

## **O espaço público dos vendedores ambulantes (Guiana francesa, Belém do Pará e Recife, Brasil): entre negociação e conflito, a procura de sustentabilidade**

**Caterine Reginensi**

Antropóloga, Escola de Arquitetura de Toulouse, pesquisadora do GRECO (Groupe de Recherche Environnement, Conception-Bureau de la Recherche Architecturale) e do CIEU (Centre Interdisciplinaire d'Etudes Urbaines ) UMR 5053- CNRS/ Universidade de Toulouse  
Le Mirail França

Esta comunicação apresenta as práticas sócio econômicas e as apropriações de territórios de vários vendedores ambulantes, na Guiana francesa, nos espaços das fronteiras, em Belém e Recife, cidades brasileiras, nos espaços públicos das ruas, praças e praias.<sup>1</sup> Esta contribuição apoia-se em pesquisas realizadas na Guiana francesa e no Brasil, desde 1998. Nosso trabalho tenta descrever e compreender como as populações, oriundas de fluxos migratórios, conseguem uma identidade urbana na sua relação ao território. Em condições precárias, estes

comerciantes da rua e na rua, participam do desenvolvimento tanto econômico como social e cultural, numa permanente negociação do seu espaço físico e do seu papel social. Tolerados ou perseguidos pelo poder policial, estabelecem estratégias de mobilidade e organizam-se em redes cujo cotidiano é a procura de uma cidade mais sustentável.

Esta noção de sustentabilidade está sujeita a controvérsias. Aqui será abordada através de um duplo processo: como uma forma de injeção e como um modo de apropriação social. Assim, o confronto violento dos vendedores ambulantes com as forças policiais e com o poder público, constitui um elemento modificador das práticas profissionais e também uma experiência complexa, na qual todos os segmentos da sociedade se encontram envolvidos.

### **Migrantes e antropólogos na fronteira**

Os ambulantes encontrados estabelecem relações pessoais de ajuda e de confiança, representando um grupo social original cuja característica comum é saber construir uma estratégia de sobrevivência através do comércio. Estuda-se mais particularmente :

- **Os ambulantes perto da fronteira** Guiana francesa/Suriname. A maior parte dos vendedores são homens jovens chamados *wakaman*, literalmente “homem que anda”. Este primeiro personagem define um primeiro tipo de ambulante, indivíduo móvel por excelência. O *wakaman* é um jovem, de 15 a 30 anos de origem crioula, negro, ameríndio<sup>ii</sup>, ou brasileira que evolui na região de Saint Laurent mas também em outras cidades da Guiana, do Suriname e do Brasil. Reconhecem-se através de sinais, da linguagem mas também através das roupas : tênis (Nike obrigatoriamente !), bonés, camisetas, calças, bijouterias de ouro (colares, anéis, dentes de ouro). Escutam um estilo de música : reggae, ragga rap. As atividades deles concentram-se no setor urbano, têm com eles carteiras de identidade, seja qual for a nacionalidade deles. Sabem quem repara um motor de carro, quem fabrica um barco ou onde encontrar as mercadorias as mais diversas : álcool, cigarros, e outros objetos possíveis de serem revendidos. Trabalham em função das oportunidades e estabelecem redes de contato.

- **Os ambulantes do mercado de Saint Laurent du Maroni** (Guiana francesa). Estas vendedoras são mulheres, entre 13 e 45 anos, vindas do Suriname (Albina e Paramaribo). Representam um segundo tipo de ambulante, são chamadas *mascates*. Vendem na cidade de Saint Laurent e vão de cidade em cidade. Elas são numerosas na quarta-feira e no sábado na praça do mercado situada na cidade colonial.

- Por fim, **um terceiro tipo de vendedores**: são os ambulantes situados na rua, nas avenidas de Belém, nas praças e na praia em Recife. Em Belém, cidade da Amazônia, escolhe-se

estudar os vendedores de artigos manufaturados, instalados próximos de um Shopping Center. Em Recife, estudou-se o comerciante ambulante da praça do Derby e da praia urbana de Boa Viagem.

Estes diferentes tipos de ambulantes, mesmo em situações diferentes, têm em comum a relação vivida com a fronteira, que se caracteriza por :

-uma utilização seletiva das tradições : “ Viver na fronteira é viver em suspensão” nos sugere De Sousa Santos (2001) ; isto significa que os indivíduos não se fixam em um lugar mesmo se o desejam, eles, são “ daqui e dali ”, viajam sem parar de um lado para o outro da fronteira, ativando a rede no lugar de origem (no Suriname ou no Brasil para os nossos pesquisados) mas também nos espaços urbanos de acolhida ;

-uma invenção permanente das formas de sociabilidade : reconhecendo na diferença as oportunidades para mobilizar os recursos e, para certos ambulantes, mudar de estatuto e ser um comerciante estabelecido ;

-uma luta e uma negociação com as formas de autoridade para preservar o seu lugar ; principalmente no caso de Saint Laurent du Maroni, em Belém e em Recife onde os ambulantes devem lutar com os poderes para preservar o lugar na rua, ter uma legitimidade como comerciante de rua.

