

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS**  
**Instituto de Sociologia, Filosofia e Política**  
**Programa de Pós-Graduação em Sociologia**



Dissertação

**“EU TÔ NO CAMELÔ”: A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES PROFISSIONAIS  
NO POP CENTER EM PELOTAS (RS)**

**Neidiâne Cardoso da Silva**

Pelotas, 2022

Neidiâne Cardoso da Silva

**“EU TÔ NO CAMELÔ”: A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES PROFISSIONAIS  
NO POP CENTER EM PELOTAS (RS)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia, Sociologia e Política da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Robertt

Pelotas, 2022

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas  
Catalogação na Publicação

S586e Silva, Neidiâne Cardoso da

“Eu tô no camelô” : a construção de identidades profissionais no Pop Center em Pelotas (RS) / Neidiâne Cardoso da Silva ; Pedro Robertt, orientador. — Pelotas, 2022.

138 f.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, 2022.

1. Socialização. 2. Trajetórias laborais. 3. Identidades socioprofissionais. I. Robertt, Pedro, orient. II. Título.

CDD : 306.4

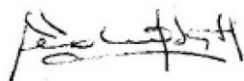
Neidiâne Cardoso da Silva

“Eu tô no camelô”: a construção de identidades profissionais no Pop Center em Pelotas (RS)

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Sociologia, do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 28 de fevereiro de 2022.

Banca examinadora:



.....  
Prof. Dr. Pedro Alcides Robertt Niz (Orientador). Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.



.....  
Profa. Dra. Ana Paula Ferreira D'Avila. Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná.



.....  
Prof. Dr. Ricardo Gonçalves Severo. Doutor em Ciências Sociais Pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Dedico esta dissertação a todos que me apoiaram a chegar até aqui, em especial a meus pais Neide e Getúlio e a meu irmão Geovany (In memoriam)

## **Agradecimentos**

Primeiramente a Deus que me concedeu essa oportunidade, força de vontade e coragem para superar todos os obstáculos.

À minha família, principalmente aos meus pais, Neide e Getúlio, e aos meus irmãos Neidilene, Jeilson e os meus amados sobrinhos Cauã, Gabrielle, Davi e Daniel por todo apoio e compreensão. A presença de vocês significou segurança e certeza para seguir adiante nessa etapa. Ao meu saudoso e amado irmão Geovany (In memoriam), que sempre me ajudou e incentivou a dar continuidade aos meus estudos, e lutar pelos meus sonhos enquanto esteve presente em minha vida. A todos os meus familiares que apoiaram e torceram por mim.

Aos meus estimados amigos que participaram e estiveram juntos comigo e que me deram apoio. Sérgio Mendonça, não tenho palavras para mensurar o quanto tua ajuda e apoio me ajudaram e fortaleceram a continuar e persistir, a sua importância foi muito significativa. Arielson do Carmo, por todo apoio emocional que deu durante todo esse período em Pelotas, pelos conselhos e longas conversas, a sua amizade foi essencial e especial. Miguel Alves meu grande e especial amigo desde os tempos da UFG, um dos maiores incentivadores na conclusão dessa etapa.

Ao meu orientador Pedro Robertt, que me ajudou a concluir esta pesquisa, advinda de uma iniciação científica, precedida pelo professor Jordão Horta Nunes, que deu uma grande oportunidade de conhecer o quanto é significativo pesquisar, meus sinceros agradecimentos.

Aos professores da banca de qualificação a professora Marilis Lemos, e o professor Francisco Vargas, pela contribuição e ajuda. Aos professores da banca examinadora final, a professora Ana Paula D'Avila, pela sua compreensão e apoio. A sua ajuda foi de suma importância e fundamental na avaliação final deste estudo. Ao professor Ricardo Severo que aceitou prontamente o convite.

A dona Maria Sirlei, por ter me recebido e amparado em sua casa, muito obrigada por ter cuidado de mim nesse período. A Rita de Cássia, uma grata amizade que se constitui em Pelotas.

Aos meus colegas de turma do Mestrado, Simone Nunes e Thiago Santana pelo apoio e perseverança que me deram em continuar nessa jornada.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento desta pesquisa por meio de uma bolsa de Mestrado.

Aos trabalhadores e trabalhadoras do Pop Center, em ter contribuído e participado desse estudo.

## Resumo

SILVA, Neidiâne da Cardoso. **“Eu tô no camelô”**: a construção de identidades profissionais no Pop Center em Pelotas (RS). 2022.138f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Sociologia Filosofia e Filosofia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2022.

Esta dissertação visa analisar os processos de socialização, as trajetórias laborais e a construção das identidades “socioprofissionais”, dos vendedores e vendedoras do Pop Center no município de Pelotas, Rio Grande do Sul. O Pop Center foi o primeiro shopping popular construído em Pelotas na primeira metade da década de 2010, para legitimar o ofício dos trabalhadores que comercializavam nas ruas do entorno do antigo centro histórico. Atualmente é composto por um total de 546 lojas, distribuídas entre comerciantes e praça de alimentação, e é conhecido principalmente pela venda de mercadorias diversas, de roupas a produtos eletrônicos. Este estudo se iniciou originalmente em Goiânia-GO entre 2012 e 2015, com o objetivo de pesquisar o ofício dos vendedores de eletrônicos que comercializavam suas mercadorias nos camelódromos do bairro de Campinas. A partir daí observou-se a necessidade de investigar esses sujeitos sociais em um novo contexto econômico, social, e local, em Pelotas. Isso porque esses trabalhadores têm passado por abruptas transformações nas suas atividades e enfrentado crises desde 2015. Presume-se que esses sujeitos sociais seguem trajetórias recorrentes neste ofício, alguns foram socializados neste ambiente e, por isso, cabe estudar como é a construção de suas identidades socioprofissionais. Dessa forma, o principal objetivo da pesquisa consiste em compreender como os vendedores e vendedoras exercem seus ofícios, e de que forma o labor influencia na construção de suas identidades socioprofissionais. Para realizar esta pesquisa, parti de uma revisão bibliográfica sobre a constituição do mercado de trabalho no Brasil e a informalidade, priorizando a teoria sociológica francesa de Claude Dubar. Em diálogo com a teoria deste último, este estudo se valeu principalmente da teoria construtivista de Berger e Luckmann, e dos conceitos de *identidade-eu* e *identidade-nós* de Norbert Elias, de *habitus* de Pierre Bourdieu, *trajetória individual* e *campo de possibilidades* de Gilberto Velho. Esses foram os conceitos chave mobilizados para compreender as principais características da socialização, das trajetórias laborais e a construção das identidades naquele espaço social. O estudo foi realizado com base em uma metodologia de cunho qualitativo, fundada em técnicas de observação participante e entrevistas semiestruturadas para conduzir um estudo de caso sobre o Pop Center e as pessoas que nele trabalham. Foram entrevistadas 17 pessoas entre outubro e dezembro de 2020, sendo quinze trabalhadores, a gerente administrativa do Pop Center e o fiscal da prefeitura de Pelotas. Os resultados demonstram que, por meio da identidade herdada (camelô), os atores sociais constituíram e estão construindo identidades visadas, fazendo a projeção de si no futuro. Na análise pormenorizada da “identidade-para-outro” demonstra-se que a sociedade ainda os vê como *camelôs*, e por isso alguns desses trabalhadores remetem a essa identificação, pois ainda são reconhecidos socialmente por essa atividade. Já a “identidade-para-si” opera na posição herdada, mas em decorrência das suas trajetórias subjetivas ocorreu a incorporação de outras identidades (comerciante, vendedor, lojista, microempresário, microempreendedor). Portanto, o termo *camelô* é uma representação social duradoura do espaço social Pop Center, resultado de processos sociais que remetem à socialização, as trajetórias e a construção de suas identidades socioprofissionais.

