a lugares diferenciados, em um conjunto muito útil às suas negociações⁴⁷. É a falta de comida, de saúde, a escassez que cinzela, nas áreas de lixo da cidade, veículos de transporte de mercadorias, a partir de restos de materiais utilizados cotidianamente por populações urbanas, no mundo contemporâneo. A relativa simplicidade da criação desses veículos os multiplica em repetições, as quais tomam conta da Cidade e são próprias do fazer popular que a antropóloga discutiu em *Mãos de Mestre*:

Uma vez que não costuma ser colocada a preocupação com a originalidade, com a individualidade da obra, também há poucas restrições à repetição, à criação de um grande número de peças feitas da mesma maneira. Não só a produção em série não é vista como problemática, como pode ser valorizada, mesmo pelos que prezam sua criatividade, já que o objetivo principal é —a sobrevivência— muitas vezes leva o artista a optar por fazer obras mais fáceis, que dão menos trabalho, retorno rápido e podem ser feitas em maior quantidade.⁴⁸

Dinâmica contemporânea, a profissionalização de mão-de-obra industrial estende-se pelas metrópoles brasileiras. Na Barra do Ceará, a presença do SESI-SENAI atrai parcela da população jovem e masculina em função do aprendizado que muitos acreditam ser uma oportunidade de emprego na grande indústria.

⁴⁷PORTO ALEGRE, Sylvia *Mãos de Mestre: itinerários da arte e da tradição*. São Paulo: Maltese, 1994. p 102-4.

⁴⁸. *Ibidem*, p.105.

O fluxo dessa ação da FIEC (Federação das Indústrias do Estado do Ceará), na Barra do Ceará implica a circulação de saberes na comunidade ajustados à necessidade do cotidiano de trabalho, já que a grande indústria se robotiza cada vez mais e despensa mão-de-obra.

As habilidades, então, encontram-se em uma dimensão em que o viés operário se coaduna às práticas artesanais. Desempregado e longe da grande indústria, o operário adapta seus saberes a demandas pouco industriais e mais manuais. A soldagem de peças projetadas é substituída pela feitura de artefatos mais rústicos. No circuito desses saberes, invenções utilitárias são criadas. O carrinho de geladeira insere-se em toda essa dinâmica que funde materiais industriais metálicos e sintéticos a caibros de madeira adquiridos em depósitos de construção ou em entulhos de reformas de edificação.

Todavia, um elemento fundamental na montagem ainda permanece pouco popular. A máquina de soldagem não pode ser vista utilizada por todos em função do preço e da falta de habilidade de muitos em derreter o metal manipulando uma faísca de condução elétrica. Mas esta simboliza a diferença na montagem de carrinhos de geladeira bem como na confecção de centenas de artigos de metal reciclados e criados na periferia.

Possuir um aparelho soldador significa está apto a transitar em diversos circuitos de negociações; explorar dimensões diferentes de uma sociedade marcada pela expansão do negócio do metal. No uso da máquina de soldar, são estabelecidos estratos sociais que diferenciam negociantes no que diz respeito às oportunidades de constituição de freguesia e de acúmulo de menos moedas e um pouco mais de cédulas. O serviço de soldagem tem preço um tanto mais elevado em função justamente da presença de materiais metálicos na sociedade contemporânea brasileira, cercada de zinco, aço inox, ferro, estanho, desde as microscópicas peças de computador e relógio até a caixa de refrigeração reciclada e transformada em carrinhos de vendedores ambulantes.

Construindo habilidades, negociando pequenos espaços embaixo da ponte sob o rio Ceará; confeccionando carrinhos de carcaça de geladeira, movimentando-se de um canto para outro, "trocando idéias" com colegas, familiares e fregueses, os trabalhadores de rua vão paulatinamente constituindo, na Cidade, formas de vida específicas e pertinentes ao movimento do comércio de rua na periferia. Relativos a referenciais forjados na prática do comércio de rua ou em meio a atividades informais que misturam elementos diversos, esses modos de vida populares vão abrindo, em situações adversas, espaços de afirmação e constituição de uma cultura muito ordinária.

Dessa forma, Dona Elda, seu Francisco, João Linhares, Dona Zilda, seu Antônio, criam recursos para escapar das condições adversas de vida; forjam, na dinâmica do dia, culturas específicas, criações de pessoas pobres que demarcam, na cidade muitas territorialidades. Transportando e vendendo mercadorias Sandoval, Seu Raimundo, Marcus, dão plasticidade a modos de viver a cidade, a partir dos meios de locomoção utilizados por eles. Diversos ou próximos dos meios de transportes automotores, os meios de transportar mercadorias dos vendedores de rua, na Barra do Ceará são criações populares forjadas no calor de necessidades.

Considerações Finais: Afinando as forças

Encourado – Agora você me paga, amarelo. O sacristão, o padre e o bispo fizeram o enterro do cachorro, mas a história foi toda tramada por ele. E vendeu um gato à mulher do padeiro dizendo que ele botava dinheiro.

João Grilo – Mentira, Nosso Senhor.

Manuel – Verdade, João Grilo.

João Grilo – É, é verdade, mas do jeito que eles me tratavam, o jeito era eu me virar. Além disso eu estava com pena do gato, tão abandonado, e queria que ele passasse bem.

Mulher – É, e nessa pena levou meus quinhentos mil réis.

Ariano Suassuna¹

Hoje, domingo, 15 de junho de 2003, é um dia chuvoso no Ceará. Por todo o Estado, muitos comemoram esse atípico ano de chuvas constantes. Há uma animação coroada por festas juninas, procissões, ritos sagrados e profanos que se repetem todos os anos, mas que, neste, se revestem de significado especial para os cearenses que dependem de seus roçados.

