



Da Praça ao Ônibus: *Performance*, Sociabilidade e a Resignificação de Espaços Públicos da Cidade nas Interpelações Comunicacionais¹

Marcela Belchior Gomes de Matos².

Universidade Federal do Ceará (UFC).

Resumo

Quem utiliza o transporte público da cidade com certa frequência, possivelmente já se deparou com as abordagens de que trata este estudo. Variando na forma e no conteúdo, homens, mulheres, jovens e crianças lançam mão de estratégias de venda que mais parecem poesia, ao adentrar diariamente nos ônibus que percorrem Fortaleza. A fala ritmada com que se comunicam muitos deles; o canto que dá vez à criatividade no jogo de idéias; o corpo imposto à frente do público; a mercadoria à venda. Tudo isso compõe a troca de linguagens e códigos de que é composto o cenário onde este trabalho tem origem. Historicamente realizadas em praças públicas, as *performances* são, agora, executadas em transportes coletivos, que desafiam o conceito de não-lugar e se consolidam como um novo local de sociabilidade na cidade.

Palavras-chave

Performance; cidade; cultura.

Corpo do trabalho

Onipresente, insistente, agitada, a massa dos intérpretes não tem delimitações fixas nem precisas. Socialmente heterogênea, recruta-se em todos os setores não camponeses da população e dá provas de uma mobilidade que, de um dia para outro, pode modificar a condição do indivíduo; fazer do cavaleiro um errante miserável, do clérigo um saltimbanco, do recitador popular um cantador introduzido nas altas rodas.

Paul Zumthor

¹ Trabalho submetido à Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais (Altercom), durante o XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom); realizado de 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

² Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFC. Foi bolsista do Programa de Iniciação Tecnológica Industrial, do CNPq, no Projeto Matrizes Culturais, Gêneros e Formatos Radiofônicos: a Construção do Rádio Cearense entre os Anos 1928-1948. Foi bolsista do Programa de Iniciação à Docência, na disciplina de Jornalismo Comunitário, da UFC. Apresentou trabalho no XIV Encontro de Extensão da UFC e no Encontro de Iniciação à Docência da UFC em 2004. Publicou artigo nos Anais do XXIX Congresso da Intercom, em 2006.



Ronco de motor. No sacolejar do transporte coletivo, passageiros descansam o corpo fadigoso das atividades do dia nos assentos duplos, enquanto outros tantos se apóiam nos bastões de metal dos corredores do veículo, em meio a curvas e solavancos. “Lotação: 37 passageiros sentados. 37 passageiros em pé”. A placa, logo acima do painel de controle do carro, nem sempre ilustra a rotina de milhares, senão milhões de pessoas que percorrem as ruas de Fortaleza no, quase sempre, mirabolante ônibus.

Instalada bem próximo ao antigo aviso pintado à mão, “Fale ao motorista somente o indispensável”, a tagarela tela digital, em cores, sons e movimento, indica: “Próxima parada: Reitoria”. Do lado de fora do veículo, dois garotos aguardam o ônibus chegar. Típica brincadeira de meninos: troca de leves socos, pontapés e muita risada. “Se eu te der um murro, você pode me dar um também”. É intervalo do trabalho. O mais velho, de uns doze anos de idade, enche os olhos ao contar sua principal motivação para as vendas do dia. “Hoje eu quero conseguir fazer vinte reais, para comprar um boné que eu vi numa loja”. Seu colega, mais jovem um pouco e tão pequenino — de certo mais pela falta de comer pela herança de pobreza do que pelo legado genético — não quer saber de conversa com esta pesquisadora que vos escreve. Seus olhares se revezam entre as “gaiatices” do recreio no ponto de ônibus e o espiar da próxima linha a tomar. Então está. Fiquem à vontade, cada um com sua caixinha de balas. Dentre as formas de sobrevivência, Benjamin (*apud* ARAÚJO, 1996, p. 2) destaca “as estratégias pela guerra de posições, as econômicas pela inflação, as físicas pela batalha de material bélico, as morais pelos detentores do poder, as do corpo pela fome”.