Através de alguns exemplos procura-se compreender como os migrantes, individualmente e coletivamente, se instalam, são atores na e da cidade, *cidade mais complexa, que nasce no coração das práticas cidadinas* (Agier,1999 : 9). Seguindo um primeiro estudo sociológico da cidade na Guiana francesa, centralizada no estudo das redes de relações e de trocas entre as populações (Reginensi, 1996), minha intenção com caráter antropológico, consistiu em seguir os ambulantes no espaço frontaleiro Guiana/Suriname, nas ruas de Belém e Recife e identificar as práticas sócio-espaciais nestes espaços urbanos (Reginensi, 2002).

Assim, destaca-se uma certa “ coincidência ” entre o percurso do pesquisador e o percurso do migrante, do espaço das fronteiras para os espaços urbanos de acolhida pois quando se diz seguir, deve-se compreender acompanhar “ o outro ” no sentido físico do termo nas suas trajetórias sobre diferentes escalas de territórios.

Minhas pesquisas na Guiana e no Brasil estão baseadas em observações repetidas, fotografias das práticas de trocas e de mobilidade assim como na análise dos discursos dos indivíduos encontrados. Esse trabalho foi um ato permanente de diálogo. As informações são coletadas, uma a uma, através de uma confiança estabelecida e trata-se de “ convencer os interlocutores que não era nem polícia nem fiscal dos serviços sanitários, tão pouco fiscais e concorrentes

potenciais” (Peraldi, 2001 : 24). Sempre que possível tenta-se compartilhar com os ambulantes os momentos-chaves da atividade deles. Para isso, vira-se clientes, tenta-se pechinchar e passa-se muito tempo com eles. Tenta-se compreender os atos mercantis propriamente falando, as relações cliente-vendedor, mas também os momentos intensos que são as viagens para comprar as mercadorias, negociar as oportunidades.

### **Diversidade das atividades econômicas informais e heterogeneidade dos percursos**

De acordo com as nossas observações de campo, estabelece-se uma tipologia destas economias informais que propõem uma reflexão sobre o nível e a natureza do laço social mobilizado o que supõe que todos os tipos identificados podem em um momento ou outro se sobrepor. Pode-se dizer que durante as suas existências, os indivíduos podem passar de um modelo de economia para um outro ou às vezes, se implicarem simultaneamente em dois tipos propostos :

1. **A economia familiar** : consiste na auto-produção e na auto-consumo (dos produtos da roça como a mandioca, as frutas e os legumes) mas também da capacidade em mobilizar os laços familiares com uso comercial. A família substitui a empresa. Este tipo de economia se refere aos Negros da Guiana francesa e sobretudo aos Hmongs, população vinda do Laos que cultiva a terra em dois lugares da Guiana : Cacao, próximo de Caiena e Javouhey, perto de Saint Laurent. São os principais produtores de frutas e de legumes que vendem nos mercados de Caiena, Kourou e Saint Laurent. Em Belém, nas ilhas da foz do Amazonas, são cultivados produtos encontrados em diversas feiras, em particular, no *Ver o Peso*. Em Recife, existe também uma pequena produção agrícola familiar no subúrbio da cidade que alimenta as prateleiras dos mercados.
2. **A economia de sobrevivência** : permite que cada indivíduo encontre os seus próprios meios de sobrevivência e o mínimo necessário para as trocas. Esta forma de economia informal é muito próxima das economias de sobrevivência africanas em uma sociedade do tipo pós-colonial. A preocupação dos indivíduos, principalmente das mulheres, é a falta de dinheiro (Guerin, 2002). Uma entrevistada, mascate do mercado de Saint Laurent, dirá : *estou cansada de ir buscar dinheiro com as minhas filhas para dar comida para a família !*. As vezes, algumas destas mascates evoluem e passam a ser empreendedoras com uma dimensão internacional passando de um tipo de economia a um outro. É o caso das mulheres de Paramaribo, capital do Suriname, que

organizam o comércio da mandioca em grande escala para a Europa e os Estados Unidos. É nesta economia de sobrevivência que se encontram os *wakaman* ou o merceiro do bairro (o qual, atrás da sua loja, pode ter uma garagem mecânica ou estocar mercadorias adquiridas mais ou menos legalmente). Atividades, novos trabalhos, “ bicos ”, “ jobs ” como se diz correntemente na Guiana, “ biscate ” em Belém ou em Recife, permitem aumentar os ganhos, obter rapidamente um complemento financeiro indispensável em um contexto de crise.