Costumes articulados ao meio rural, as quadrilhas e procissões são formas antigas através das quais o cearense revive as suas inter-relações com os ecossistemas e as comunidades que

¹SUASSUNA, Ariano. *O Auto da compadecida*. 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997, p.163.

constituem. Elas traduzem formas de como a vida se realiza no Ceará.

Na Cidade, essas comemorações pipocam nos bairros de periferia como o lazer de uma população que busca, na rua, formas de entretenimento.

Sob essa atmosfera empolgada, em espaço conflituoso, grupos marginalizados se esgueiram para dar sentido às suas vivências e às razões dos festejos. Para um grupo de cearenses, talvez as comemorações não fossem tão pertinentes. Para os que moram nas áreas de litoral e dependem do sol para manter o curso da vida, as chuvas não simbolizam a fartura. Para quem trabalha ou mora nas áreas de risco da cidade de Fortaleza, o tempo chuvoso significou, antes, os surtos epidêmicos de dengue, os desmoronamentos de barracos, a invasão de casas por bichos e águas insalubres, humilhações nas grandes filas de hospitais, a escassez de medicação, de alimentos e de oportunidade de trabalho no comércio de praia.

Os espaços das restingas de praias, em Fortaleza das últimas décadas do século XX, correspondem a uma área da Cidade que não prescinde da luminosidade natural. O comércio que se desenrola nas faixas comprimidas entre o mar e os calçadões urbanos se revigora à proporção que o sol ilumina e o calor aumenta. Entre essas especificidades litorâneas e sazonais é que grupos de vendedores de praia, em Fortaleza, combinam elementos diversos de suas experiências individuais e cinzelam composições coletivas da vida na urbanidade cearense.

Entretanto, no momento de escassez de oportunidades de trabalho, os trabalhadores de praia organizam seus pequenos movimentos, desviando-se da ordem estabelecida, procurando inventar as próprias formas de escapar da mingua. As festas juninas, então, convertem-se em mais um espaço das "artes" dos vendedores de rua:

FRANCISCO –Sô artesão trabalho com artesanato, eu fabrico mercadoria, faço fivela, faço brinco, faço um bucado de coisa, certo? Mas como o negócio tava mei mole lá, ai eu cedi a minha barraca pro meu primo, pra ele fica trabalhando lá na minha banca e vim trabalhar na Praia. Ai pronto, fiquei por aqui mermo me acostumei, ai eu faço mercadoria, por exempro, trabalho como artesão agora pro carnaval, ai eu trabalho no São João, que eu faço chapéu pra São João, essas coisas. Ai eu só trabalho em épocas de festa e aqui, é direto, na praia².

Em meio à escassez, abre-se um campo de possibilidades que se afirma na complexa capacidade de os trabalhadores criarem oportunidades de ganhos no oscilante e incerto comércio de rua. Nas operações emitidas por esses vendedores, inscreve-se “um possível” movido por um centro do qual emerge a certeza de que “*negociando dá pra ir escapando*”.

Embora as condições precárias de vida constituam uma permanência na história desses grupos de trabalhadores, estas não são aceitas como fatalidade a se reduzirem nem como uma lei implacável. Onde se agrupam indícios de injustiças sociais, abre-se um cenário utópico. Enfrentando dificuldades na construção de formas de vida, os trabalhadores desviam-se destas, atualizando maneiras de negociar. Estas desdobram-se a partir de múltiplos saber-fazeres, bem como das articulações dos vendedores com a comunidade na qual circunscrevem as suas ações. Na certeza de que o trabalho de rua, embora guarde os seus perigos e incertezas, proporciona uma relativa liberdade de lidar com o tempo cotidianamente dedicado ao trabalho, os vendedores investem neste.

Por esse meio, os comerciantes escapam da disciplina da grande indústria e do comércio formal e livram-se do autoritarismo dos patrões. Recorrência presente nas narrativas dos vendedores, a liberdade do tempo e dos mandos de patrões, encontradas no

²Seu Francisco. **Vendedor de ovo de codorna**. Entrevista citada.

trabalho de rua, simbolizam a negação de toda uma organização empresarial e comercial. Assim, esse grupo de trabalhadores formula outras maneiras de trabalhar relacionadas aos valores que eles constroem a partir de suas experiências ordinárias e de uma ética que desenvolvem, negociando e pelejando com a vida.

Na Barra do Ceará, operações de vendedores do comércio de praia recrudescem, consorciadas a mudanças sociais na comunidade. Com o aumento dos fluxos migratórios, das áreas de risco e mutirões nas margens do rio Ceará e nas dunas da praia das Goiabeiras um conjunto de valores híbridos é construído e atualizado entre a população que trabalha, freqüenta e mora ali. Entre os vendedores da praia, a idéia de negociar *kits-bronzeadores* se acentua em função da idéia de bronzeamento e clareamento vivida por numerosos banhistas da praia. Na década de 1990, essas composições estéticas são realizados com a contribuição dos vendedores de *kits-bronzeadores* (L'Oréal), os quais não perdem oportunidades de ganho e multiplicam estas no diálogo que mantêm com banhista e as possibilidades do mercado local.

Dessa forma, dão golpes no real, criando maneiras de trabalhar e manterem-se na rede de negociações.

A tentativa de ficar no comércio de rua, na praia da Barra do Ceará, estimula muitos trabalhadores a movimentarem-se pela Cidade e nas micro-áreas da praia, vendendo alimentos, invenções de guloseimas que viabilizam a permanência dos vendedores no jogo da comercialização.

De forma diferente, os trabalhadores que negociam com carrinhos de carcaça de geladeira circulam em um espaço mais próximo da Barra do Ceará e procuram pontos para se estabelecer. Aqui a disputa por espaços de sombra e brisa fresca acentua-se. Nesses termos, a construção da ponte sobre o rio Ceará simbolizou a constituição da possibilidade de um lugar de boas vendas. Surgem então tensões pelo lugar e muitas formas de se estabelecer neste.