E lá vai ele, adentrando o veículo pela porta dianteira, reservada a idosos, gestantes, portadores de deficiência, pessoas com crianças de colo, funcionários do setor de transportes da cidade e, claro, aos artistas do dia-a-dia. Manoel³ tem nove anos de idade, é mulato; se apresenta sempre de short, camiseta e com pés descalços; possui um olhar arrematadoramente arregalado e a boca entreaberta; quase sempre. Possui força e energia na voz como poucos, num “gasquito” brado de atenção para si. “Com licença, motorista”. O pequeno percorre, cambaleante com os zigue-zagues da viagem, o longo

³ Utilizo o pseudônimo Manoel para preservar a norma legal de preservação da imagem da criança e adolescente, presente no Capítulo II, artigo 17 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que diz “O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais”; além de tratar de forma ética as fontes de pesquisa deste trabalho.

caminho de ofertas; do primeiro ao último assento antes da catraca. Balas de goma sobre minhas pernas; sobre várias pernas. Sobre uma criança, que segura com todo cuidado a caixinha de balas. Uma enorme e pesada caixa que teima em não esvaziar. Uma atividade de sobrevivência. “Sub vivência”. Uma das heranças que marcou a sociedade brasileira desde suas origens coloniais, que persistiram até após do século XIX, quando “se forjou o mercado de mão-de-obra livre no Brasil, num contexto de intensa degradação do trabalho, acumulado através de quatro séculos de rigores e horrores inerentes ao cativo” (KOWARICK, 1994, p. 17).

Essa cena já se tornou parte do ambiente diário de encontros e desencontros nos transportes coletivos, numa composição de sons que mesclam a melodia grosseira típica do trânsito nas ruas da cidade, a música cafona arremessada das caixas de som do veículo aos ouvidos dos passageiros, as vociferações de cada personagem do espaço ao discurso de vida do vendedor de balas, na dor de, novamente, declamar a poesia.

Senhoras e senhores passageiros. Gente, me “desculpe” se eu “tiver” lhe incomodando. É porque eu estou aqui “trabaian”, porque o meu pai vive muito doente no hospital. As duas “é” um real ou “é” um vale transporte. Eu agradeço de coração. Vão com Deus e boa viagem (sic)

4

O garoto recolhe bala por bala entregue a cada passageiro e salta do ônibus na parada mais próxima, pronto para mais uma apresentação. Não apenas ele. Nesse ambiente cotidiano, que já se tornou tema para, por exemplo, piadas, crônicas e estudos científicos como este, se fazem presentes homens, mulheres, crianças e adolescentes que transformam o interior de um ônibus em palco para suas performances.

Numa breve viagem em transportes coletivos da cidade, nos deparamos com inúmeras formas de pessoas “ganharem a vida”. Às vezes, literalmente. Certa vez, numa das paradas nos terminais de ônibus municipais, ao final do percurso, um jovem senhor adentrou o veículo. Ele expunha marcas deixadas no próprio corpo — por cirurgias, originadas de graves acidentes e doenças — e pedia remédios, dinheiro ou comida. Em outro carro, podemos nos encontrar com um rapaz que, não sei bem se por minha falta de

⁴ Transcrição do registro sonoro de performance de Manoel, durante o percurso no ônibus de linha Campus do Pici/Unifor, em setembro de 2004, na cidade de Fortaleza, no Ceará. O registro foi realizado por meio de um gravador de som portátil, em pesquisa de campo para este trabalho.



alcance às suas palavras ou mesmo por uma deficiência motora, talvez mental, não articulava bem suas palavras. O fato é que, naquele dia, ele estava calçado com suas “Havaianas”, short amarelo e uma camiseta surrada do “Banco do Brasil”. No discurso, embora enrolado pela falta de competência ao pronunciar cada palavra e caminhar pelo carro em movimento dava para perceber que se tratava de ajuda para comprar um remédio: “Gardenal”. E ele enfatizou: “Se eu não tomar esse remédio, eu fico doido, que nem cachorro doido”. Há, também, os que mostram as receitas médicas para o remédio da esposa ou as contas a pagar. Numa entrega da sua privacidade, que parece perder o valor, durante algumas horas, diante da recompensa de um pouco mais de vida.

Quase sempre, é o testemunho o grande trunfo para gerar a comoção e a conseqüente ajuda. Se o conteúdo do discurso é verdadeiro ou não, sabe-se lá. Mas o que se apresenta é a própria história de vida, que se expressa por meio de “uma voz afetada, sentimental, moralista e muitas vezes reacionária, mas, por fim, uma voz por meio da qual se expressa o rouco submundo que nem à direita culta nem à esquerda política pareceu interessar” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 198). Aposentado, com “não sei quantos” filhos e divorciado da esposa, um senhor relata que recebe pensão no valor de um salário mínimo. Depois da distribuição entre os filhos, a ele restam apenas sessenta reais. Lá se vai à peregrinação com a carteira de identidade e o documento da previdência social para comprovar a própria miséria a desconhecidos, a fim de torná-los suas pernas, já que as de carne e osso, agora, pouco o sustentam.