**Palavras-chave:** Socialização; Trajetórias laborais; Identidades socioprofissionais.



## Abstract

SILVA, Neidiâne da Cardoso. “**Eu tô no camelô**”: the construction of professional identities in the Pop Center of Pelotas (RS). 2022.138f. Dissertation (Master in Sociology) – Postgraduate Program in Sociology, Institute of Sociology, Philosophy and Politics, Federal University of Pelotas, Pelotas, 2022.

This dissertation aims to analyze the processes of socialization, the labor trajectories, and the construction of “socio-professional” identities of the Pop Center vendors in the municipality of Pelotas, Rio Grande do Sul. The Pop Center was the first popular mall built in Pelotas in the first half of the 2010s, to legitimize the profession of the workers who commercialized in the streets around the old historical center. It currently consists of a total of 546 stores, distributed among salespeople and food square, and is known mainly for the sale of diverse merchandise, from clothing to electronics. This study originally began in Goiânia-GO between 2012 and 2015, intending to research the profession of electronics vendors who sold their goods in the *camelódromos* of the Campinas neighborhood. From there, it was understood the need to investigate these social subjects in a new economic, social, and local context, in Pelotas. This is because these workers have undergone abrupt transformations in their activities and faced crises since 2015. It is assumed that these social subjects follow recurring trajectories in this trade, some were socialized in this environment and, therefore, it is worth studying how their socio-professional identities are constructed. Thus, the main objective of the research is to understand how salespeople exercise their trades, and how their labor influences the construction of socio-professional identities. To carry out this research, I started with a bibliographic review of the constitution of the labor market in Brazil, and informality, prioritizing the french sociological theory of Claude Dubar. In dialogue with Dubar's theory, this study relied mainly on Berger and Luckmann's constructivist theory, Norbert Elias's concepts of *identity-self* and *identity-we*, Pierre Bourdieu's *habitus*, Gilberto Velho's *individual trajectory* and *field of possibilities*, to understand the main characteristics of socialization, of labor trajectories, and the construction of identities in that social space. The study was realized on basis of a qualitative methodology, based on participant observation techniques and semi-structured interviews to conduct a case study about the Pop Center and the people who work there. Seventeen people were interviewed between October and December 2020, being, of these, fifteen workers, the Pop Center's administrative manager and the Pelotas City Hall inspector. The results show that, through the inherited identity (*camelô*), the social actors have constituted and are building targeted identities, projecting themselves into the future. The detailed analysis of the “identity-for-the-other” shows that society still sees them as *camelôs*, and that is why some of these workers refer to this identification because they are still socially recognized for this activity. The “identity-for-itself” operates in the inherited position, but as a result of their subjective trajectories, the incorporation of other identities (merchant, salesperson, shopkeeper, micro-entrepreneur) occurred. Therefore the term *camelô* is a lasting social representation of the Pop Center social space, the result of social processes that refer to socialization, trajectories, and the construction of their socio-professional identities.

**Keywords:** Socialization; Labor trajectories; Socioprofessional identities.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ACAMPEL- Associação dos Camelôs de Pelotas

CEFET- Centro Federal de Educação Tecnológica

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFSUL- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense

MEI- Microempreendedor Individual

PT- Partido dos Trabalhadores

PIBIC- Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica

PSDB- Partido da Social Democracia Brasileira

RTU- Regime de Tributação Unificada

RS- Rio Grande do Sul

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SPE- Concessionária shopping popular Pelotas S/A

UFG-Universidade Federal de Goiás

## Sumário

<b>Introdução</b> .....	11
<b>Capítulo 1 – A sociologia do trabalho no Brasil e o labor no comércio popular</b> .....	19
1.1. Breves apontamentos da análise sociológica do trabalho e do comércio popular no Brasil.....	19
1.1.2. Os centros de comércio popular: principais estudos e justificativa.....	26
1.2. Trabalho atípico, informal, precarizado: o que fazem os vendedores e vendedoras do Pop Center?.....	28
1.3. O município de Pelotas: alguns aspectos relevantes pra se chegar ao objeto investigado.....	35
1.4. Reflexões metodológicas e a inserção ao campo de estudo .....	38
<b>Capítulo 2 – Socialização, trajetórias e identidade</b> .....	54
2.1. A socialização.....	54
2.2. Trajetórias.....	58
2.3. A teoria sociológica da identidade de Claude Dubar.....	63
<b>Capítulo 3 – Trabalho, socialização e trajetórias: a construção das identidades “socioprofissionais” dos trabalhadores no cotidiano laboral do Pop Center</b> .....	72
3.1. O perfil das pessoas entrevistadas.....	72
3.2. As mudanças e as transformações laborais, e o cotidiano laboral dos vendedores e vendedoras no Pop Center.....	76
3.3. As trajetórias de ser camelô no Pop Center.....	91
3.4. Os tipos de identidade laboral (as formas identitárias): “identidade-para-si” e “identidade-para-outro” .....	96
3.5. Solidariedade, gênero, fiscalização e motivação: algumas reflexões sociológicas a partir dos dados da pesquisa.....	105
3.6. As perspectivas e o futuro no comércio popular .....	115
<b>Considerações finais</b> .....	122
<b>Referências bibliográficas</b> .....	126
<b>Apêndices</b> .....	131
Apêndice 1 – Termo de consentimento livre e esclarecido.....	132
Apêndice 2 – Consentimento da participação da pessoa como sujeito.....	133
Apêndice 3 – Roteiro de entrevista para os trabalhadores do centro de comércio popular.....	134

## Introdução

Este estudo apresenta uma análise sociológica sobre os *processos de socialização, as trajetórias laborais, e a construção das identidades socioprofissionais* dos vendedores e vendedoras que exercem seus ofícios no Pop Center no município de Pelotas-RS. Por isso, propus investigar a conjuntura do trabalho no comércio popular no referido município; entendendo como foram construídas suas formas identitárias mediante seus ofícios; e principalmente a organização no contexto laboral. Neste sentido o foco esteve também em como se dá a construção das identidades profissionais dos trabalhadores, nas interações sociais, e como eles se reconhecem e são reconhecidos dentro de suas ocupações; como ocorre o processo de socialização e de solidariedade social nas suas ocupações diárias com seus colegas de trabalho; como se constituíram suas trajetórias ocupacionais anteriores ao trabalho no comércio popular; e as suas projeções com relação ao futuro profissional.

Antes propriamente de enunciar mais sobre a referida pesquisa, considero importante tratar sobre a minha própria trajetória, bem como sobre as motivações que me fizeram optar por este campo de investigação sociológica no contexto organizacional das ocupações no centro de comércio popular. A realização do estudo de iniciação científica (PIBIC), iniciado em 2012 na Universidade Federal de Goiás (UFG), me instigou a pesquisa desse objeto sociológico. Na ocasião o objetivo consistia em compreender como se davam as formas de trabalho precarizado de vendedores de produtos eletrônicos, tema escassamente estudado até então. No curso do desenvolvimento da monografia (SILVA, 2015), e com a apresentação dos resultados referentes à pesquisa de campo na cidade de Goiânia-GO, percebi a necessidade de aprofundar os estudos sobre os processos de socialização, trajetórias ocupacionais e a construção de identidades socioprofissionais dessa categoria laboral. A partir de uma análise detalhada foi possível perceber a incidência das referidas categorias nos centros de comércio popular. Desde então optei por dar continuidade a esse estudo com uma nova investigação, agora no município de Pelotas-RS.