Tirando partido da mobilidade dos carrinhos, os inventores e usuários dos carrinhos de carcaça de geladeira subvertem a produção industrial e, tirando partido desta, organizam formas específicas de transportar e negociar suas mercadorias. Eles constroem espaços mais ou menos fixos, os quais passam por variações e realocações, segundo as expectativas de vendas e a intensificação das tensões entre os vendedores de rua.

Trama construída por trabalhadores, o espaço da comercialização na praia da Barra do Ceará constitui uma economia de moedas, de vales-transporte e poucas cédulas, uma economia de operações movidas por uma moral concretizada através de práticas cotidianas, o que Michel de Certeau denominou *Economia do Dom*. Economia da troca de necessidades e de pouca capitalização presente no "coração das praças fortes da economia contemporânea"³.

Nessa direção, a pesquisa segue em uma cadência emitida por seu interesse por formas de intervenção no real através das práticas do comércio de rua na praia da Barra do Ceará. Ela se formula em uma composição complexa de referências e na tentativa de capturar a constituição de valores no dia-a-dia dos trabalhadores de rua. Isto significa que, no concernente a sua sistematização concretizada na defesa dissertativa, ao mesmo tempo que problematiza questões pertinentes ao comércio de rua na praia da Barra do Ceará, suscita outras tantas a serem mais aprofundadas. A vivência desses trabalhadores ergue-se de tal forma complexa que a escrita não comporta seus múltiplos matizes.

Envolvendo toda a problemática da organização de um projeto de comercialização que se desvia do comércio formal, aparecem, nas narrativas dos vendedores, questões como as condições de moradia, a saúde básica, desnutrição, constituição de formas alimentares, o cuidar da família, o sistema de

³CERTEAU, A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer. Rio de Janeiro: Vozes, 1994, p.19.

transportes urbanos, trabalho infantil, educação básica, migrações, meio ambiente e ecologia, a caridade, programas assistencialistas, religiosidades, festas, segurança pública, prostituição, violência, drogas, expressões artísticas, relações sexuais e de gênero. São dimensões presentes nas entrevistas, nas quais a pesquisa tem se detido, mas que pedem maior aprofundamento que só virá com a continuidade da pesquisa.

Diversas dinâmicas podem ser percebidas pelo historiador que cotidianamente se dispõe a estar na comunidade e acompanhá-la. Isso significa que a dissertação não cobre esses elementos sociais de uma comunidade em constante movimento. Expõe todo o limite do fazer acadêmico. É na certeza dessa baliza e no interesse pela fluidez vívida dessas intervenções na realidade que a pesquisa não se interrompe e a dissertação se mantém como um *flash* de dois anos de uma imensa trama do comércio de rua que se constitui na Barra do Ceará, no final do século XX, pois, As *finas forças*—formas de desvio da ordem estabelecida—multiplicam-se constantemente concretizadas nas experiências de trabalhadores de rua.

Na complexidade das recordações narradas, as práticas cotidianas apontaram para uma “arte de dar golpes” que, no dizer de Michel de Certeau, manipulam, persuadem, seduzem ocasiões, situações. Utilizando essas táticas, vendedores criam pequenos sucessos e vitórias sob os mais fortes (chuvas, mandos de patrões, falta de trabalho, falta de moradia, embates com fregueses e com poderes normativos etc); operações de desvio. O cotidiano, então, mostrou-se o lugar da diversidade. É no cotidiano de trabalho que vendedores fazem surgir, de condições adversas, múltiplas práticas que são ao mesmo tempo recurso e invenção; táticas, formas de “estar no mundo”.

Assim, optar por tentar ver o trabalho de rua na Barra do Ceará com uma perspectiva que procura a diversidade, significou trabalhar na minuciosa e complexa operação de desmonte de estereótipos. Foi enfrentar o fatigante trabalho de elaborar

reflexões para além de generalizações, unificações. O cotidiano de vendas, de fabricação de produtos, de conversas e discussões com fregueses, de lazer com eles vai dando o tom das memórias. É a oralidade que traz para a cena uma variedade de formas de trabalho, lazer, desejos, inquietações concretizadas nas narrativas. Os sentimentos, os projetos não realizados, as formas de homens e mulheres verem e participarem do trabalho de rua tomam uma vitalidade surpreendente nos gestos, impulsos, olhares, nas formas como lidam com o espaço que ocupam, na relação que o entrevistado mantém com o historiador; na provocação do historiador remexer em um passado esquecido por muitos e na lembrança, minuciosa, dos entrevistados que, em recantos da memória, vão buscar maneiras de contar o contável e o incontável.

Nas conversas que mantive com Dona Elda, Seu Francisco, João Linhares, seu Raimundo, Dona Zilda, seu Antônio, Sandoval, Marcus, dona Isaura, Neilda, eles, ao contarem as muitas histórias de suas vidas, tecem, com os fios da memória, complexas lembranças de experiências do trabalho de rua na praia da Barra do Ceará; Fragmentos da forma como se vive em Fortaleza, no final do século XX.

ROL DAS FONTES.