E não apenas com a voz se fazem presentes os chamados *performers*. Gorete, 31 anos, portadora de deficiência visual enche de poesia o translado quente e barulhento quando oferece aos passageiros as notas musicais oriundas de uma flauta para amadores⁵. Com todo cuidado, a mulher caminha por todo o ônibus, recolhendo as moedas, que são concedidas pelo público como um reconhecimento, talvez não pela

⁵ Zumthor (1993) fala de performers que se apresentavam em toda a Europa, no período estendido do século XV ao XVII, pertencentes à classe de “jograis” (da qual falaremos com maior profundidade no capítulo 2 deste trabalho) cegos. Eles eram detentores de repertório tipificado, que recebeu nomes como “arte de cego” ou “romances de cegos”. “Essa especialização dos cegos constituiu um fato etnológico marcante, que se pôde observar, ainda em nossos dias, em todo o Terceiro Mundo. Sem dúvida, numa sociedade em que nenhuma instituição assegura nem o cuidado nem a reinserção do cego, a solução mais óbvia de seu problema é a mendicância, e o canto pode ser o meio. Mais fortemente do que as motivações econômicas, porém, atuaram as pulsões profundas que para nós significam, miticamente, figuras antigas como Homero ou Tirésias: aqueles cuja enfermidade significa o poder dos deuses e cuja “segunda vista” entra em relação com o avesso das coisas, homens livres da visão comum, reduzidos a ser para nós só voz pura” (ZUMTHOR, 1993, p. 57).



apresentação musical, mas pela dor do outro. “Uma esmolinha para a ceguinha”, ela utiliza o jargão.

Um grupo de músicos imigrados do Peru, integrantes dos “Hermanos Salazar”, se divide entre vários veículos de Fortaleza e arrecada, ao que se percebe, quantia razoável ao levar as melodias das cordas de banjos e das flautas peruanas. É um momento instantâneo, em que o som irrompe o silêncio, enche o ambiente de energia, deixa seu recado e leva seus trocados. Um pequeno espetáculo musical. Em pares, eles selecionam o melhor dos sucessos e emplacam o discurso estilo “Bamboleo, bambolea / Porque mi vida, yo la prefiero vivir así”⁶.

Mas há, também, os que procuram reconhecimento e estímulo para a superação de suas feridas sociais. Um grupo de rapazes faz parte da Casa de Recuperação Manassés, que tem como lema “Diga não às drogas e sim a Jesus”. O projeto se propõe a incentivar o tratamento de jovens que sofrem de dependência química por meio, principalmente, da doutrina cristã evangélica. A maneira encontrada para sustentar as ações do, também chamado, “centro de transformação” é a venda de canetas acompanhadas de mensagens religiosas no interior dos ônibus. “Este irmão ajudou. Aleluia, irmão!”. É o que sempre se ouve quando algum passageiro adquire o material oferecido por eles. Este acabará sendo “recompensado por Nosso Senhor”, como eles mesmos proferem.

Um real aí é um real
Um real aí
É um real aí é um real
Um real

Vendo pilha, bateria, fita-cassete, biscoito
Paçoca, doce-de-abóbora
Doce-de-coco, rádio-relógio
Despertador do sono
Não vendo é sonho
Mas pode pedir
Se não tenho
Sei quem terá
Vendo pano pra cortina
Vendo verso, vendo rima
Carta pro rapaz e carta pra menina

⁶ BALIARDO, T., BOUCHIKHI, J, DIAZ, S., REYES, N.. Bamboleo. In: Gipsy Kings. Greatest Hits. Rio de Janeiro: Columbia, 1992, 1 CD, Faixa 3.



Eu vendo provas de amores
Por minha poesia e fantasia
Quanto vai pagar?