Devido ao contexto do Pop Center, e principalmente por necessitar entender todo o percurso que essa categoria laboral viveu até chegar à parceria com a

Prefeitura do município, decidi ampliar o estudo e incluir outros trabalhadores que comercializam roupas masculinas, brinquedos, mochilas, óculos, relógios, *games*, capas e películas de celulares, além dos vendedores e vendedoras de produtos de eletrônicos. Esses trabalhadores iniciaram suas atividades nas ruas do município de Pelotas, e percorreram várias etapas nos seus ofícios, até de fato obterem a intervenção das autoridades municipais que passaram a fornecer um espaço apropriado para que assim se constituísse um shopping popular, e esses trabalhadores fossem instalados nesse novo ambiente. Entretanto, a inserção dessa categoria laboral no novo espaço trouxe mudanças e transformações nas suas atividades.

Cabe mencionar que esses vendedores e vendedoras estão vivendo uma forte crise econômica em suas ocupações deste o ano de 2015. De fato, como dito anteriormente, esses trabalhadores passaram por várias mudanças, sendo administrados e fiscalizados pela Prefeitura em conjunto com a concessionária do shopping popular em Pelotas. A partir dessas transformações, passaram a pagar impostos, aluguel, condomínio, rateio de água e luz, segurança e pela limpeza do ambiente em que exercem seus ofícios. Alguns dos trabalhadores entrevistados neste estudo dizem pagar o metro quadrado mais caro da cidade; eles afirmam que pagam em torno de oitocentos reais de condomínio, e fora a despesa semanal que é em torno de cento e sessenta reais, no final do mês pagam mais duzentos reais em contribuição pela limpeza e segurança do espaço.

A situação torna-se mais difícil dado que cada banca possui tamanho diferente (em metros quadrados), e com isso trabalhadores que têm mais de uma banca dentro do Pop Center (alguns chegam a ter três) arcam com um valor maior. Em acordo com essas informações, cabe ressaltar que o shopping popular é composto por quinhentas e duas bancas (fiscalizadas pela Prefeitura) que são os permissionários, ou seja, os trabalhadores que anteriormente exerciam suas atividades nas ruas de Pelotas. Além dessas, existem quarenta e quatro lojas que compõem a praça de alimentação (lanchonetes e restaurantes) formada por lojistas, ou seja, aqueles que são administrados diretamente pela concessionária do Pop Center. O espaço como um todo é composto por lojas com uma variedade de mercadorias, desde artigos esportivos até produtos eletrônicos e de informática,

além da área alimentícia. Este local é um verdadeiro shopping popular, onde se tem uma variedade de produtos, para atender as necessidades dos consumidores.

Feita esta caracterização das motivações e do campo de estudo, a pergunta que guiará a pesquisa é a seguinte: *como os processos de socialização e suas trajetórias incidem na construção de identidades “socioprofissionais” dos trabalhadores do Pop Center de Pelotas?* Para tanto, meu objetivo consiste em apresentar o processo de construção das identidades estabelecidas pelos trabalhadores comparando com as identidades atribuídas pela sociedade (ou seja, a “identidade para si” e a “identidade para outro”, utilizando a conceptualização de Norbert Elias, como será detalhado na sequência do trabalho). Já as hipóteses que conduzirão este estudo são as seguintes:

- Supus que a construção da identidade ocorre num processo comunicativo complexo de negociação identitária. Por isso poder-se-ia afirmar que os trabalhadores do mercado popular construíram a própria identidade profissional por meio de representações subjetivas de si mesmo mediante o exercício das suas atividades;
- Conjecturei que esses comerciantes construíram identidades sociais mediante o trabalho em um espaço público-privado, onde vivem de acordo com a dinâmica que opera no exercício de suas ocupações, surgindo assim identificações que fazem frente às representações societárias do comércio popular;
- Presumi que esses trabalhadores se estruturam e se organizam no comércio popular, porque estão inseridos numa ocupação urbana, onde se tem um sentimento de pertencer ao espaço social do seu labor diário;
- Inferi que alguns desses vendedores se reconhecem como verdadeiros empreendedores, por explorar seus próprios negócios, recorrendo a cursos e aulas para aprimorar e desenvolver uma atividade empreendedora de venda de produtos e obter maiores lucros para seus negócios;
- Enfim, presumi que no mercado informal existe uma construção de gênero. As mulheres estão inseridas nesse espaço tornando-se concorrentes para os homens, por serem consideradas mais educadas, e

atenderem bem seus clientes – ainda que pouco presente em atividades mais técnicas, como de manutenção de eletrônicos.

Para estudar as identidades socioprofissionais desses trabalhadores, recorri à teoria proposta pelo sociólogo francês Claude Dubar. O autor nos fornece uma abordagem conceitual da realidade social, na sociedade francesa, entre as décadas de 1960 e 1980. Seus estudos sociológicos abordaram categorias de trabalhadores das indústrias francesas, tendo como objetivo analisar as identidades sociais e profissionais dos indivíduos. Porém, sabemos que o mercado de trabalho brasileiro possui uma realidade totalmente diferente daquela analisada pelo sociólogo francês. Por isso operacionalizarei os conceitos de *socialização*, *trajetórias*, *formas identitárias* e *identidade de ofício* adequando-os à realidade do país. Considero que esses conceitos, com as devidas mediações realizadas, são os mais pertinentes para adentrar a realidade social e profissional dos trabalhadores do Pop Center, para assim entender os processos que culminaram na construção de suas identidades socioprofissionais.

Assim, neste estudo, analisarei a conjuntura do centro de comércio popular (Pop Center) e da categoria laboral de vendedores e vendedoras de eletrônicos e outros trabalhadores afins, inseridos em um espaço social diferente do francês. Para tanto, e baseando-me nesses conceitos sociológicos advindos da teoria de Claude Dubar, busquei também auxílio na teoria do conhecimento de Berger e Luckmann para entender os processos de socialização, e a realidade social em que estão inseridos estes sujeitos sociais pesquisados. Em consonância a isto fiz referência ainda à teoria processual do sociólogo alemão Norbert Elias, que é um dos autores fundamentais para adentrar na proposta teórica de Claude Dubar, assim também como o sociólogo francês Pierre Bourdieu com o conceito de *habitus*. Já o antropólogo Gilberto Velho auxiliou a entender o conceito de trajetórias proposto por Dubar. Novamente, Bourdieu teve uma fundamental contribuição na parte metodológica deste estudo, assim como os sociólogos franceses Kaufmann e Bertuax, e por fim as análises sociológicas do trabalho produzida no Brasil.

Pesquisas sobre este tipo de trabalho precário são exíguas e geralmente abordam as condições socioeconômicas dos trabalhadores, além de sua relação com o capitalismo no mundo globalizado, e a organização social dessa forma atípica

de suas ocupações. Um exemplo disso é a tese de doutorado “Camelô de tecnologia ou camelô global: novas formas de expansão do capital na rua” (DURÃES, 2011), em que o autor considera que “o trabalho de venda informal de produtos tecnológicos possui uma amplitude global<sup>1</sup>, visto que são ligados diretamente a fenômenos mundiais, e seguem padrões correntes do capitalismo”. Um fator relevante e fundamental desse estudo é o reconhecimento da trajetória profissional e social desses trabalhadores diante da ocupação exercida, levando em conta os processos de socialização e identidade mediante as suas ocupações.

A forma identitária laboral convive, por um lado, com outras formas identitárias, como a de gênero, que tem origem na socialização familiar, incluindo, entre outros, valores estéticos, políticos e religiosos. Por outro lado, a construção de identidades está relacionada a atributos institucionais, como escolaridade, formação, pertencimento a grupos sociais de referência. Assim coube considerar, primeiramente, as formas de reconhecimento social, geralmente negativas, relacionadas ao trabalho na ocupação desses vendedores e vendedoras visto que são formas atípicas de trabalho.