**Um primeiro caso :** Sammy, o encontrei pela primeira vez, em 1997 em Saint Laurent du Maroni, na Guiana francesa. Estava com 19 anos. Obteve há pouco tempo a nacionalidade francesa, mas diz: *sou Djuka*. Em 1986, seus pais tinham fugido da guerra civil no Suriname. Nascido em Albina, no Suriname, Sammy se sente em casa em Saint Laurent onde os membros da sua família se instalaram bem antes da guerra civil. Desde pequeno atravessava o rio, de barco, para visitar os seus primos. Mais tarde, já adolescente, quando os problemas na fronteira se acalmaram, recomeçou as travessias para acompanhar a sua mãe e vender os produtos na feira. Mora em uma pequena casa de madeira construída pelo seu pai e seus tios situada em uma “ cidade espontânea ” ainda existente. Estas construções, sem autorização, construídas sobre palafitas nas margens do Maroni foram proibidas e as populações reloxadas por toda a cidade. Sammy não frequentou muito a escola mas sabe o suficiente para encontrar outras pessoas e criar, além da rede familiar, outras relações. Soube negociar uma formação dentro dos dispositivos da política da cidade. Assim, no espaço do Maroni, diversas oportunidades vão aparecer para que ele desenvolva uma atividade econômica. Sammy se define como *wakaman*.

O conjunto das atividades se desenvolvem em torno do conhecimento, das competências artesanais gerando por vezes o trabalho no negro em grande escala com redes de desvio de mercadorias muito complexas. No caso das cidades brasileiras, este tipo de economia permite a sobrevivência de várias pessoas e mesmo de famílias inteiras.

**Um segundo caso em Belém :** Zélia tem 24 ans. Nasceu em Belém. É solteira, sem filhos. Mora no subúrbio (Ananindeua). Vai a Belém todas as manhãs de ônibus (meia hora de trajeto). É vendedora há um mês na avenida Almirante Barroso : disseram-lhe que era o melhor lugar. Como estava desempregada comprou um estrutura metálica (500 reais) com a

ajuda da família. Esta estrutura, coberta por uma toalha listrada verde e branca, a mesma para todos os vendedores ambulantes, foi sugerida pela Prefeitura para harmonizar as “ lojas ” dos ambulantes sobre o espaço público. Deve pagar para guardar a estrutura e um jovem para ajudá-la (ao todo quase 10 reais). Está presente todos os dias das 8h às 19h e no sábado até às 21h. As mercadorias (relógios, brinquedos, pinças, tiaras para os cabelos,...) são compradas de um negociante por 500 reais. *Um bom dia de trabalho? É quando se ganha 50 reais.* Os preços flutuam o tempo todo, *depende das oportunidades, às vezes um negociante tem mais relógios, uma outra vez ele terá mais bolsas ou brinquedos na moda como os Pokémons ou Digimones e assim muda* Os clientes são pessoas de passagem que vão ao shopping ali perto. Zélia tem uma autorização da prefeitura para se instalar naquele lugar e deseja continuar vendendo neste lugar...

**3. A economia, às vezes com dimensão internacional, ativando as redes familiares e outros** : trata-se de um tipo de comércio fundado nos laços sociais, éticos e familiares e funcionando no modo dos mundos em diáspora. Encontramos *verdadeiros empreendedores sem empresas, com grandes redes expansionistas ou pequenas famílias restritas no círculo do parente próximo* (Peraldi, 2001 : 16). É o caso de certos Negros que desenvolvem atividades na Guiana francesa, no Suriname e, além, em Miami ou na Europa (Amsterdam), ou das redes de ambulantes em Belém e em Recife.

**Outros casos de ambulantes em Belém e em Recife** : Danilo tem 34 anos, ele é casado, pai de três filhos. Faz um ano que ele trabalha na avenida Barroso. Nasceu em uma cidade do interior do Pará e seu pai partiu trabalhar em São Paulo onde ele foi com a sua mãe e uma das suas irmãs quando ele tinha 8 anos. Mas a cidade grande não lhes agradou e voltaram e começaram a trabalhar nas praças e nas ruas de Belém como ambulantes há 10 anos. *“Mesmo se devemos negociar o lugar com os outros vendedores, discutir com a Prefeitura para ter o direito de ficar, aqui é melhor e trabalhar por conta propria é melhor do que ter um patrão em cima de nós ”* Ele tem uma outra barraca na avenida Vargas, no centro, onde trabalham um irmão e um empregado. *A minha família inteira é uma família de ambulantes* diz ele sorrindo. Seu pai e a sua mãe são vendedores em um outro bairro de Belém, sua irmã mais velha, com 40 anos de idade, emprega uma dezena de vendedores e vendedoras na cidade. Gana (renda média) 48 000 reais por mês. Pagando cada empregado 373 reais por mês, faz um benefício de 7 464 reais por mês (valor em real atualizando em 2004).

Antônio tem 48 ans. Nasceu em uma cidade do interior de Pernambuco. É vendedor ambulante na praia de Boa Viagem em Recife há 14 anos e tem três empregados. Possui também dois comércios. Um deles é um caminhão instalado em um bairro popular chamado Entre Apulso<sup>iii</sup> Sua irmã, sua mãe e seu irmão também são ambulantes. Ganha quase 500 reais por mês com a sua “ barraca na praia ”. Com as rendas dos seus dois comércios consegue pagar os empregados e pretende investir em um outro ponto de venda.