Um real aí é um real
Um real aí
É um real aí é um real
Um real

Com quantos reais se faz uma realidade
Preciso muito sonho pra sobreviver numa cidade
Grande jogo de cintura
Entre estar esperto e ser honesto
Há um resto que não é pouca bobagem

Um real aí é um real
Um real aí
É um real aí é um real
Um real⁷

São justamente os *performers* que se utilizam do método de venda ambulante dentro dos ônibus o objeto de nosso estudo. Aqueles que oferecem algo em troca de dinheiro; um produto, seja ele uma caneta, uma bala, uma imagem religiosa. Podemos encontrar registros de venda ambulante em Fortaleza em livros que relatam o cotidiano no início do século passado e em jornais, traçando uma identificação com as, não tanto, atuais apresentações de vendedores nos transportes coletivos da cidade “de Nossa Senhora da Assunção (...), todos trabalhando, indo, vindo, descendo, subindo, aplaudindo. Sorrindo ou chorando no rosário do dia-a-dia da existência”⁸.

Cada um se relaciona com a cidade de uma forma. Assim como a cidade se relaciona de maneira particular com cada um. Olhares peculiares e caminhadas sobre locais selecionados fazem parte do percurso e da convivência com e em uma cidade. Para Canevacci, estamos habituados a observar e identificar na zona urbana suas riquezas artísticas, comerciais, industriais, mas a cidade também comporta melodias e harmonias, ruídos e sons, regras e improvisações que nos faz presentes nela e ela em nós.

Delineia-se assim, desde estas notas iniciais, uma cidade que se comunica com vozes diversas e todas copresentes: uma cidade narrada por um coro polifônico, no qual os vários itinerários musicais ou os

⁷ LUÍS, Pedro; MARANHÃO, Rodrigo. **Rap do Real**. Interpretação de Monobloco.

⁸ GIRÃO, Raimundo. Minha cidade do oceano verde. In: GIRÃO, Raimundo. **Fortaleza e a crônica histórica**. Fortaleza: UFC, 2000.



materiais sonoros se cruzam, se encontram e se fundem, obtendo harmonias mais elevadas ou dissonâncias, através de suas respectivas linhas melódicas (CANEVACCI, 1997, p. 15).

Esta multiplicidade de vozes se entrecruza, se relaciona, forma um contraste de visões, ações e compõe as relações sociais que podemos chamar de comunicação urbana. Ela se dá, por exemplo, na troca dialógica de informações sobre as relações entre seus espaços e seus cidadãos. Cada um deles se envolve de um modo diferente com cada percurso escolhido, seja por motivos objetivos ou, predominantemente, subjetivos e inesperados. Se se vai a pé ou de ônibus; se se opta por seguir o caminho mais longo ou o mais curto; se se atenta mais para sua arquitetura ou para as relações interpessoais de seus habitantes. A maneira como cada indivíduo se relaciona com a cidade, como se utiliza de seus espaços e se deixa utilizar por eles é impulsionada pela percepção e sensibilidade individual. Esta escolha se relaciona com “o modo como uma determinada cidade comunica o seu estilo particular de vida, o seu *ethos*, o conjunto dos valores, crenças, comportamentos explícitos e implícitos que os antropólogos costumam chamar de *cultura*” (CANEVACCI, 1997, p. 20).

Um dos traços mais característicos do espaço da cidade é o conteúdo transmitido por meio de sua comunicação visual, por isso a idéia de cidade como “lugar do olhar”. (CANEVACCI, 1997, p. 43). Mas não apenas. Seus sons, odores, sabores, texturas compõem sua identidade, envolve e é envolvida pela sociedade em suas vivências. Estes elementos caracterizam-se, também, nas relações de consumo de bens materiais e culturais no interior de seu espaço, que se inserem de forma “desordenada” nas relações sociais de produção, circulação e consumo de mercadorias, por exemplo, processo que Canevacci define como “hibridismo urbano”.

Ainda que de grande importância para a compreensão das possibilidades de olhares sobre a cidade, a idéia de passividade de seu cidadão parece não dar conta dos conflitos instalados neste espaço. A cidade age e é agida por sua população, que assume o papel de sujeito e objeto no diálogo com suas avenidas, praças, transportes coletivos, esquinas, jardins, edifícios, em constantes processos de simbolização e dessimbolização que envolvem os aspectos da sociedade contemporânea, em cujas “memórias biográficas elaboram mapas urbanos invisíveis” (CANEVACCI, 1997, p. 22). Compreender uma

cidade e suas relações sociais, semióticas, antropológicas necessita colher fragmentos, lançar “pontes” para encontrar uma “pluralidade de significados”, inclusive nas práticas de consumo que, não se dão apenas como atividade econômica, nem somente formas ou heranças culturais.