Na moderna sociedade de consumidores (BAUMAN, 2008), o próprio *habitus* de consumo de bens e serviços torna-se um marco identitário, substituindo outros atributos clássicos da identidade, como escolaridade, formação e profissionalização (BOURDIEU, 2007). Pode-se afirmar, de maneira análoga, que para Elias o *habitus* corresponde à vida cotidiana e auxilia a composição da identidade dos indivíduos nos próprios processos sociais. Segundo Elias o *habitus* social funciona como mecanismo de socialização, que compreende a necessidade e os desejos que os indivíduos aspiram realizar. Esses desejos e aspirações segundo o autor decorrem do início da infância, com a convivência e socialização, que se fixa gradualmente com o passar dos anos na própria forma de viver dos indivíduos.

A partir dessas abordagens conceituais, como se verá a seguir, explicitarei as características do trabalho nas ocupações dos vendedores e vendedoras que atuam no comércio popular, em um contexto de trabalho atípico. Por sua vez, tratarei também sobre as características da organização do trabalho desses trabalhadores e

---

<sup>1</sup> “O fenômeno da informalidade hoje no Brasil (e no mundo) já ultrapassou, sobretudo, a mera fronteira das ruas, das cidades. A informalidade é mais que isso, é global e presente em diversas partes do mundo, seja composta por imigrantes (lotados em países centrais), seja por populações de passado de emprego estável/formal” (DURÃES, 2011, p. 40-41).



como ocorrem os processos de interação social e localização espacial ocorridos na realização de atividades informais.

Ao me dispor a estudar essa categoria laboral do comércio popular, percebo que o trabalho tem uma função preponderante na construção identitária desses atores sociais. Para Albornoz (1983, p. 58) “o trabalho seria expressão do homem e expressão da personalidade, do indivíduo”. Se por meio do trabalho os indivíduos expressam suas personalidades e sobrevivem, então eles carregam consigo uma identidade socioprofissional. Para Anne Marie Wautier (2012, p. 169), “a identidade não é um dado, uma determinação, mas uma busca, uma construção”. E essa construção identitária pode ter ocorrido por meio do processo de socialização e de suas trajetórias ocupacionais, nesse espaço social. A autora afirma que há uma lógica estratégica na identidade, tornando-se um recurso para atingir determinados fins, não só em espaços econômicos, mas também sociais. É importante salientar que a construção identitária desses trabalhadores expressa suas aspirações, desejos e realizações no trabalho que realizam socialmente. Enfim, na concepção de Wautier (2012), somos sujeitos sociais movidos pelo desejo de realização como trabalhadores e como pessoas, para sermos reconhecidos socialmente pela nossa maneira de trabalhar e viver em sociedade. Esses são alguns dos pressupostos que guiaram a pesquisa que apresentarei nos próximos capítulos.

O estudo de campo iniciou-se em 2019, assim que me estabeleci em Pelotas, realizando visitas aos sábados no Pop Center e buscando entender as mudanças ocorridas com esses trabalhadores. Por meio de conversas informais, pude conhecer e adentrar aos poucos na pesquisa de campo. No ano de 2020, exatamente no mês de março, essa realidade se modificou com a pandemia de Covid-19, conseqüentemente ocorreu um atraso na realização da pesquisa de campo, pois o shopping popular ficou fechado por seis meses. Apesar da tentativa de realizar as entrevistas por meio de ferramentas digitais, vários trabalhadores se recusaram, principalmente por estarem trabalhando no estacionamento do espaço. Além disso, houve a questão de exercerem uma jornada laboral extensa, sendo que alguns desses trabalhadores preferiram ficar em casa realizando vendas virtuais por meio das redes sociais. Por isso, as entrevistas de fato vieram a acontecer no período entre outubro e dezembro de 2020 – é claro, seguindo todos os protocolos de segurança, como o uso de máscara e álcool em gel. Algumas entrevistas foram

realizadas fora do espaço do Pop Center, no caso os trabalhadores com uma idade mais avançada, e com aqueles que possuíam funcionários que poderiam cobrir sua ausência na banca.

Tendo realizado uma abordagem sumária sobre as justificativas deste estudo, e seus fundamentos teóricos, passo então a discorrer brevemente sobre a metodologia. Trata-se de um trabalho de cunho qualitativo, fundado em técnicas metodológicas de observação participante e entrevistas semiestruturadas (cujo roteiro se encontra para consulta no apêndice 3). Foram realizadas dezessete entrevistas, sendo quinze com trabalhadores e trabalhadoras. O perfil dos entrevistados é composto por nove homens e seis mulheres; pessoas com a faixa etária entre vinte quatro anos a sessenta e cinco anos; a maioria possui segundo grau completo ou está cursando superior e técnico; o tempo no comércio popular varia de dez meses a trinta anos (nove estão há vinte anos ou mais); e dez desses entrevistados/as vendem principalmente eletrônicos. Outras duas entrevistas foram realizadas com a gerente administrativa do Pop Center, Adriana, e o fiscal da prefeitura, Carlos. Todas as pessoas entrevistadas tiveram seus nomes ocultados e identidades preservadas, pois assinaram um termo de consentimento livre esclarecido que informava sobre os objetivos da pesquisa. Os nomes que aparecerão neste estudo, portanto, são todos fictícios, exceto aqueles de Adriana e Carlos, por ocuparem posições distintas aos sujeitos sociais estudados nesta dissertação. A análise qualitativa objetivou um estudo de caso, para ampliar a realidade social em que estão expostos estes trabalhadores. Assim, entendo que o estudo de caso permitiu a liberdade de conduzir a pesquisa em uma perspectiva mais próxima da etnografia.

Enfim, este trabalho está estruturado em três capítulos, além dessa introdução e das considerações finais. No primeiro capítulo, intitulado “A sociologia do trabalho no Brasil e o labor no comércio popular”, trago os principais aspectos históricos relevantes sobre o trabalho no país para chegar ao cerne da discussão, apontando para a realidade laboral da categoria de trabalhadores que exercem seus ofícios no comércio popular. Neste capítulo também realizo a reflexão metodológica, salientando a experiência vivenciada no campo de estudo, o que me conduziu a buscar uma melhor sistematização dos dados obtidos na investigação. Também apresento alguns entrevistados (as) que contribuíram de forma significativa para a

continuidade da pesquisa – os perfis completos se encontram no terceiro capítulo deste estudo. No segundo capítulo, intitulado “Socialização, trajetórias e identidades”, abordarei os conceitos principais presentes do referencial teórico proposto, juntamente com outros autores clássicos da sociologia para compor esta dissertação (Berger e Luckmann, Dubar, Velho e Elias). No último capítulo, intitulado “Trabalho, socialização e trajetórias: a construção das identidades ‘socioprofissionais’ dos trabalhadores no cotidiano laboral do Pop Center”, apresentarei o perfil completo dos (as) entrevistados (as) e a análise empírica, colocando em diálogo as teorias clássicas sociológicas e antropológicas com os relatos dos atores sociais que participaram e constituíram essa investigação.

Nas considerações finais realizarei um breve resumo e análise sobre o processo de formação da identidade socioprofissional, apontando para as especificidades observadas, que dizem respeito a como as transformações laborais modificaram suas identidades socioprofissionais. A partir disso posso afirmar que esses sujeitos sociais ainda são reconhecidos socialmente pela nossa sociedade como *camelôs*. Esse termo é uma identidade herdada, pois opera nas suas trajetórias sociais e histórias de vida. Para constituir tal afirmação, recorri ao conceito de “identidade-para-outro”, buscando nos relatos e cotejos desses atores sociais, onde afirmam: o espaço social Pop Center é caracterizado pela população como camelô, em virtude disso, alguns dos (das) entrevistados (as) ainda se identificam assim. Já outros recorrem a associação da identidade: vendedor nos camelôs, pois assim todos saberão onde exercem seus ofícios. Mas em contraposição à “identidade-para-si” há trabalhadores que sentem dificuldades em se identificar, e por isso remetem há várias identificações de acordo com o contexto social em que estão expostos. Por isso se denominam como: comerciante, vendedor, lojista, microempresário, microempreendedor. Este fator preponderante ocorre em decorrência das suas trajetórias subjetivas, nas quais os indivíduos podem incorporar outras identidades, fazendo projeções de si para o futuro.