FONTES	LOCALIZAÇÃO	DATA DO DOC
FOTOS		
AÉREA. PRAIA DAS GOIABEIRAS	Biblioteca de Arquitetura UFC	1982
AÉREA. SALINAS-RIO CEARÁ.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	S/D
AÉREA FOZ DO RIO CEARÁ	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1996 (A CONFIRMAR)
AÉREA COSTA OESTE	Secretaria de Infraestrutura do Estado	2000 (A CONFIRMAR)
DUNA DA P. DAS GOIABEIRAS	Biblioteca de Arquitetura	1982
HIDROPORTO	Arquivo Nirez	1938
HIDROPORTO	Arquivo Nirez	1930
HIDROPORTO	Arquivo Nirez	1931
INAUGURAÇÃO PÓLO DE LAZER	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1980
VENDEDORES AMBULANTES(utilizadas na dissertação)	Ana Gloria Lopes	2001
PAISAGEM SALINAS	Arquivo Paulo Pacheco	S/D
PALIÇADAS	Arquivo Paulo Pacheco	1995
PÔR-DO-SOL RIO CEARÁ	Arquivo Paulo Pacheco	1991
PROJETO COSTA OESTE	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	S/D
SALINAS	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	S/D
SALINAS CHEIAS	Arquivo Paulo Pacheco	1994
LEVANTAMENTO FOTOGRÁFICO—BARRA DO CEARÁ	Arquivo Ana Glória Lopes	2001-2003
IMAGENS		
COLEÇÃO DE ESCULTURAS DE JOÃO A. SOUZA.	Museu de Arte Moderna do Ceará	
COLEÇÃO DE PINTURAS DE DESCARTE GADELHA. A FEIRA. O LADO DAS REDES.	Museu de Arte Moderna do Ceará	
FORTE DE SÃO SEBASTIÃO	Biblioteca de Humanidade da UFC	1645
DESENHOS EM QUADRINHOS DE MUTIRÕES	CEARAH PERIFERIA	1994

ROL DAS FONTES

FONTE

LOCALIZAÇÃO

DATA DO DOC

MAPAS

LEVANTAMENTO AEROFOTOGRAFICO DE FORTALEZA	Secretaria Municipal de Desenvolvimento e transportes	2001
VISTA AÉREA DA BARRA DO RIO CEARÁ E PRAIA DAS GOIABEIRAS COM PROJEÇÃO DA COSTA OESTE	Departamento de Edificações, Rodovias e Transportes-DERT	2001
MAPA DE FORTALEZA	Laboratório de imagens do Curso de Arquitetura da UFC	2001
Mapa da SER I	Laboratório de imagens do Curso de Arquitetura da UFC	2001

FOLDERS

SER I- A MENOR DISTÂNCIA ENTRE VOCÊ E A PREFEITURA.	Secretaria Executiva Regional I- Fort	1997
BARRA DO CEARÁ-FORTALEZA NASCEU AQUI.	Secretaria Executiva Regional I-Fort	2001
SURGE UM NOVO PÓLO TURÍSTICO	Secretaria Executiva Regional -Fort.	1998
MAPA TURÍSTICO. AQUI FOI O COMEÇO DE TUDO.	Secretaria Executiva Regional I-Fort.	2000

DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS

PROJETO PONTE SOBRE O RIO CEARÁ.	Secretaria Estadual de Meio Ambiente do Ceará	S/D
PROJETO DE ESTUDO DO CONTROLE AMBIENTAL DO RIO CEARÁ.	Associação Beira-Rio	S/D
RELATÓRIO DOS ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE FORTALEZA E LOCALIZAÇÃO DE BAIROS E FAVELAS	Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Transportes	1996
RELATÓRIO DO PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO E COMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA VIÁRIO BÁSICO DA COSTA -OESTE NA CIDADE DE FORTALEZA	SEMACE/PROEMA	2000

ROL DAS FONTES

FONTE	LOCALIZAÇÃO	DATA DO DOC
DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS		
POPULAÇÃO RESIDENTE DOS BAIRROS DA SER I	PORTAL ELETRÔNICO IBGE	1996
PESQUISA MENSAL DE EMPREGO-TAXA DE DESEMPREGO ABERTO	Portal Eletrônico IBGE	2001
TRABALHO INFORMAL.	Portal Eletrônico IBGE-TEEN	2001
LOCALIZAÇÃO FAVELAS DA SER I	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1998
RELAÇÃO DAS ESCOLAS DA SER I	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	2001
QUADRO DEMOSTRATIVO DE ALUNOS MATRICULADOS DA SER I. POR ESCOLA.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1999
QUADRO DEMOSTRATIVO DE ALUNOS MATRICULADOS DA SER I POR BAIRRO.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1999
POPULAÇÃO RESIDENTE DA SER I- DOMICÍLIOS PERMANENTES/FAVELAS.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1998
UNIDADE DE SAÚDE POR BAIRRO DA SER I.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	S/D
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DA SER I.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1998
NÍVEIS DE RENDA <i>PER CAPITA</i> DAS SECRETARIAS EXECUTIVAS REGIONAIS DE FORTALEZA.	IBGE	1998
ASPECTOS GERAIS DA SER I.	Secretaria Executiva Regional I—Prefeitura de Fortaleza	1997
LEVANTAMENTOS DEMOGRÁFICOS E GEOFÍSICOS DE CIDADES NODESTINAS	IBGE	2000
ANUÁRIO DO CEARÁ	IPLANCE	2001
RELAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES DE BAIRRO DA SER I.	Federação de Bairros e Favelas	2001

ROL DAS FONTES		
FONTES	LOCALIZAÇÃO	DATA DO DOC
CORDEIS		
500 ANOS-MOSTRA PASSEIO ECOLÓGICO E A BARRA DO CEARÁ	Arquivo Maria Luciene e Cecordel.	JAN/2001
I BARRARTE MOSTRANDO AS RIQUEZAS DA BARRA DO CEARÁ	Arquivo de Maria Luciene e Centro Comunitário Das Goiabeiras	JAN/2001
DEFESA DO CONSUMIDOR	CECORDEL	NOV/2001
A MORTE DO PADRE VIEIRA E O DISCURSO DO JUMENTO	Tupynaquim Editora	ABR/2003
O HOMEM QUE CASOU COM A JUMENTA	Editora Coqueiro	S/N
PROEZAS DE JOÃO GRILO	Bancas de revista- Praça do Ferreira	1948
VÍDEOS		
Agnus Dei. YN Productions em co-produção com Ravina Produções Brasil.	Casa Amarela	
Alguns Humanos. Produção do Curso de Cinema do Núcleo de Comunicação da Universidade Estácio de Sá.	Casa Amarela	
Borracha para Panela de Pressão. Tibico Brasil e Glauber Filho. Produção independente.	Casa Amarela	1992
Burro sem Rabo Produzido pela ABBAS Produções e Mira SET Filmes com direção de Sérgio Bloch.	Casa Amarela	
Preto no Branco. Direção de Joel de Almeida. Produção Independente.	Casa Amarela	
Samydarsh: artistas de rua. Parabólica Brasil, X Filmes. Direção de Cláudio Assis, Marcelo Gomes, Adelina Pontual. Recife.	Casa Amarela	1993