(...) nem toda forma de consumo é interiorização dos valores das outras classes. O consumo pode falar e fala nos setores populares de suas justas aspirações a uma vida mais digna. Nem toda busca de ascensão social é arrivismo; ela pode ser também uma forma de protesto e expressão de certos direitos elementares. Daí a grande necessidade de uma concepção não-reprodutiva nem culturalista do consumo, capaz de oferecer um marco para a investigação da comunicação/cultura a partir do popular, isto é, que nos permita uma compreensão dos diferentes modos de apropriação cultural, dos diferentes usos sociais da comunicação. (...) O espaço da reflexão sobre o consumo é o espaço das práticas cotidianas como *lugar de interiorização muda da desigualdade social*, desde a relação com o próprio corpo até o uso do tempo, o hábitat e a consciência do possível para cada vida, do alcançável e do inatingível. Mas também como lugar da impugnação desses limites e expressão dos desejos, subversão de códigos e movimentos da pulsão e do gozo. O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção dos sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos *usos* que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais. Prova da importância desse novo terreno é a relevância política hoje adquirida pelos “novos conflitos”, as lutas contra as formas de poder que perpassam, discriminando ou reprimindo, a vida cotidiana e as lutas pela apropriação de bens e serviços. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 301).

Dessa forma, práticas de oferta e consumo de mercadorias da cidade se manifestam de diversas formas e assumem caracteres múltiplos. A idéia estereotipada de manifestação cultural popular se dá não somente em nível de linguagem, como também de gostos e dispositivos de interpelação (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 158). Martín-Barbero defende que os papéis de dominante e dominada que determinadas manifestações culturais costumavam tomar para si são hoje superadas pela visão de que “nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não é resistência, e que nem tudo que vem “de cima” são valores da classe dominante, pois há coisas que vindo de lá respondem a outras lógicas que não são as da dominação” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 119).

Não só o que vem do povo se contamina e deforma, também o povo deforma e re-significa os “grandes temas” do amor e da paixão, profana as formas narrativas e eleva as vidas marginais a modelos de honradez. De tudo isso resulta uma linguagem nova, que, por um lado, goza com os adjetivos ribombantes, mas pô outro se acomoda a seu ritmo, sua ironia e seu atrevimento (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 161).

Para Canclini, consumo quer dizer um “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (1999, p. 77). Estes processos são caracterizados pela geração de produtos, expansão do capital e reprodução de força de trabalho. Através do consumo, são satisfeitas necessidades de solidariedade e apropriações de distinções simbólicas e biológicas, participando de um “cenário de disputas” pelo que é produzido pela sociedade e modos de utilizá-lo (CANCLINI, 1999, p. 78).

Um dos principais pontos de vendas de ambulantes foram – e permanecem sendo – as praças públicas. Em meados da metade do século XIX, já se encontram relatos de que a Praça do Ferreira, no Centro de Fortaleza, no Ceará, era espaço para circulação da população da cidade, encontros de partidários políticos, comícios, protestos e até “noitadas de elegância”. “No tocante ao comércio, a “feira nova” cada minuto se tornava mais buliçosa, com o falatório dos feirantes, a mostrarem, em altos pregões, a excelência de sua mercadoria, e o dos fregueses a diminuí-la em contrapropostas jeitosas, para um final acordo no preço” (GIRÃO, 1979, p.125). Ainda hoje se encontra esse tipo de atividade comercial, com o aumento do setor informal na composição do emprego da cidade⁹.

Na Praça José de Alencar, por exemplo, ambulantes e vendedores de sanduíche estão lado a lado com homens que pregam o evangelho, passantes, engraxates, pedintes, mototaxistas, batedores de carteira, desempregados, policiais, bêbados e “artistas de rua” – com suas

⁹ INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO. **Estatísticas do mercado de trabalho urbano do Ceará**. 1ª edição. Fortaleza, 2005. 1 CD-ROM. O crescimento da informalidade da economia no País e no Estado é reflexo, também, do engrossamento da oferta de mão-de-obra no trabalho formal. Recentemente, o Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT), publicou pesquisa que aponta que, nos últimos quatro anos, o número de jovens na faixa etária de 15 a 24 anos admitidos em empregos formais cresceu no Ceará. Entretanto, no período de 1993 a 2003, a quantidade de desempregados jovens no Estado quase triplicou, saltando de 67 mil para 153 mil pessoas. Isto pode ser explicado pelo crescimento demográfico maior em relação à oferta de ocupação econômica, segundo a pesquisa. Com isso, tanto a população ocupada quanto a desocupada de jovens aumentou, apresentando crescimento de 7,09% e 18,71%, respectivamente. Os que não conseguem se encaixar na oferta de empregos encontram na informalidade o meio mais fácil de trabalho.