## **Capítulo 1 – A sociologia do trabalho no Brasil e o labor no comércio popular**

Neste capítulo, realizo uma breve e sucinta exposição do contexto histórico do trabalho no Brasil. Em consonância com isso, procurarei abordar estudos sociológicos e pesquisas recentes para analisar a categoria laboral estudada. Na sequência, trarei uma reflexão sociológica com os principais conceitos em relação ao labor destes trabalhadores, para que assim se possa entender a realidade do trabalho dos atores sociais pesquisados. E, por fim, apresento a metodologia estabelecida neste estudo, cuja recorrência a uma análise qualitativa conforma um estudo de caso que ampara a realidade social dos trabalhadores. Além de me propiciar a realização de uma perspectiva etnográfica com o exercício da observação participante – em conformidade aos estudos do sociólogo francês Daniel Bertuax.

### **1.1. Breves apontamentos da análise sociológica do trabalho e do comércio popular no Brasil**

A obra de Adalberto Cardoso (2010), *A Construção da Sociedade do Trabalho no Brasil*, é o ponto de partida, na medida em que o autor realiza uma abordagem histórica e social do trabalho, no Brasil, nas últimas duas décadas. O autor parte de uma historiografia do trabalho no país para formular hipóteses sociológicas sobre a desigual incorporação dos trabalhadores na ordem capitalista brasileira. Assim, oferece uma interpretação sobre um longo período histórico, em que mostra que a escravidão deixou marcas e práticas sociais muito profundas, legando um lastro para as gerações subsequentes que tiveram grandes dificuldades de se livrar. Em torno disso constituiu-se um trabalho degradado, depreciativo e uma indiferença das elites em relação à carência da maioria, gerando assim uma hierarquia social que acarretou enormes desigualdades. Esse conjunto de desigualdades conformou a sociabilidade capitalista entre nós.

Adalberto Cardoso (2010) se baseia em uma literatura historiográfica, que segundo ele não seria uma historiografia, mas sim uma sociologia historicamente informada, já que a sociabilidade precisa ser reconstruída nesse processo. O autor defende que a sociabilidade capitalista no Brasil se caracterizou, na década de 1940, por uma grande inércia estrutural e atualizou padrões sociais de divisão e

hierarquia extremamente resistentes à mudança de forma geral. Partindo da obra de Cardoso, percebe-se então que a desigualdade do trabalho no Brasil tem raízes históricas profundas que precisam ser reconstituídas. A informalidade do trabalho faz parte desse processo histórico de formação e desenvolvimento, pois a industrialização chegou tardiamente no Brasil. A seguir enfatizarei alguns aspectos da informalidade no nosso país, pois esses são alguns contrapontos que precisam ser abordados para conduzir e entender a conformação da informalidade como característica estruturante do mercado de trabalho no país.

O trabalho informal é um dos principais elementos estruturais da economia brasileira e em outros países em desenvolvimento. Na crítica contundente de Machado da Silva (2002) observa-se que desde o fim dos anos de 1960 emergia a noção de informalidade. Para ele esse termo “progressivamente torna-se um mero léxico sociológico, incorporado pelas camadas bem informadas, e com isso foi perdendo a capacidade de desempenhar um papel catalisador” (MACHADO DA SILVA, 2002, p. 82). Entretanto o autor argumenta que o papel mediador do quase conceito de “informalidade” permaneceu por décadas, e está se esgotando, sendo substituído por outros termos como os de “empregabilidade” e “empreendedorismo”. Estes termos estão vinculados com novos modos de exploração capitalista, sendo as características principais dessa tendência à individualização e a instauração de controles que organizam a vida social (MACHADO DA SILVA, 2002).

Já Matsuo (2009) enfatiza a discussão sobre a informalidade existente desde a década de 1970, que emergiu com o crescimento do desemprego, com a desestruturação do mercado de trabalho, com o desenvolvimento do capitalismo, da pobreza e miséria. O setor informal brasileiro passou a ocupar uma parte expressiva da economia no país. Como consequência da crescente migração do campo para a cidade entre 1950 e 1980, agravada pela própria crise do mercado de trabalho em 1990, elevou-se no Brasil o número de ocupações informais. Segundo Mattoso (1999), o aumento do desemprego conferiu ao fenômeno taxas inéditas na história do país, atingindo mais de 20% da população economicamente ativa (PEA) em algumas regiões metropolitanas. O crescimento da informalidade, fruto da redução da capacidade da economia de gerar empregos formais,

inverteu, depois de várias décadas de extraordinário dinamismo, a capacidade da economia de gerar postos de trabalho não apenas relativamente à elevação da produtividade, mas em termos absolutos [...]

sendo que no período 1995-1998 a redução da geração de postos de trabalho formais ocorreu todos os anos, mesmo quando houve algum crescimento do PIB (MATTOSO, 1999, p. 17).

Segundo a análise de Mattoso, no final do século XX, o desemprego e a precarização que se observam ao longo do tempo “são um fenômeno de amplitude nacional, de extraordinária intensidade e jamais ocorrido na história do país” (MATTOSO, 1999, p. 9). O autor aponta que nos anos 1980 o desemprego urbano e a ampliação da informalidade já haviam aparecido com intensidade, ainda que estivessem preservadas as estruturas industriais e produtivas. No início dos anos 1990, esse problema se agrava porque “a atividade industrial foi profundamente golpeada pela abertura do mercado: o desemprego disparou, e aumentou enormemente a informalidade” (LEITE, 2003, p. 105). Esses fenômenos se vinculavam às oscilações do ciclo econômico e ao processo inflacionário, adquirindo grande vulto na época mencionada.

Tratando igualmente desse contexto anterior, a partir dos anos 1970, Leibante (2008a, p. 2) afirma que “a informalidade é um fenômeno que [...] deve ser analisado sob ótica das transformações pelas quais vem passando a nossa sociedade contemporânea”. A crise capitalista, que se observa no início daquela década culminou, pode se dizer, na reestruturação produtiva do capital, a qual impulsionou em grande parte as novas tecnologias e técnicas de gestão do trabalho, o modelo toyotista. E se vinculou, por fim, às políticas neoliberais que se iniciaram após a falência do Estado de bem-estar social. Para o autor, os estudos que perpassam a informalidade requerem certa atenção às transformações das relações de trabalho. “Um dos fatores preponderantes seria o alargamento da informalidade no interior da sociedade, que desde a década de 1990 cresceu 22%” (LEIBANTE, 2008a, p. 2).

Portanto, a partir da última década do século XX a questão do desemprego tecnológico-estrutural se torna mais proeminente, com o desenvolvimento da chamada “nova informalidade”, em decorrência de novas formas de organização do trabalho constituídas no processo de reestruturação produtiva e ocorrida no bojo da globalização. Krein e Proni (2010, p. 23), por exemplo, enfatizam que

o avanço da informalidade no Brasil, nos anos 1990, esteve associado com dois fatores principais: a) o ambiente econômico de baixo e instável crescimento e b) as transformações mais gerais ocorridas no capitalismo contemporâneo, que promoveram um processo de reorganização econômica combinada com uma mudança no papel do Estado e das

instituições públicas e, conseqüentemente, uma flexibilidade das relações de trabalho.