ROL DAS FONTES		
FONTES	LOCALIZAÇÃO	DATA DO DOC.
VÍDEOS		
Memórias de lá e de cá- Paranoá ORG: Nancy Magalhães Aléssio	Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares-Unb	1998
Cabra Marcado para Morrer. Montagem: Eduardo Escorel Direção de Eduardo Coutinho Roteiro de Eduardo Coutinho Distribuição: Globo Vídeo Brasil.	DISTRIVÍDEO	1984
Babilônia 2000 Montagem: Europa/Filmak Direção de Eduardo Coutinho Roteiro de Eduardo Coutinho Distribuição: Europa/Filmak	DISTRIVÍDEO	1999-2000
CRÔNICAS		
CAMPOS, Eduardo A Fortaleza Provincial: rural e urbana. FORTALEZA, p. 25 e 53-58-71.	NUDOC- Núcleo de documentação do Departamento de História	1996
CAMPOS, EDUARDO Os vendedores de rua In: O INQUILINO DO PASSADO. FORTALEZA, p. 69-71.	Ufc-Casa José de Alencar.	1996
OUTRAS		
OS MANUSCRITOS DO BOTÂNICO FREIRE ALEMÃO	IHGC	02/05/1859
FATURAMENTO DA INDÚSTRIA QUÍMICA BRASILEIRA	Portal Eletrônico Abiquim	1990-2000
RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DE AMÔNIA	Portal Eletrônico Fafen- Petrobrás	2002
EMBALAGEM BIOCOLOR	—	2002
ARTIGO SAÚDE E BELEZA.	Portal Eletrônico Beleza Inteligente	2002
ARTIGO-UM FORTE AROMA DE FUHER	Portal Isto É	1997
EMBALGEM DE DESCOLORANTE LIGHTNER - SHIZEN	Akari Ind. Exp.Ltda. S.B. do Campo	2002

ROL DAS FONTES

FONTE	LOCALIZAÇÃO	DATA DO DOC.
JORNAIS		
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	23/07/1990
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	03/05/1993
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	14/11/1993
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	24/07/1994
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	26/01/1996.
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	05/04/1996
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	03/04/1996
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	08/07/1996
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	10/07/1996
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	23/07/1996
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	25/06/1998
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	30/07/1998
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	17/08/1998
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	19/08/1998
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	24/06/2000
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	28/07/2001
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	28/11/2001
O POVO	BIBLIOTECA PÚBLICA	09//04/2002
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	28/11/1991
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	13/08/1997
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	11/06/1998
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	09/07/1998
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	10/08/1998
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	18/08/1998
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	19/08/1998
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	7/12/1998
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	10/05/1999
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	10/01/2000
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	13/01/2000
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	15/01/2000
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	25/01/2000
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	29/01/2000
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	08/02/2001
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	19/04/2001
DIÁRIO DO NORDESTE	BIBLIOTECA PÚBLICA	28/11/2001

ENTREVISTAS

- ANA CLÁUDIA** - CARROCEIRA.
- ANTENOR** - VENDEDOR DE CHEGADINHA.
- ANTÔNIO BARBOSA DO NASCIMENTO** - VERDUREIRO
- ANTÔNIO MÁRCIO DA CONCEIÇÃO** - VENDEDOR DE CHEGADINHA.
- ANTÔNIO MARCOS FERREIRA BARROS** - FRETISTA DE FEIRA.
- ANTÔNIO RODRIGUES DA ROCHA** - VENDEDOR DE PIABAS NO ESPETO.
- RANCISCO CARLOS DE SOUZA**-VERDUREIRO.
- RANCISCO JOSÉ CARDOSO** - VENDEDOR DE OVOS DE CODORNA
- RANCISCO JOSÉ DE SOUZA** - CARROCEIRO.
- LAURA TORRES DO SANTOS** - MÃE DE VENDEDORES DE LIMÃO E LAVADEIRA
- EDSON LINHARES DE HOLANDA** - VENDEDOR DE KIT-BRONZEADOR.
- EDSON PAULO BERNARDINO** - CATADOR DE LIXO
- EDSON DAQUIM LUCAS VIEIRA**-PEIXEIRO EM CARRINHOS DE GELADEIRA
- EDSON JOSÉ RAIMUNDO DA SILVA** - VENDEDOR EM CARRINHOS DE GELADIRAS.
- EDSON JOSÉ SELEDÔNIO PINTO** - VENDEDOR AMBULANTE.
- EDSON JOSÉ** - USUÁRIA DE KIT-BRONZEADOR.
- EDSON MARIA ELDA LIMA DA SILVA**- VENDEDORA DE KIT-BRONZEADOR.
- EDSON HEILDA DOS SANTOS CASTRO** - LAVADEIRA E VENDEDORA DE BÚZIOS E
PESCADOS
- EDSON ANDOVAL NASCIMENTO TEIXEIRA** - PEDREIRO, CATADOR DE LIXO.
- EDSON ELDA DA SILVA** - VENDEDORA DE QUENTINHAS.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, Martha. "Cultura popular: um conceito e várias histórias". In: ABREU, Martha & SOIHET, Rachel. **Ensino de História: Conceitos, temáticas e metodologia**(orgs). Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003, p.83-102.