atrações que mais lembram pequenos circos ao ar livre. (...) Para estes habitantes, por vezes ligados à economia informal, o espaço público conserva uma grande vitalidade e se presta a um leque de atividades – moradia, trabalho, lazer, compras, troca de informações, esporte, alimentação, sociabilidade. (SILVA FILHO, 2001, p. 41).

No comércio informal, que se dá nas ruas, nas avenidas, nas praças, nos lugares de passagem, se desenvolvem personagens da cidade. Nesta perspectiva, não é difícil remeter a imagem de muitos dos *performers* dos ônibus aos “tipos populares” citados por Ponte (2001), que, desde o início do século XX “singraram os principais logradouros da cidade”. Mas não completamente, “pesando e medindo seus prós e contras, preferimos considerar que tanto os tipos populares como o “espírito amolecado” do povo – na verdade uma coisa só: a propensão popular à irreverência significava bem mais uma prática contestatória do que um efeito politicamente positivo para os setores dominantes” (PONTE, 2001, p. 183). Pode-se acrescentar, no caso dos vendedores, como forma não apenas de expressão, mas de expressão para sobrevivência. O palhaço ciclista que faz propaganda do “cine pornô” no Centro da cidade; o pedinte que, há anos, senta no calçadão da Praça do Ferreira clamando “Por Deus!” o que dia já foi “Uma esmolinha, pelo amor de Deus”; o garoto que diz participar do Programa Fome Zero ¹⁰, “Fome zero lá na minha casa”, podem ser identificados facilmente com o “Chaga dos Carneiros, o Pilombeta, o Tostão, o Manezinho do Bispo, filósofo da bestidade, o Casaca de Urubu, o Tertuliano, maníaco religioso tocante a doido, o De-Rancho” (GIRÃO, 2000, p. 46), presentes na Fortaleza da virada para o século XX.

Da praça pública, onde os *performers* ficavam à mostra e o público estava de passagem, aos ônibus, onde o público acaba por ficar à espera do ato. Para Bakhtin (1999), a praça pública forma “um mundo único e coeso onde todas as “tomadas de palavra” (desde as interpelações em altos brados até os espetáculos organizados) possuíam alguma coisa em comum, pois estavam impregnadas do mesmo ambiente de liberdade, franqueza e familiaridade”. Os costumes populares em espaços públicos que se vê hoje nas ruas da cidade vêm de muito longe, desde a Idade Média, na qual fenômenos da linguagem familiar, como grosserias, juramentos, maldições e os chamados “pregões de Paris” eram presença cotidiana nas praças públicas. As

¹⁰ www.fomezero.gov.br. O “Fome Zero” é um projeto Governo Federal para “assegurar o direito humano à alimentação adequada às pessoas com dificuldades de acesso aos alimentos. Tal estratégia se insere na promoção da segurança alimentar e nutricional buscando a inclusão social e a conquista da cidadania da população mais vulnerável à fome”.

manifestações se davam, principalmente, em épocas de festas e feiras, onde mercadores da capital gritavam "em alta voz, dando-lhe uma forma ritmada e rítmica; cada "pregão" particular (...) [era] uma quadra destinada a propor uma mercadoria e louvar-lhe as qualidades" (BAKHTIN, 1993, p. 156).

Os “pregões de Paris” são um documento muito importante da época, não apenas para a história da civilização e da língua, mas também para a da literatura. Eles não tinham, com efeito, o caráter específico e limitado da publicidade moderna, como, aliás, a própria literatura nos seus gêneros mais elevados não estava fechada aos gêneros e formas da língua humana, por mais práticas e de “baixo nível” que fossem. [O papel deles] era imenso na vida da praça pública e da rua. Essas zumbiam literalmente com os mais variados apelos. Cada mercadoria (alimentos, bebidas ou vestimentas) possuía o seu próprio vocabulário, a sua melodia, a sua entonação, isto é, a sua figura verbal e musical. (...) É importante lembrar que não só todo reclame, sem exceção, era verbal e gritado em alta voz, mas também que todos os anúncios, decretos, ordenações, leis, etc., eram trazidos ao conhecimento do povo por via oral. Na vida cultural e cotidiana, o papel do som, da palavra sonora, era muito maior do que hoje em dia, na época do rádio (BAKHTIN, 1993, p. 160).