## **Do espaço do Rio na Guiana ao espaço da rua em Belém e Recife : a relação ao poder público e os desafios do desenvolvimento sustentável**

### ***Trocas e mercados***

Na Guiana, as diferentes categorias econômicas evocadas se encontram em dois espaços estudados : o do “ rio-fronteira ”<sup>iv</sup> e das suas margens e o do mercado de Saint Laurent. Examina-se, em detalhe, as trocas nestes dois espaços relacionados com uma economia de sobrevivência cotidiana.

De acordo com o estudo de EMERAUDE datando do final de 1999, 120 barqueiros asseguram a ligação diária Saint Laurent/Albina (Suriname). Uma das principais atividades é o transporte de gasolina. Este produto é menos taxado no Suriname e representa uma atividade intensa. As trocas acontecem nas margens do Maroni em pontos bem precisos em Saint Laurent e Albina. A gasolina é vendida em Saint Laurent na beira da estrada entre o desembarcadouro da mãe-d’água e da cidade chinesa pelos vendedores ambulantes. Quase a metade dos habitantes da cidade (EMERAUDE, segundo várias fontes de informação), todas as origens confundidas, compram a gasolina assim como outros produtos vindos do Suriname. Em Albina, entre o desembarcadouro principal e a estação Texaco, a atividade é intensa sobretudo pela manhã : as embarcações são esperadas pelos *wakaman* que propõem os seus serviços (carregar as bagagens, encontrar um transporte, trocar os euros em florins surinameses, vender bebidas). Grita-se e briga-se verbalmente, por vezes fisicamente para captar a clientela. No mesmo espaço e ao mesmo tempo, os táxis esvaziam os passageiros que utilizam os serviços das barcas para ir para Saint Laurent. São turistas, mulheres surinamesas, as *mascates* que vão vender no mercado.

É no mercado de Saint Laurent, nas quartas-feiras e nos sábados de manhã, que as *mascates* são numerosas. Modificam a configuração deste mercado chamado Hmong onde, desde o final dos anos 1980, a presença das mulheres, das crianças, dos adolescentes Negros não pára de aumentar : contava-se em 1995, data das minhas primeiras pesquisas, uma duzena de

*mascates*, e ultimamente (2001-2003) este número pode ser multiplicado por três. Os produtos mencionados vêm das roças (cultura itinerante sobre as queimadas) mas a maior parte vêm do Suriname e do mercado de Paramaribo. As *mascates* fazem as compras nas terças e nas sextas-feiras. Nas quartas-feiras e nos sábados as 5h da manhã elas partem a Saint Laurent para vender. As 7 h da manhã (quartas e sábados) instalam-se no mercado. Têm ajuda das crianças. O material por elas utilizado é um simples carrinho de mão para expor os produtos à venda, algumas delas têm mini geleiras para os congelados (frango e carne). Colocam-se entre as filas dos vendedores “ oficiais ”, os Hmongs ou os membros das outras comunidades que pagam um direito de local para o empregado municipal. Certas mulheres se movimentam ou enviam uma criança vender alho, cebola, em pequenos sacos plásticos. Entre 8h e 11h o ambiente é efervescente. O mercado é em primeiro lugar um espaço material e as *mascates* vivem neste ambiente. O mercado é animado, muito colorido pela presença de todos os produtos da agricultura local aos quais integram-se as cores vivas dos parassóis, das roupas. Os cheiros são múltiplos : frutas , pratos cozidos. O caráter sonoro do mercado é particular : entonações, ritmos das diferentes línguas se misturam ao barulho dos carros. As *mascates* gritam para atrair os clientes : alho, cebola, frango, açúcar, açai. Os preços são às vezes inscritos em pequenos pedaços de papel e variam entre 2 e 3 euros.

A relação cliente/*mascate* é na maior parte das vezes limitada pois as *mascates* falam o *taki-taki* (mistura de inglês, holandês e crioulo). O cliente mostra a mercadoria, pede o preço, compra e segue o seu caminho. Não há possibilidade de pechinchar. Um problema pode aparecer no momento de dar o troco pois parece que isto não existe ! É assim difícil de obter troco para um bilhete de 10 euros ou mesmo 5 euros. É preciso prever moedas e bilhetes de menor valor, caso contrário deve-se esperar a volta da criança que foi trocar o dinheiro e isto pode levar tempo !