ALBERTI, Verena. **História oral: A experiência do CPDOC**. Rio de Janeiro: Ed FGV, 1990

ALESSANDRI CARLOS, Ana F. "A construção de uma Nova Urbanidade" In: Borzacchiello da Silva, Maria Clélia Lustosa Costa, Eustógio Wanderley Correia Dantas.(Orgs). **A Cidade e o Urbano: Temas para debates.**/ Fortaleza: EUFC. 1997.

ANDRIOTTI NETO, Nello. **Código do Consumidor**. São Paulo: Rideel, 1991.

ARAGÃO, Liduina G. T. **As trilhas da cidade pelas memórias dos trabalhadores do lixo de Fortaleza**. 2002. 164 f. Dissertação (Mestrado em sociologia) Departamento de sociologia, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2002.

ARANTES, Antônio. "A guerra dos lugares: sobre" fronteiras simbólicas e limiaridades no espaço urbano. **Revista do IPHAN**. Brasília: Mic., V.23, 1996, p.190-203.

BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de F. Rabelais**. São Paulo: Hucitec, 1988.

BARBOSA, Marta E. J. **Cidade na contramão. Fortaleza nas primeiras décadas do século XX**. 1996. 196 f. Dissertação (Mestrado em História), Departamento de História, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1996.

_____. "Entre palha e jardins. Fortaleza nas primeiras década do século XX" In: FENELON, Déa (Org) **Cidades**. Pesquisa em História. Programas de Pós-graduação em História PUC/SP Série—Pesquisa em História. São Paulo: Olho d'água, 1999, p 153-171.

BARREIRA, Irllys A F. **O Reverso das vitrines: conflitos urbanos e cultura política**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed, 1992.

BAUDRILLARD, Jean **O sistema dos objetos**. 3 ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1997.

BÉDARIDA, François. "Tempo presente e presença da história". In: FERREIRA MORAIS, Marieta & AMADO, Janaína (orgs). **Usos e**

Abusos da História Oral. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998, p. 219-229.

BENJAMIN, Walter. **Rua de Mão Única** - Obras escolhidas V II. 5 ed., São Paulo. Ed. Brasiliense, 1987a.

_____. **Magia e técnica, arte e política** - Obras escolhidas V I. 4 ed., São Paulo. Ed. Brasiliense, 1987b.

BIERSACK, Aletta. "Saber local, História local". In: HUNT, Lynn. **A Nova História Cultural.** São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1995, p. 97-130.

BOLLÉME, Geneviève **O Povo por escrito.** São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BOSI, Ecléa. "Problemas ligados à cultura das classes pobres". In: VALE, Edênio & QUEIRÓZ, José(orgs). **A Cultura do Povo**, 3ª edição, São Paulo: Ed. Cortez-Instituto de Estudos Especiais, 1984.

BRAYNER, Natália G. "Imagens e pesquisa. Diálogo ente ciência e arte". In: **Cadernos do Ceam. Tramas, espelhos e poderes na memória**, Nº2, 2000.

BRESCHIANI, Maria S. "Cidades: espaços e memórias". In PEREIRA CUNHA, Maria Clementina(org). **O Direito Memória: Patrimônio Histórico e Cidadania.** São Paulo, DPH, p. 137-146, 1992.

BURKE, Peter, "Culturas Populares e Cultura de elite". **Diálogos.** São Paulo. Universidade Estadual de Maringá, V. 1, 1995.

CALVINO, Italo. "A palavra escrita e não escrita". In: FERREIRA MORAIS, Marieta & AMADO, Janaína (orgs). **Usos e Abusos da História Oral.** Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998, p 139-147.

CAMPOS, Eduardo. **O inquilino do passado.** Fortaleza: Casa José de Alencar: Programa editorial, 1996.

_____. **A Fortaleza provincial: rural e urbano.** Fortaleza: Secretaria de Cultura, Turismo e Desporto, 1998.

CANTOR MAGNANI, José G. **Festa no pedaço. Cultura popular e lazer na cidade.** 2ª ed. São Paulo: Ed. Unesp, 1998.

CAVALCANTE, Juraci M. "A cristalização de uma "Cultura de Migrações" no cotidiano de indivíduos, famílias e jovens

interioranos do Ceará". Fortaleza: **Revista do Instituto do Ceará** Tomo CXI-Ano CXI, p. 109-137.

CERTEAU, Michel de(1986) **A cultural no Plural**. Campinas: Papirus,1997.

_____. **A Escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense Universitária,1982.

_____. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

_____. **A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

CHALHOUB, Sidney "Classes perigosas". **Trabalhadores. N°06. Classes Perigosas**. Campinas: ACAEL, Unicamp/ IFCH, 1990.

CHARTIER, Roger "Cultura do Povo": revisitando um conceito Historiográfico. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, Vol. 8, N°16, 1995, p 179-192.

_____. "A visão do Historiador modernista". In: FERREIRA MORAIS, Marieta & AMADO, Janaína (orgs). **Usos e Abusos da História Oral**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998, p. 215-218.

CHAVES, Olivenor S. **Atravessando Sertões. Memórias de Velhas e Velhos Camponeses do Baixo-Jaguaribe-Ce**. 2002, 334 f. Tese (Doutorado em História)—Centro de filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2002.

CORBIN, Alain **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

CORBIN, Alain. "Uma História quase impossível". Entrevista a Denise Bernuzzi de Sant'Anna. **Projeto História**,. São Paulo: Educ., N°19, 1999, p. 210.

COUTINHO, Eduardo "O cinema documentário e a escuta sensível da alteridade". **Projeto História**. São Paulo: EDUC., N°17, 1997,p.165-191.

DANTAS, Eustógio W C. **Comércio ambulante no centro de Fortaleza/ CE(1975-1995)**. 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana)—Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

Mar à vista: estudo da maritimidade em Fortaleza. Fortaleza: Museu do Ceará/ Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2002

DARTON, Robert **O grande massacre dos gatos e outros episódios da História Cultural francesa.** Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1986.