As praças públicas trazem, desde séculos passados, um caráter de liberdade, um espaço para onde converge o não-oficial, onde diversos gêneros de atos se misturam e o povo goza de um "direito de exterritorialidade". É lá que se reúnem comerciantes e clientes, vendedores ambulantes, saltimbancos, artistas e charlatães. A partir do final do século XIX e início do século XX, com a chegada e instalação dos bondes, a praça pôde dividir seu caráter de lugar de reclames com os veículos.

O ônibus; local de transição entre o ponto de partida e o ponto de chegada; o “não-lugar” que se torna espaço de cruzamento entre pessoas de todos os sexos, idades, profissões, sonhos e destinos; a máquina que proporciona viagens de inspirações para as mais curiosas crônicas. Augé (1994) compara as idéias de lugar às de não-lugar, conferindo ao primeiro um princípio de sentido, que seja identitário, relacional e histórico; onde as relações antropológicas se dão por meio de "convivências de linguagem" e "regras não formuladas do bem-viver", onde seu habitante vive na história daquele local. Neste sentido, o não-lugar seria um espaço que não se pode definir como identitário, nem relacional, nem histórico, como as vias aéreas, ferroviárias, rodoviárias, os meios de transporte, os aeroportos, as estações e as estações aeroespaciais, as grandes



cadeias de hotéis, os parques de lazer e as grandes superfícies da distribuição. Os não-lugares seriam, então, os

pontos de trânsito e as ocupações provisórias (...), onde se desenvolve uma rede cerrada de meios de transporte que são também espaços habitados, onde o frequentador das grandes superfícies, das máquinas automáticas e dos cartões de crédito renovado com os gestos do comércio “em surdina”, um mundo assim prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero (AUGÉ, 1994, p. 74).

Aí se pode pensar em um paradoxo, a partir de um novo sentido emanado desses espaços. Ao mesmo tempo em que os ônibus são identificados como não-lugares, conceito que aplica a idéia de um espaço de passagem, de não-convivência, novas relações se estabelecem no dia-a-dia de seus usuários. Passageiros lêem, conversam, fazem um lanche, motoristas esperam a chegada das conhecidas escovas¹¹ e aproveitam para estabelecer as tais relações comerciais. A partir disso, pode-se pensar em relações de sociabilidade dentro dos ônibus.

O uso dos transportes coletivos na cidade inicia sua história por volta de 1880, ano em que foi inaugurada a primeira linha de bondes de Fortaleza. Só mais de cinquenta anos mais tarde, em 1947, têm-se o registro das primeiras experiências de linhas circulares de ônibus na capital do Ceará. Eram outras épocas da história dos transportes públicos, nos anos em que motorista era chamado de motorneiro e era vestido com *kepe*, paletó e gravata; trocador era nomeado de condutor. Nas muitas mudanças desde o começo do século XX até os dias atuais, quando a ramuna, baratinha, caminhoneta, pata-choca e bondes deram lugar aos ônibus, o ambiente durante o percurso dos passageiros já foi testemunha de várias situações.

Nas décadas passadas, é difícil encontrar registros de vendedores ambulantes que atuavam em ônibus da cidade, mas sabe-se que já em 1967 a entrada de pedintes e vendedores de balas foi proibida em transportes públicos da Capital¹². A proibição em forma de lei persiste até hoje, por meio da Lei dos Transportes, do ano de 1992, já citada neste capítulo. Ainda assim, a presença de ambulantes nos transportes continua. Eles se

¹¹ Apelido dado a paqueras e namoradas dos motoristas.

¹² FEDERAÇÃO das empresas de transportes rodoviários dos estados do Ceará, Piauí e Maranhão. **Salão do trabalho nos transportes**: linha do tempo nos transportes. Fortaleza: Cepimar, 2004.



concentram em pontos estratégicos da cidade, como a Praça José de Alencar, ruas e avenidas do bairro Aldeota e do Benfica, além de aturem nos terminais de ônibus.