O mercado é um espaço onde exprimem-se diferentes relações sociais : relações entre vizinhos (as *mascates* moram quase sempre no mesmo bairro), relações inter-éticas, relações de conflito. Esta última é omnipresente. Ela pode surgir brutalmente. Entre elas, as *mascates* falam da vida delas de mulher, das suas vidas amorosas e às vezes elas brigam. O tom passa da brincadeira, ao escárnio e ao desafio. Notamos que é dentro do táxi ou do mini ônibus que vêm de Paramaribo que as discussões podem virar em brigas. No mercado existe um outro tipo de tensão : o principal conflito se encontra entre as *mascates* consideradas como clandestinas na Guiana francesa e as autoridades policiais. É comum ver as *mascates* recolherem as mercadorias e desaparecem correndo. São na maior parte das vezes perseguidas desde as margens do rio. Tudo depende da situação política e social local. Em caso de

conflito, por exemplo, entre comunidades do bairro, a polícia se manifesta de maneira mais ou menos repressiva e as mascates são as vítimas. As mercadorias delas são apreendidas e elas são enviadas para a fronteira depois de terem passado um momento no posto de polícia.

Porém, pode-se dizer também que o espaço do mercado reflete um espaço de paz social onde todas as comunidades estão presentes. Toda a gama de identidade social pode ser vista e pode mesmo servir de dinâmica de negociação entre as populações – que aprendem rápido a se servir da rede de relações conjuntamente com as tradições – e as instituições que tentam aplicar as normas. De fato, o mercado de Saint Laurent e as margens do rio são espaços de trocas informais, onde podemos distinguir o que, nesta atividade econômica, representa a política (legal, ilegal) e o cultural (como por exemplo as práticas mágico-religiosas para que o *business* funcione bem – termo utilizado pelos negros que designa o conjunto da atividade econômica informal – ou ainda para afastar as rivalidades, para ter proteção...)

### ***Belém do Para, Recife (Pernambuco): as “empresas dos espaços-ruas”***

Em Belém, escolhe-se os ambulantes da avenida Almirante Barroso, cruzamento da estrada BR, estrada nacional por onde entra-se na cidade, delimitando vários bairros, populares e residenciais, próximo do shopping *Castanheira*. Esta escolha foi determinada pelo trabalho de campo no bairro popular de Marambaia. Morando neste lugar, tive tempo de observar e de entrevistar os ambulantes.

Em Recife<sup>v</sup>, os lugares escolhidos foram :

- a praia de Boa Viagem, próxima de um bairro residencial nobre e um bairro popular, próximo do Shopping center do Recife,
- a praça do Derby, situada no bairro do mesmo nome. Ela serve de cruzamento e de conexão entre os diferentes bairros da cidade. De fato, a avenida Agamenon Magalhães, situada a leste possui vários pontos de ônibus que permitem a circulação para diferentes bairros de Recife e da região metropolitana. Perto da praça encontram-se : agências bancárias, restaurantes, uma caserna de bombeiros, um posto da polícia militar, laboratórios de análises clínicas, hospitais e clínicas. Assim, os usuários da praça são os habitantes das periferias e de outras cidades do Estado que vêm de ônibus para fazer uma consulta médica e acabam passeando na praça, fazendo um piquenique. Esta praça é um dos principais lugares do mercado ambulante de Recife.

Nós utilizamos a noção de “ empresas de espaço-rua ”, preferida de Dingan’ Bazabas (1997). Este autor estudou o mercado de Port au Prince no Haiti, e define todo um sistema de trocas

urbanas muito próximas daqueles que pudemos estudar em Belém e em Recife. Diferentes do mercado de Saint Laurent, estes mercados des ambulantes favorecem numerosas interações clientes/vendedores, os quais fixam os preços. Pechincha-se os preços e espera-se o troco, e várias vezes recebe-se bombons. Trata-se de uma economia de bazar :

*...o bazar, lugar onde todos aqueles que entram, atravessando as portas do recinto, aspirados pela paixão e pela frenesia mercantil, fazem “ negócio ”, como uma atividade. Aliás, a economia do bazar é “ esta forma social de relação mercantil na qual as coisas, os atos, os serviços, adquirem o estatuto de mercadorias através da realização interativa quando o ato mercantil é transformado em uma dimensão de performance teatral* (Peraldi, 2001 : 18-19). Descobri-se, sem portanto ter compreendido toda a complexidade, um sistema econômico saído de um conjunto de unidades de produção, de distribuição e de indivíduos que são ao mesmo tempo consumidores e produtores. Esta empresa de “ espaço-rua ” é uma unidade de distribuição espontânea fisicamente implantada e simbolicamente reconhecida. Trata-se de um espaço público organizado em um eixo – ruas, calçadas e às vezes galerias – suporte de fluxo de pessoas e de mercadorias e símbolo da vida urbana. *Todo o mundo precisa comprar comida ou comprar um guarda-chuva* dirá José, ambulante desde pequeno. Ressalta que há uma verdadeira economia permitindo viver a vários indivíduos e consumir os produtos indispensáveis (como o guarda-chuva, por exemplo, pois chove todos os dias em Belém, cujo clima é tropical úmido). Neste sentido, o trabalho de Ana Laura Dos Santos Sena (2002), com 218 ambulantes (vendedores de produtos alimentícios) das ruas e das praças do centro de Belém, mostra bem que o aumento do número de trabalhadores ambulantes favorece a ocupação de novos espaços na cidade e o desenvolvimento de novas atividades, o que provoca uma reorganização espacial da distribuição. Essa autora insiste no fato de que virar ambulante é o resultado de uma exclusão do mercado de trabalho formal e esta atividade, no olhar do trabalho de campo, não pode ser considerada como um complemento mas como a principal fonte de renda para as famílias.