DAVIS, Natalie Z. **Culturas do Povo,** São Paulo: Paz e Terra, 1990.

DIAS, Maria O. S. **Quotidiano e Poder** 2ª edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

Hermenêutica do cotidiano na Historiografia Contemporânea. Projeto História. São Paulo Educ., N°17, 1998, p.223-258.

DURHAM, Eunice Ribeiro A Sociedade Vista da Periferia In Kowarick, Lúcio. **As Leis Sociais e a Cidade.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988, p. 169-204.

ELLISON, Ralph **O Homem invisível.** São Paulo: Marco Zero, 1990

FERREIRA, Jerusa P. **O livro de São Cipriano: uma legenda de massas.** São Paulo: Perspectiva, 1992.

FERREIRA, Marieta de M. "História Oral e Tempo Presente". In: **I Encontro Regional de História Oral/ Sudeste-Sul (1.: 1995: São Paulo) (Re) Introduzindo a História Oral no Brasil/ Organização José Carlos Sebe Bom Melhy.**—São Paulo: Xamã, 1996.—(Série eventos), p. 18-19.

FREITAS, Sônia M. **História Oral: possibilidades e procedimentos.** São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP: Imprensa do Estado, 2002.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e História.** São Paulo: Ed: Companhia das Letras, 1989.

O Queijo e os Vermes. São Paulo: Companhia das Letras, 1987

Olhos de madeira: nove reflexões sobre a distância. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

GONDON, Tânia R A. "Entre memória e História: tempos múltiplos de um discurso a muitas vozes". **Projeto História,** São Paulo: EDUC-FAPESP, N°22, 2001, p.139-156.

GRACIANI, Maria Stela S **Pedagogia social de rua: análise e sistematização de uma experiência vivida**. São Paulo: Cortez: Instituto Paulo Freire, 1999.

GUTHRIE, W. K. C. **Os Sofistas**. São Paulo: Paulus, 1995.

HAGUETE, Tereza M. F. **O mito das estratégias de sobrevivência: Um estudo sobre o trabalhador urbano e sua Família**. Fortaleza: Edições UFC, 1982.

HUNT, Lynn. **A nova história cultural**. São Paulo: Ed. Martins Fontes. 1995.

JUCÁ, Gisafran N. M. "A História de Fortaleza através da imprensa e do depoimento dos velhos". **Trajetos**. Dossiê Cultura e Poder. Programa de Pós Graduação em História Social do Departamento de História da UFC, V 1.Nº1,2001.

_____. **Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza(1945-1960)**. São Paulo: Annablume; Fortaleza: SECULT, 2000.

KHOURY, Yara. "A Narrativas orais na investigação da História Social". **Projeto História**. São Paulo: EDUC-FAPESP, Nº22, 2001, p.79-104

KUNZ, Martine S. "Histórias reais de vendedores nada ortodoxos, os camelôs". **O Povo**, Fortaleza, 23 set. 1990. Caderno Ensaio, p 6b.

LE GOFF, Jacques. **A nova história cultural**. 4ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

LINDENFELD, Jacqueline. "Palavras rituais nos mercados urbanos na França". **Projeto História**. São Paulo: Educ., Nº19., 1999, p 31-44.

LINHARES, Paulo. **Cidade de água e sal: Por uma Antropologia do litoral do Nordeste sem cana e sem açúcar**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1992.

LINS, Paulo. **Cidade de Deus**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

LISPECTO, Clarice. **A hora da estrela**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1984.

_____. **A água viva..** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1998.

LUCENA, Célia T. **Artes de lembrar e inventar: (re) Lembranças de Migrantes**. São Paulo: Arte e Ciência, 1999.

MARICATO, Ermínia. **Brasil, cidades: alternativas para a crise urbana**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIZIARA, Rosana **Nos rastros dos restos: as trajetórias do lixo na cidade de São Paulo**. São Paulo: EDUC, 2001.

MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1975.

MONTENEGRO, Antônio T. **História oral e memória. A cultura popular revisitada**. São Paulo: Contexto, 1992.

MOURA, Esmeralda B. B. de. "Crianças operárias na recém industrializada São Paulo". In PRIORE, Mary D. (org) **História das Crianças no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1999.

PALLARES-BURKE, Maria L. G. **As muitas faces da História. Nove entrevistas**. São Paulo: ed. UNESPE, 2000.

PASSERINI, Luisa. "Mitobiografia em história oral". **Projeto História**. São Paulo EDUC-FAPESP, N°10, 1993, p 29-41.

PIMENTEL, Lídia Valesca B. **Praça José de Alencar: Pedacos da cidade, palco da vida**. 1998. 141 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Departamento de Sociologia—Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 1998.

PINHEIRO, Maria L. **U.A cidade sobre os ombros: trabalho e conflito no Porto de Manaus**. Manaus: Editora da Universidade do Amazonas, 1999.

PORTELLI, Alessandro. "Forma e significado na história oral. A pesquisa como um experimento em igualdade". **Projeto História, Cultura e Representação**. São Paulo: Educ, N°14, 1997a, p.7-24.

_____. "O que faz a história oral diferente". **Projeto História**. São Paulo, N°14, 1997b, p.25-40.

_____. "Sonhos Ucrânicos: memórias e possíveis mundos dos trabalhadores". **Projeto História**,. São Paulo: EDUC-FAPESP, N°10, 1993, p 29-41.

_____. "O massacre de Civitella Val di Chiana (Toscana, 29 de julho de 1944): mito e Política, luto e senso comum". In FERREIRA MORAIS, Marieta & AMADO, Janaína (orgs). **Usos e Abusos da História Oral**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998, p 103-130.