No ano de 2002, foi fundada a Associação dos Vendedores Ambulantes dos Terminais de Ônibus de Fortaleza (Avatof), uma entidade que agrega quarenta e dois profissionais dos sete terminais de Fortaleza e regulariza a venda nos locais. A iniciativa partiu de um grupo de ambulantes que, até 2001, atuava clandestinamente nos postos de embarque e desembarque dos ônibus. Marciano Jorge dos Santos, vendedor ambulante desde os nove anos de idade e vice-presidente da associação, conta que eles sofriam de forte coibição e tinham que pagar propina aos agentes de segurança. “Eram três reais por dia”¹³. Depois de um ano de negociações e recursos judiciais, a Empresa de Transporte Urbano de Fortaleza S/A (Etufor), a partir de resolução do Ministério Público, concedeu permissão para o trabalho dos vendedores, embora a lei que proíbe sua entrada nos ônibus ainda vigore.

Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Maria Neyara de Oliveira. **A miséria e os dias**: história social da mendicância no Ceará. São Paulo: USP, 1996.
- ASSOCIAÇÃO dos Vendedores Ambulantes dos Terminais de Ônibus de Fortaleza. **Regimento interno**. Fortaleza, 2002.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**. Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução: Maria Lúcia Pereira. São Paulo: Papyrus, 1994.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular da Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. Tradução: Yara Frateschi. São Paulo: HUCITEC; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1993.
- CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Tradução de Maurício Santana Dias e Javier Rapp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. 4ª edição.
- CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. Tradução de Cecília Prada. São Paulo: Studio Nobel, 1997. 2ª edição.

¹³ Marciano Jorge dos Santos, 29 anos, vice-presidente e relações públicas da Associação de Vendedores Ambulantes dos Terminais de Ônibus de Fortaleza. Vendedor há vinte anos.



COHEN, Renato. **Performance como linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

FEDERAÇÃO DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES RODOVIÁRIOS DOS ESTADOS DO CEARÁ, PIAUÍ E MARANHÃO. **Salão do trabalho nos transportes: linha do tempo nos transportes**. Fortaleza: Cepimar, 2004.

FORTALEZA. Lei municipal nº 7.163 de 30 de junho de 1992. Aprova o Regulamento do Serviço de Transporte Coletivo do Município de Fortaleza. **Legislação [da] Empresa de Transporte Urbano de Fortaleza S/A**, Fortaleza, CE, *on line* em www.ettusa.ce.gov.br, disponível em 12 de outubro de 2006.

GIRÃO, Raimundo. **Fortaleza e a crônica histórica**. Fortaleza: UFC, 2000.

_____. **Geografia Estética de Fortaleza**. Fortaleza: BNB, 1979.

KOWARICK, Lúcio. **Trabalho e Vadiagem: a origem do trabalho livre no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. 2ª edição.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PONTE, Sebastião Rogério. **Fortaleza Belle Époque: reformas urbanas e controle social (1860-1930)**. 3ª edição. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2001.

SILVA FILHO, Antonio Luiz Macedo e. **Fortaleza: imagens da cidade**. Fortaleza: Museu do Ceará/Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2001.

ZUMTHOR, Paul. **A letra e a voz: a “literatura” medieval**. Tradução de Jerusa Pires Ferreira e Amalio Pinheiro. São Paulo: Companhia das Letras, 1993

_____. **Performance, recepção, leitura**. Tradução de Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. São Paulo: EDUC, 2000.

DOCUMENTO SONORO



BALIARDO, T., BOUCHIKHI, J, DIAZ, S., REYES, N.. Bamboleo. In: Gipsy Kings. **Greatest Hits**. Rio de Janeiro: Columbia, 1992, 1 CD, Faixa 3.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia**. São Paulo: Annablume, 1999.

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. 3ª edição. São Paulo: Annablume, 2003.

MACHADO, Irene. **Escola de Semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o Estudo da Cultura**. São Paulo: FAPESP (Ateliê Editorial), 2003.

METODOLOGIA CONSULTADA

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. Tradução: Gilson César Cardoso de Souza. São Paulo: Perspectiva, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

Moura, Eliene. **Bases para uma comunicação científica: normalização de monografias, dissertações e teses**. Fortaleza: INESP, 2003.

DOCUMENTO EM MEIO ELETRÔNICO

INSTITUTO de Desenvolvimento do Trabalho. **Estatísticas do mercado de trabalho urbano do Ceará**. 1ª edição. Fortaleza, 2005. 1 CD-ROM.

MATOS, Marcela Belchior Gomes de. **Registro sonoro das performances de vendedores ambulantes em ônibus de Fortaleza**. 2006. 1 CD.