Em Belém, nesta avenida Barroso (mais também em outros lugares da cidade), as trocas mercantis qualificam o espaço público urbano pela diversidade da atividade e da função. Encontra-se:

- vendedores ambulantes de produtos alimentares ou bens manufaturados (um só vendedor com indivíduos constituindo ajudas cotidianas ou pontuais), instalados na calçada de maneira permanente ou itinerantes pela avenida,

- vendedores prestadores de serviços oferecendo serviços de proximidade e de consumo diversos e estabelecendo um laço com o Shopping (certos habitantes dos bairros populares cozinham pratos em casa para os restaurantes e as lanchonetes do Shopping),

-vendedores tendo uma barraca e também uma loja dentro da residência e propondo entregas a domicílio,

- vendedores ambulantes propondo produtos artesanais através da reciclagem de vários materiais : papel, plástico, metal, tendo uma barraca itinerante, se movimentando de uma praça a outra, de um mercado ao outro.

Cada modelo de mercado informal segue estratégias de implantação (por exemplo : o vizinho guarda o lugar ocupado) e respeita normas restritas e precisas. Os produtos vendidos são variados. As quantidades variam de acordo com o vendedor. Todas as origens étnicas estão representadas : mestiços, índios, negros, asiáticos. Os compradores vêm de toda a cidade.

Em Recife, na praça do Derby, as bancas – simples estruturas de madeira e de metal – estão instaladas perto dos pontos de ônibus. A estrutura é permanente. A noite, os vendedores pegam as mercadorias e fecham uma parte da estrutura (sistema com janelas) com um cadeado. Vendem frutas, bebidas, pratos, bombons, relógios e CDs. Outros vendedores, mais “ móveis ”, aparecem no final do dia. Instalam um plástico, um cartão de papelão no chão ou em cima de uma carreta de madeira para vender frutas e bebidas. Enfim, no espaço fechado da praça, entre os bancos e os espaços verdes, encontram-se os vendedores ambulantes com uma carreta. Toca música anunciando a passagem de um vendedor de sorvetes. Na praia, a venda ambulante se organiza tomando formas diversas onde a “ invenção ” de cada um é livre :

- Um simples bastão de madeira colocado em cima do ombro mantém em equilíbrio saquinhos de amendoins, ovos de codorna e produtos solares,
- Carrinhos (com ou sem guarda-sol) da marca KIBON ornamentados com sininhos anunciam a passagem do vendedor,
- Sacos plásticos rígidos, levados nos braços, contém garrafas térmicas com *caldinho* (sopa a base de camarão, peixe ou feijão),
- Carrinhos de madeira chamados “ tubarão ” oferecem o raspa-raspa, evocando o barulho do gelo raspado : é o vendedor de suco gelado,
- Uma simples tábua de madeira flexível serve de apresentação para óculos, bijuterias, bikinis, cangas...

- O carrinho de peixe frito é uma verdadeira cozinha ambulante : o peixe é conservado no sal, um fogão à gaz, uma tábua para cortar a salada, tomates, cebolas para decorar o peixe frito e servido na hora...
- Uma bacia na cabeça, limões verdes, uma pequena geladeira cheia de bebidas e aparece um vendedor que percorre toda a praça fazendo quilômetros,
- A “ barraca ”, simples galpão ou pequena palhoça é instalada todos os dias das 7 da manhã até as 16 h, os vendedores propõem bebidas, pratos e colocam à disposição dos cliente (turista ou habitante) guarda-sóis e cadeiras de praia.

### ***Redes de ambulantes***

Nota-se que além destas unidades de produção ou distribuição, existe um conjunto de fornecedores que abastecem o circuito e constitui-se redes de ambulantes : “ *meu fornecedor trabalha bem, ele é como eu, nasceu nesta pequena cidade do interior, é um antigo ambulante, ele desenvolveu a sua atividade, abriu um entreposto na sua própria casa para estocar e revender por sua própria conta. Em seguida comprou um local, obteve as autorizações da prefeitura para que a sua filha trabalhe no centro histórico como ambulante. A mulher dele trabalha na prefeitura, conhece os políticos ! Uma outra das suas filhas tem uma loja de artesanato e uma barraca no mercado da avenida Vargas. Ela tem vários empregados. O filho ajuda o pai e virou fornecedor de ambulantes perto da estação. Ele trabalhará logo logo por conta própria* ” (Mônica, vendedora ambulante da avenida Barroso).

Estas redes se constroem perpertualmente. Roger Bastide (1970) fala de “bricolage” dizendo que um grupo humano disperso e privado do seu espaço de origem pode elaborar processos de coesão e criação de um cenário que foi perdido. Estas redes mostram também que as competências estão em jogo no trabalho dos ambulantes. O indivíduo não está mais em questão mas sim os diferentes papéis que ele vai representar na interação.