_____ "História oral como gênero". **Projeto História**, São Paulo: EDUC-FAPESP, N°22, 2001, p. 9-36.

_____ "A filosofia e os fatos. Narração, interpretação e significado nas memórias e nas fontes orais". **2 Tempo**. Revista do Departamento de História da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, V1, N°2, 1996, p.59-72.

PORTO ALEGRE, Sylvia **Mãos de Mestre: itinerários da arte e da tradição**. São Paulo: Maltese, 1994, p. 57-61.

OLIVEIRA, Caterina S. **Fortaleza: seis romances, seis visões**. Fortaleza: UFC Edições, 1998.

RAMOS, Francisco. R.L Severino do Horto: a voz por escrito. **Projeto História**, São Paulo, N°22, 2001, p.315-332.

_____ "A Santa Cruz do deserto: Memórias do Caldeirão". **Projeto História**. São Paulo: EDUC., N°17, 1998, p.361-380.

REIS FILHO, Nestor G **Imagens de vilas e cidades do Brasil colonial**. Coleção Uspiana- Brasil 500 anos. São Paulo: EDUSP/ Imprensa Oficial, 2000.

RIOS, Kênia S. **Engenhos da Memória: narrativas da seca no Ceará**. 2003, 306 f. Tese (Doutorado em História)—Departamento de História, Pontifícia, Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.

RIZZINI, Irma **Pequenos trabalhadores do Brasil** In DEL PRIORE, Mary (Org) *História das Crianças no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1999 p. 376-404.

RUTHERFORD, Jonathan. "O Terceiro Espaço Uma Entrevista com Hommi Bhabha". **Revista do IPHAN—Cidadania**, Brasília—Mic, N°24, 1995, p. 35-41.

SAHLINS, Marshal. **Ilhas de História**. Rio de Janeiro: Ed Zahar, 1990.

SANTANA, Charles A. **Fatura e ventura camponesas: trabalho, cotidiano e migrações. Bahia: 1950-1980**. São Paulo: Annablume., 1998.

SANT'ANNA, Denise B. de. O receio dos "Trabalhos Perdidos". Corpo e cidade. **Projeto História**. São Paulo Educ, N°3, 1996 , p. 121-128.

_____ **Corpos de Passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea.** São Paulo: Estação Liberdade, 2001a.

_____ "Sem Teseu, sem Minotauro": aventuras da memória. **Projeto História.** São Paulo: EDUC, N°17, 1998, p.475-478.

_____ "Entre pele e paisagem". **Projeto História,** São Paulo: EDUC, N°23, 2001b, p.193-207.

SANTOS, Elionai N. R. **Praia da Barra do Ceará: exclusão social e lazer.** 2000, 158 f. Dissertação (Mestrado em desenvolvimento e meio Ambiente)—Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Federal do Ceara, Fortaleza, 2000.

SANTOS DE MATOS, Maria Izilda. "Entre o campo e a cidade: tensões e polêmicas em torno das indústrias de junta". **Projeto História.** São Paulo, EDUC-FAPESP, N°19, 1999, p. 59-78.

_____ "História e oralidade: a música nos territórios de Adoniran Barbosa". **Projeto História.** São Paulo, EDUC-FAPESP, N°22, 2001, p. 277-286.

SANTOS, Maria das G., LAUE, Birgit e VICENTE, Teresa P. **Mutirão: Alternativa para a moradia popular? Experiência em Fortaleza (Conjunto das Goiabeiras, Mutirão do Pirambu, Conjunto dos Três núcleos da Barra).** 1994 114 f. Estudo(Intercâmbio)—CEARAH Periferia—ASA Programa, Fortaleza—Berlim, 1994.

SANTOS, Abdias J. **O Biscateiro: Depoimento de um trabalhador.** Petrópolis: Vozes. 1980.

SILVA, Maria A M. "Fiandeiras, tecelãs, oleiras... redesenhando as grotas e veredas". **Projeto História.** São Paulo: Ed. Educ., N°16, 1998.

SILVA, Fernando T. da. **A carga e a culpa. Operários das Dorcas de Santos: Direitos e Cultura de solidariedade 1937-1968.** Santos: Hucitec, 1995.

SILVA, José B. da. **Nas Trilhas da Cidade.** Fortaleza: Museu do Ceará. Coleção outras Histórias, 2001.

_____ **Quando os Incomodados não se retiram: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza.** Fortaleza: Multigraf Editora, 1992.

SILVA, Fernando T. da **A carga e a culpa. Operários das Dorcas de Santos: Direitos e Cultura de solidariedade 1937-1968.** Santos: Hucitec, 1995.

SOUZA, Maria J. da S. **A ocupação do espaço urbano em Fortaleza: O caso do "Calçadão da Beira Mar.** 1990, 111 f. Monografia (Especialização em Urbanização Brasileira). Departamento de Geografia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza: 1990.

SUASSUNA, Ariano. **O Auto da compadecida.** 31ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1997

THOMPSON, E.P. **Costumes em comum. Estudo sobre a cultura popular tradicional.** São Paulo: Cia das Letras, 1998.

THONSON, Alistair, FRISCH & Hamilton, Paulo. "Os debates sobre a memória e história: alguns aspectos internacionais". In: FERREIRA MORAIS, Marieta & AMADO, Janaína (org). **Usos e Abusos da História Oral.** Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998, p. 65-92.

VEYNE, Paul. **Como se escreve a História.** 2ª ed, Brasília: Ed UnB, 1992.

VIEIRA, Maria P. A, PEIXOTO, Maria R C. & KHOURY, Yara M. A. **A pesquisa em história.** São Paulo: Ática, 1995.

VIGARELLO, Georges " O trabalho dos corpos e do espaço". **Projeto História.** São Paulo: EDUC, nº13, 1996, p.7-20.

WILLIAMS, Rayumond **O campo e a cidade: na história e na literatura.** São Paulo: Cia das Letras, 1992.