Já na avaliação de Druck (2011, p. 37) “o mundo do trabalho contemporâneo sofreu uma forte transição do século XX para o século XXI, onde vivencia uma rede de transformações cuja complexidade só pode ser desvendada a partir de uma perspectiva histórico-dialética”. A autora conclui que essa análise pode nos ajudar a desvendar as chamadas contradições contemporâneas do capitalismo, pois

o nosso país foi marcado pelo trabalho precário em todas as suas dimensões, desde o trabalho escravo e até as formas assumidas pela sua transição ao trabalho assalariado, se reconfiguraram ou se redefiniram, numa precarização antiga e moderna, metamorfoseada (DRUCK, 2011, p. 55).

Diante desse contexto geral, a informalidade toma diferentes contornos a partir das políticas de flexibilização, da redefinição do papel do Estado e da menor capacidade de regular socialmente o trabalho em um processo de deterioração do mercado de trabalho, no qual as oportunidades de emprego estável e protegido são mais escassas. Mediante a essas situações ocorridas, alguns pesquisadores caracterizam a informalidade sob vários aspectos no cenário do mercado de trabalho no Brasil. Como enfatizarei a seguir, a “nova informalidade” diz respeito à incorporação de trabalhadores antigos em uma nova reconfiguração das atividades informais. A nova informalidade, segundo Neves (2013, p. 417) se define

pela presença de novos trabalhadores informais em velhas e novas atividades, articuladas ou não com os processos produtivos formais, ou em atividades tradicionais da velha informalidade redefinidas nesse novo contexto.

Essa “nova informalidade” parece ser a própria reconfiguração das atividades informais com caracteres inovadores – modernizados e tecnológicos – como expôs Durães (2011). Como vimos anteriormente, o mercado informal passou a se reconfigurar principalmente no momento em que a economia do Brasil começou a crescer e se complexificar, e como consequência surgiram mais trabalhadores informais. Para Holzmann (2006) no início do século XXI há um tipo de trabalho informal que vem tendo bastante crescimento, comumente chamado de *trabalho por conta própria*. Esta categoria de trabalhadores explora “seu próprio empreendimento, sozinho ou com um sócio, sem empregar auxiliar assalariado” (HOLZMANN, 2006, p. 84). Pode-se dizer então que “estes indivíduos quando não

trabalham sozinhos contam somente com a ajuda de membros da família, como esposa/marido e filhos” (LEIBANTE, 2008b, p. 5). Por isso as pessoas que compõem o mercado informal são consideradas verdadeiros “empreendedores”, por meio de uma nova oportunidade ou necessidade de se criar um novo negócio. Nos estudos de Rangel (2015), por exemplo, o autor conclui que esse “novo informal”, tem sido alimentado pela lógica empreendedora, entrançadas nas transformações capitalistas das últimas décadas.

Este autor aponta algumas características de processo de “empresarização”:

- 1) as mudanças infraestruturais, com os investimentos nos novos shoppings populares, bem como em hotéis e serviços para atender os consumidores;
- 2) a disseminação de novas formas de regulação, destacando-se predominantemente a conversão dos camelôs em microempreendedores através da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI); e 3) a adaptação subjetiva dos agentes, com a incorporação do discurso empreendedor e naturalização da instabilidade característica do mundo do trabalho contemporâneo (RANGEL, 2018, p. 9-10).

Como a informalidade no Brasil faz parte da estruturação do mercado de trabalho, a própria definição da atividade do camelô assume outros contornos e sentidos, conforme a variação da conjuntura socioeconômica e política vivenciada. Nesse mesmo contexto Kopper (2013, p. 97) afirma que a transição ao camelódromo gerou o problema de definir as

novas fronteiras de pertencimento, na medida em que a categoria ‘camelô’ – e o que ela refere, em termos jurídicos – estaria em extinção, tecnicamente suprimida e engolfada, em médio prazo, pelo ‘comerciante popular’ e, em longo prazo, supõe-se, pelo ‘empreendedor popular’ ou ‘microempresário’.

Assim, a informalidade tende a passar por uma mudança, de um sentido negativo, característico do modo precário de inserção no mercado de trabalho para, a partir de um verniz modernizante, adquirir um significado socialmente aceito e inclusive desejável.

Somando a esses aspectos que complexificaram o mercado de trabalho, Hirata e Machado (2007) afirmam que a entrada no mercado informal, independentemente de sexo, tem sido dada, por um lado, pelos vínculos familiares, sem exigências quanto à qualificação; e por outro lado, pela busca da própria sobrevivência e uma jornada flexível de trabalho. Conforme vimos, essa também é uma característica do trabalho informal do camelô (LEIBANTE, 2008b). Enfim, seguindo Antunes (2001, p. 101), compreende-se que “a expressão classe-que-vive-



do-trabalho”, utilizada por ele, “pretende dar atualidade e amplitude ao ser social que trabalha à classe trabalhadora de hoje, apreendendo sua efetividade sua processualidade e concretude”.

A contextualização, ainda que breve, da conformação do mercado de trabalho no Brasil, contribui para deter as nuances que condizem com a pesquisa exposta nesse estudo. Entretanto, é preciso considerar ainda alguns aspectos importantes da informalidade que precisam ser explanados.

Se na década de 1990 vimos que houve um incremento do contingente de trabalhadores informais no país, a partir dos anos 2000 denota-se uma mudança nesse quadro. Na gestão governamental do Partido dos Trabalhadores (PT), houve a diminuição da informalidade, devido à ampliação da proteção social ao trabalhador mediante, por exemplo, a instituição da figura do Microempreendedor Individual (MEI). Para Krein, Santos e Nunes (2011, p. 14), o MEI visou atenuar a informalidade por meio do recolhimento da contribuição ao INSS. No entanto, essa medida por si só, “não lhe garante a formalização, mas sim assegura a sua condição no sistema de seguridade social”. Esse movimento foi acompanhado por uma mudança na estrutura ocupacional brasileira, a qual se refletiu no aumento da formalização entre os anos de 2004 a 2009, onde

além do aumento do assalariamento e da formalização, a estrutura ocupacional brasileira também melhorou pela queda das ocupações precárias e /ou informais/ilegais. O conjunto dos assalariados sem carteira, dos trabalhadores por conta própria, dos trabalhadores domésticos e sem remuneração apresentou redução absoluta (1,1%), e uma expressiva queda na estrutura ocupacional brasileira de, 51,1% para 45,3% da PEA (população economicamente ativa), entre 2004 e 2009 (KREIN; SANTOS; NUNES, 2011, p. 22).

O período experienciado na primeira década de 2000 não se manteve por muito tempo. Tratando igualmente deste contexto, e buscando consistência nas análises durante esse período da gestão governamental petista, cabe priorizar os estudos de Santana (2021), principalmente na primeira gestão da presidenta Dilma Rousseff. Naquele momento se acentuou uma insatisfação da classe trabalhadora, acarretando greves trabalhistas em meados de 2011, e conseqüentemente seguiram-se manifestações, em especial aquelas ocorridas em junho de 2013. Com esses acontecimentos o governo do PT demonstrou um enfraquecimento com crise política e econômica – “aumento do desemprego atingindo patamares de 12%, cerca

de 12 milhões de trabalhadores –, que produziu o golpe parlamentar, impulsionando o *impeachment* da presidenta” (SANTANA, 2021, p. 73). Após a destituição de Dilma Rousseff, o seu vice Michel Temer assumiu a presidência, e posteriormente retomou a agenda neoliberal por meio da proposta de Emenda Constitucional nº 241/2016 e a reforma da previdência. Para Santana (2021, p. 75)

este cenário da regulação e proteção do trabalho se abrirá, com a lei da terceirização e a reforma trabalhista, se associava ao desemprego com números expressivos, a paralisia econômica, e conseqüentemente o crescimento da informalidade.

A partir dessas acepções apresentadas denota-se que o governo do PT, preocupou-se em diminuir a desigualdade social, principalmente fortalecendo o mercado de trabalho brasileiro, priorizando a proteção social ao trabalhador. Na literatura recorrente da sociologia do trabalho no Brasil, a gestão petista ficou conhecida pelo chamado *neodesenvolvimentismo*, devido à estratégia governamental adotada por meio de medidas e iniciativas que visavam dirimir tais desigualdades através da geração de trabalho e renda.