O pesquisador deve observar a situação, o contexto. Da mesma maneira que todo espaço é circulatório mas não forma portanto um território (Tarrus, 1993), todo morador é um cidadão que tem acesso às competências urbanas mas não necessaraimante às competências mestiças, se nos referimos à definição proposta por Elisabeth CUNIN : a competência mestiça é definida como *a capacidade de conhecer, mobilizar, aplicar as regras e os valores próprios de cada situação, de passar de um quadro normativo a um outro, de definir seu papel e o dos outros de maneira interdependente*(Cunin, 2001 :10).

Além da estratégia fundada no trabalho familiar com fraca rentabilidade, organiza-se uma sociedade comercial onde cada um aproveita do outro e onde mobilizar a rede pode permitir a

certos indivíduos um percurso de empreendedor do comércio ambulante de rua. A competência mestiça é uma categoria de análise construída pelo pesquisador. Ela permite, dentro do contexto de urbanização acelerado e de construção da mudança social das cidades brasileiras, mostrar como se constroem as categorias, como funcionam os mecanismos de construção dos papéis sociais e de cidadania.

Através destes exemplos, percebemos sinais de normalização : o reconhecimento pela passagem do informal à legalidade. O governo do Estado do Pará e a municipalidade de Belém instalam programas para reforçar esta economia informal e de acompanhamento (regras de higiene, pagamento de um direito de localização) e desenvolvimento do emprego e das rendas (Dos Santos Sena, 2002). Em Recife, a municipalidade negocia com os ambulantes (4.400 ambulantes nas ruas e praças de Santo Antonio e São José) e com os comerciantes (ajudas, exoneração de impostos) para que eles se instalem em outros lugares. Desde 1995, três grandes ações referentes ao comércio de rua foram lançadas : primeiro a organização dos ambulantes no espaço público tolerando no máximo 700 ambulantes na via pública (os da praça do Derby fazem parte) ; em seguida, a criação de dois polos de comerciantes ambulantes autorizados e organizados nos espaços com sanitários (avenida Dantas Barreto e Cais de Santa Rita).

Em Belém e em Recife, a relação ambulantes/autoridades é sempre conflitual, mistura de legalidade e ilegalidade (Lautier, 2004, p.45). Os ambulantes não são nunca totalmente dentro ou fora da lei e nem sempre satisfeitos com as novas regras. Dizem encontrar problemas para vender na rua, ligados às condições impostas (contrôle, regras a respeitar, ter uma licença) e às condições do próprio lugar : chuva, calor, falta de higiene, falta de banheiros públicos, barulho... Preocupam-se com a violência, com as agressões (roubos etc) às quais eles estão expostos, e com a violência simbólica da imagem deles : “ cúmplices ” dos ladrões ou revendedores de mercadorias roubadas.

## **Conclusão**

Os exemplos da relação formal/informal na Guiana e no Brasil se referem a questão política dos Estados, dos poderes públicos enquanto que a economia se situa fora deste quadro e dentro de formas de mobilização complexas e fluídas.

Do ponto de vista antropológico, os indivíduos pesquisados, procuram passar do quadro informal ao formal e o fazem com o objetivo de melhorar o estatuto social ou para transmitir o

conhecimento aos filhos enquanto que o informal não se transmite verdadeiramente. Em certos casos, os filhos e as filhas percorrem o mesmo caminho dos pais e das mães se eles eram empreendedores. As trocas informais baseiam-se em grande parte na invenção, na originalidade e toda intervenção de formalização pode gerar dificuldades.

Os ambulantes, atores da economia urbana subterrânea, afrontam vários desafios do desenvolvimento sustentável e respondem a eles de modo diferenciado.

O primeiro desafio é o da organização do espaço. As vezes confrontam-se, de forma violenta a reestruturação dos espaços públicos, o que os obriga ou a se deslocar para novos lugares da cidade ou a formar um mercado organizado. Observam-se, tanto em Belém como em Recife um processo de saturação dos pontos de comércio ambulante. Os entrevistados afirmam que não há condições de entrada de novos ambulantes e ocorrem muitas disputas entre ambulantes para a conservação do ponto.

Outro desafio é, o processo de institucionalização das práticas, o confronto com o poder público, a violência da polícia sugere essa pergunta : a aplicação de normas enfraquece o “espírito” inventivo e empreendedor dos ambulantes?

Pode perguntar-se retomando a fala de Milton Santos (2001:5) como abordar a questão do informal como desafio da sociedade: *Esse setor informal... é o lugar da liberdade, da inventividade, da originalidade, é o lugar onde tudo pode estar presente. A racionalidade do chamado setor formal mata o futuro. Então, como é que eu vou estimular essas forças sociais, essa forma de vida interpessoal, sem que isso seja corrompido pela formalidade? Acho que é esse o problema a ser tratado.*

## **Referências bibliográficas**

AGIER M. (1999), *L'invention de la ville : banlieues, townships, invasions et favelas*, Paris, Editions des Archives contemporaines, 175 p.