Vimos que embora tenha ocorrido recentemente uma inflexão da informalidade no país, o fenômeno persiste e foi asseverado. Existem diversas ocupações no comércio informal, no entanto, a pesquisa empírica proposta para este estudo privilegia o trabalho dos vendedores e vendedoras que compõem esta categoria laboral no Pop Center. Percebe-se atualmente a existência de uma literatura acadêmica, embora ainda principiante, sobre a categoria laboral dos trabalhadores no comércio popular a começar pela tese de doutoramento de Durães (2011). Esse estudo foi um dos trabalhos que me motivaram a aprofundar os primeiros conhecimentos sociológicos sobre os vendedores no comércio popular. Em sua tese o autor aborda os trabalhadores de rua que comercializam produtos tecnológicos (máquinas digitais, games, pen drives, etc.). O autor realiza uma abordagem empírica no camelódromo da Rua Uruguaiana no Rio de Janeiro, onde busca compreender uma nova (re)configuração da rua. Torna-se evidente, então, um tipo de atividade que sofre interferências diretas do mundo formal e que reconfigura as primeiras feições desses vendedores como pequenos empreendedores.

Recuperando brevemente a discussão, no início dessa seção foi exposto o contexto histórico em que sucederam as pesquisas na área de sociologia do

trabalho e sobre a categoria laboral proposta nesse estudo. A seguir foi tratado como se originou o comércio informal no Brasil, e como foram surgindo assim novas categorias de ocupações urbanas. Mas um ponto importante nesse processo, que convém tratar a respeito, é a criação de centros de comércio popular, hoje tendo como principal destaque as vendas de produtos eletrônicos. Os trabalhadores informais nesses centros de vendas representam uma modalidade que está se tornando a maior categoria no comércio popular, devido ao consumo massivo de aparatos tecnológicos e informacionais. Por isso se faz necessário estudar esses trabalhadores que estão inseridos nesse espaço social. Por sua vez, é de suma importância estudar a socialização, identidade “profissional” e as trajetórias de vida dessa categoria laboral.

### **1.1.2. Os centros de comércio popular: principais estudos e justificativa**

Na pesquisa de Durães (2011) observa-se que houve um novo movimento nas grandes cidades brasileiras, na composição de espaços específicos para as práticas do comércio popular, como os Shoppings Populares ou os Camelódromos. O autor elenca exemplos como os de Ilhéus-BA, Feira de Santana-BA, Campinas-SP, Belo Horizonte-MG, Fortaleza-CE, Rio de Janeiro, São Paulo, Goiânia-GO, Marília-SP, Indaiatuba-SP, Porto Alegre-RS e várias outras médias e grandes cidades brasileiras onde o trabalho informal de rua se torna uma questão relevante nos programas de governo na condução de novas políticas governamentais a essa categoria laboral.

Outro autor que se soma a esta literatura, Kopper (2015), trata sobre a transição dos camelôs a comerciantes populares. Ele etnógrafa o processo do mercado de trabalho de rua do centro de Porto Alegre-RS e a realocação para um shopping popular, construído por meio de uma parceria público-privada. Para Kopper (2015), a realocação dos camelôs de Porto Alegre<sup>2</sup> foi um projeto ousado e inovador por parte dos gestores municipais. Foi o primeiro do gênero no Brasil, envolveu um conjunto extenso de variáveis, sendo a principal delas, o consentimento dos próprios trabalhadores.

---

<sup>2</sup> A gestão empreendedora foi organizada por Elaine Deboni. Cabe ressaltar que essa gestão implementada do Pop Center na cidade de Porto Alegre que deu origem ao espaço com o mesmo nome no município de Pelotas.

Em recentes trabalhos acadêmicos realizados no comércio popular em Pelotas, temos a dissertação de Cláudia Cardoso Goularte, intitulada “Cotidiano, identidade e memória: Narrativas de Camelôs em Pelotas-RS”. Nela a autora aborda prioritariamente os trabalhadores que exercem suas atividades no município de Pelotas como “camelôs”<sup>3</sup>. A autora desenvolve uma discussão em torno de um espaço temporal determinado, entre os anos de 1997 a 2007, no qual os trabalhadores comercializavam produtos no entorno do Mercado Público Central, sendo que depois de muitas discussões acirradas com o poder público foram realocados para um camelódromo, onde hoje está situado o Pop Center (“shopping popular”). Na sua pesquisa, Goularte (2008) analisa a identidade, a história e a memória coletiva desses trabalhadores, com o objetivo de discutir o fenômeno da informalidade/formalidade entre a ocupação específica dos camelôs no chamado camelódromo, onde hoje é o shopping popular. Fazendo uma etnografia desse espaço, a autora relaciona os conceitos de identidade de grupo e memória coletiva, a partir de uma abordagem metodológica pautada nas histórias individuais dos trabalhadores. As acepções em torno de como foram construídas as identidades entre os trabalhadores, e de como se revela uma contradição e mutualidade com o fato de se sentirem e se nomearem pequenos empresários, são apresentadas nas falas e tornou-se o ponto central do estudo.

Porém, conforme foi explicitada na dissertação de Goularte (2008), a autora realiza uma etnografia do antigo camelódromo. Dessa maneira, narra o percurso de mudanças nas trajetórias dos comerciantes, onde os mesmos se estabeleceram como pequenos empresários, pois estavam saindo das ruas para um espaço cedido pela prefeitura local, para comercializar suas mercadorias. No estudo que desenvolvo aqui, diferentemente, o objetivo é analisar as nuances e transformações que ocorreram com esses trabalhadores, buscando com o auxílio da sociologia do trabalho, encontrar aspectos atuais do “comércio popular”, dado que este termo evoca uma miríade de situações de trabalho, segundo Rangel (2018). O referido autor realizou um estudo com trabalhadores inseridos no comércio em espaços fechados, principalmente na chamada Feirinha da Madrugada e novas galerias e shoppings populares do Brás em São Paulo. Um dos conceitos apreendidos pelo

---

<sup>3</sup> “Camelôs, um tipo peculiar de comerciantes de rua que se identifica pelo mesmo termo, que carregam estratégias particulares de ocupação do espaço urbano baseadas, por sua vez, em códigos éticos e estéticos específicos” (KOPPER, 2015, p. 591).

autor é o de “gentrificação do trabalho”, que se refere ao processo de substituição de classes populares pelas classes médias, como se percebe na transição do comércio de rua para os centros de comércio popular.

Nesta pesquisa busco, com base na sociologia francesa das profissões, investigar a maneira como esses vendedores e vendedoras constroem suas identidades socioprofissionais mediante suas ocupações no comércio popular. Nesse sentido, ressalto que esses trabalhadores estão inseridos em contextos de ocupações urbanas informais, onde as suas identidades podem ser construídas por meio de representações subjetivas de si mesmos resultantes de seu labor diário.

O intuito desta seção consistiu em caracterizar o objeto de estudo, apresentando as pesquisas mais relevantes que justificam a perspectiva adotada na pesquisa com os vendedores e vendedoras que trabalham no Pop Center. A partir dessa exposição denota-se a transição que culminou no processo de trabalho dessa categoria laboral. Portanto, mesmo com essas mudanças, percebe-se a necessidade de concretizar este estudo, pois esses trabalhadores estão inseridos em um cenário de reconfiguração do mundo do trabalho e em um momento de crise econômica e política no país.