BASTIDE R., (1970), “Mémoire collective et sociologie du bricolage” in : *L'année sociologique*. Paris : PUF, pp.65-108

CUNIN E., (2001), “La compétence métisse. Chicago sous les tropiques ou les vertus heuristiques du métissage”, In : *Sociétés contemporaines*, “ Ancrages/Brassages ”, n° 43, pp.7-31

DE SOUSA SANTOS Boaventura, (2001), [3<sup>ème</sup> edition] *A crítica da razão indolente. Contra o desperdício da experiência*, São Paulo, Cortez Editora, 420 p.

- DINGAN' BAZABAS, (1997), *Du marché de rue en Haïti. Le système urbain de Port au prince face à ses entreprises "d'espace-rue"*. L'Harmattan, collection Villes et entreprises, Paris, 130 p.
- DOS SANTOS SENA A.L.( 2002), *Trabalho informal nas ruas e praças de Belém : Estudo sobre o comércio ambulante de produtos alimentícios* , NAEA, UFPA, 275p.
- EMERAUDE SARL,(1999), Etude de l'impact socio-économique des échanges entre St Laurent du Maroni et Albina, SATEP-DDE Guyane, 80 p.
- GUERIN I.(2002), " Les pratiques financières des femmes entrepreneurs. Exemples sénégalais ", *Revue Tiers Monde*, N°172, t.XLIII, Paris : PUF, pp.809-829
- LAUTIER B.(2004).*L'économie informelle dans le Tiers Monde*. Paris : La découverte collection Repères n°155, 114p.
- PERALDI M., (sous la direction de), (2001), *Cabas et containers, Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*. Maison méditerranéenne des sciences de l'homme, Paris, Editions Maisonneuve et Larose. 361 p.
- REGINENSI C.  
(1996), *Vouloir la ville : du business à la citoyenneté en Guyane française*, Montpellier, Editions de l'Espérou, Ecole d'architecture, 150 p.  
(2002) " Qué significa la ciudad para los habitantes de la Amazonia en la Guyana y en Brasil ? Cuál es el aporte de la antropología ? " In : *Revista Virajes*, n° 4 " Ciudades " Universidad de Manizales, Departamento de antropología, sociología, Colombia pp. 22-40
- SANTOS M. (2001), Entrevista in *Cadernos especial Le Monde Diplomatique* "Um Outro mundo urbano é possível."
- TARRIUS A.  
(1989), *Anthropologie du mouvement*. Caen : Editions Paradigme,185 p.  
(1993) "Territoires circulatoires et espaces urbains", *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°59-60, juin

---

<sup>i</sup> Esta contribuição apoia-se em umas pesquisas realizadas na Guiana francesa e no Brasil, desde 1998.

<sup>ii</sup> Bushinengue ou Negros são de origem africana, antigos escravos que fugiram das plantações da Guiana holandesa antes da abolição da escravatura e se dispersaram sobre o território das Guianas. Eles são compostos de várias etnias : os Bonis, os Djukas e os Paramaca.

---

A população ameríndia é composta de sete etnias : os Kalinas, os Wayanas, os Arawaks, os Palikours, os Wayapis, os Galibis e os Emerillons. Notamos que o conjunto da sociedade guianesa nasceu da colonização e com a exceção dos ameríndios, todas as componentes da população foram importadas.

<sup>iii</sup> Entre Apulso tem uma área de 8,33 ha , situada entre os canais de Setúbal e Jordão, no bairro da Boa Viagem, com 10 000 habitantes (segundo dados do IBGE 2000) muitos moradores sobrevivem do trabalho informal, ambulante na orla da praia, domésticas, lavadeiras, pedreiros. Ao Sul encontram-se os lotes regulamentados da malha formal da cidade, e ao Norte, o Shopping Center Recife.

<sup>iv</sup> Na Guiana, a população atinge hoje 160 000 habitantes, sendo que a população aumentou 37% entre 1990 e 1999, sobre um imenso território de 90 000 km<sup>2</sup>. A produção dos territórios urbanos (geográficos e políticos) é o fruto de uma história cujas traças estão ainda presentes : histoire da colônia, das migrações, dos ciclos econômicos específicos. Assim, a corrida do ouro, a implantação do presídio, a criação do centro espacial vão modificar o espaço e provocar o surgimento de novas cidades : por exemplo, no final do século passado, Saint Laurent du Maroni nascerá a oeste em 1986, a guerra civil, no Suriname, do outro lado do rio “ fronteira ” provocará a vinda maciça de populações, dobrando praticamente a população da cidade.

<sup>v</sup> Responsável de um projeto de cooperação entre a Escola de Arquitetura Languedoc Roussillon e a Universidade Federal de Pernambuco (Recife, Brasil) sobre o tema da habitação popular e o desenvolvimento sustentável, estive em Recife um mês por ano, entre 2000 e 2002.