## **1.2. Trabalho atípico, informal, precarizado: o que fazem os vendedores e vendedoras do Pop Center?**

Na literatura da sociologia do trabalho no Brasil, temos várias perspectivas teóricas que explicam os acontecimentos que culminaram na conjuntura laboral dessa categoria do comércio popular no Pop Center. Apresentou-se na seção anterior, mesmo que brevemente, alguns aspectos conceituais e históricos que balizam a análise dessa categoria laboral no comércio popular. Com o intuito de entender as nuances sociológicas do contexto em que estão inseridos os trabalhadores que compõem este estudo, começo abordando conceitualmente a categoria *trabalho*.

Na obra *O Dicionário de trabalho e tecnologia*, Ricardo Antunes (2011, p. 433) aborda o conceito, afirmando que o trabalho pode ser definido como “o exercício de uma atividade vital, capaz de plasmar a própria produção e a reprodução da humanidade”. Dessa maneira, o autor classifica o trabalho como responsável pela

produção de bens materiais e simbólicos necessários para a nossa sobrevivência social. Nas concepções teóricas clássicas da sociologia o autor recorre a Weber, quando este conceitua o trabalho como “expressão de uma ética positiva em sintonia com o nascente mundo da mercadoria e o encanto dos negócios” (ANTUNES, 2011, p. 434). Já em Marx, a definição aponta para “uma atividade vital”, quando se converte “com os imperativos do capital, em um não valor gerador de outro valor, o valor de troca” (ANTUNES, 2011, p. 434).

A partir das definições conceituais de trabalho apresentadas por Antunes, pode-se perceber aspectos importantes para uma investigação sociológica acerca do labor diário dos atores sociais do Pop Center. Durante toda a trajetória deste estudo percebi, por parte desses trabalhadores, uma justificativa do exercício da sua ocupação no comércio popular enfatizado por muitos entrevistados como sobrevivência diária. Isso porque praticamente todos e todas justificam que tem uma família e que precisam subsistir, pois o trabalho no shopping popular é o sustento diário de suas famílias, ou mesmo para uma sobrevivência social, mesmo diante de um trabalho precário e com uma condição difícil ou inóspita.

Essas considerações sobre o conceito de trabalho baseiam a compreensão da configuração social em que se insere a categoria laboral do comércio popular, em que as pessoas sobrevivem e sustentam suas famílias mesmo diante da escassez de um labor com direitos, estabilidade e registro de carteira. Em outras palavras, esses trabalhadores realizam transações comerciais nesse espaço social em busca de uma condição diária de sobrevivência. No que concerne a essa investigação sociológica, cabe salientar que essa classe profissional está inserida em uma categoria de trabalho atípico. A partir da abordagem sociológica proposta por Gerhard Reinecke, “as formas atípicas de emprego são definidas como todas aquelas que, por uma ou mais características, diferem do emprego padrão” (REINECKE, 1999, p. 121), o que vai na direção deste trabalho. Diante disso, o autor estabelece mais características distintas a respeito dessa modalidade de emprego atípico:

Quando comparado com o emprego padrão, o emprego atípico geralmente implica um nível mais baixo de proteção legal e de cobertura das conquistas sindicais históricas, as quais foram resultados principalmente de barganhas coletivas relacionadas a situações de emprego padrão. O emprego atípico pode significar um processo de precarização (como frequentemente é o caso), uma nova forma de trabalho assalariado sob diferentes, mas não

piores, condições, ou até mesmo de empreendedorismo (REINECKE, 1999, p. 122).

Por sua vez, na concepção teórica de Magda Neves (2011, p. 441)

o trabalho atípico surge devido às novas configurações do trabalho surgidas a partir da reestruturação produtiva e do novo padrão de acumulação flexível do capital, tornando-se como uma alternativa ao trabalho assalariado típico.

A modalidade de trabalho atípico referida por esta autora não só se caracteriza pela nova informalidade, mas também por atividades com contratos que se diferenciam do trabalho assalariado de tempo integral, estável e protegido, ou seja: contratos temporários, terceirizados, de tempo parcial, informal, a domicílio e outras formas de precarização do trabalho - legais e ilegais (NEVES, 2011, p. 443). Fundado nesses mesmos pressupostos, Luciano Vasapollo apresentou alguns aspectos sobre o trabalho atípico, no qual se podem encontrar diversas características como:

a) diferenças em relação ao trabalho padrão: falta uma ou mais características em relação ao trabalho efetivo, a integração organizativa da empresa, a obrigatoriedade do tempo indeterminado, ao regime constante de prestação de serviços, a exclusividade na relação e na oferta da disponibilidade temporal; b) uma prestação de serviços cuja característica fundamental é a falta ou a insuficiência de tutela formativa e contratual. No trabalho atípico são incluídas todas as formas de prestação de serviços, diferentes do modelo padrão, ou seja, do trabalho efetivo, com garantias formais e contratuais, por tempo indeterminado e *full-time* (VASAPOLLO, 2006, p. 49).

No que concerne à discussão conceitual em relação ao trabalho atípico, Piccinini, Oliveira e Rübenich (2006, p. 109), afirmam que “as fronteiras entre o trabalho formal e o informal são cada vez mais tênues, sendo que esse novo trabalho ‘flexível’ ou ‘atípico’ acaba sendo apresentado, muitas vezes, como trabalho ‘informal’”. Segundo os autores, esse tipo de trabalho “legal”, acaba eliminando os benefícios e as garantias do vínculo celetista. Em suma pode-se observar que, ao deter-se na proposta conceitual dos autores abordados nesta seção, o trabalho atípico emerge como uma categoria que não tem uma estabilidade como um emprego típico, no qual os trabalhadores retêm uma seguridade social e uma garantia social em relação às suas atividades de trabalho. O completo inverso do que se observa quanto aos trabalhadores do Pop Center.

Neste estudo é de grande importância sistematizar e buscar uma reflexão acerca do labor realizado por esses trabalhadores no comércio popular. Fica claro, assim, que suas garantias laborais são escassas e precárias, pois durante as conversas exploratórias, os interlocutores reclamavam que mesmo sendo uma parceria público-privada, as condições laborais não são as melhores, pois não têm carteira de trabalho assinada, décimo terceiro, férias e seguro desemprego. Em alguns casos, mesmo que não sejam recorrentes, existem algumas bancas em que seus funcionários possuem carteira assinada. Ainda diante desse fato, alguns trabalhadores relataram que em outras épocas, quando se tinha uma margem de lucro maior conseguiam ter vários funcionários, e que por isso se consideravam verdadeiros “empreendedores”.

Na análise sociológica empreendida por Magda Neves (2008), a autora salienta que mesmo com o “status de empreendedores esses trabalhadores continuam inseridos na informalidade”, e que a maioria deles está em plena capacidade produtiva e em condições de inserção no mercado de trabalho formal. Também afirma que a sua participação no mercado de trabalho informal se transformou numa estratégia para obter algum tipo de rendimento (NEVES, 2008, p. 176). A autora afirma também que:

Na transferência dos camelôs para os shoppings populares, estabelecendo parcerias com o SEBRAE para cursos de empreendedorismo e passando a denominar os camelôs como “empreendedores populares”, a parceria público-privada e os próprios camelôs re-configuram essa atividade de trabalho no quadro da “nova informalidade.” A mesma atividade de trabalho que era desenvolvida nas ruas ocorre de forma mais organizada nos shoppings, sem, entretanto, estabelecer nenhum vínculo de direitos trabalhistas (NEVES, 2008, p. 177).

Por tudo isso, Neves (2008) conclui que essa nova informalidade está vinculada ao processo de reestruturação em curso, tanto nos países centrais quanto nos periféricos, desde os anos 1980 nos primeiros, e a partir dos 1990 nos segundos. A autora salienta que seu desenvolvimento está relacionado à entrada de novas pessoas na informalidade, detentoras de trajetórias profissionais constituídas nas atividades econômicas em comércio e serviços (NEVES, 2008, p. 173). Para ela a “nova informalidade” não representa nada de novo se considerarmos os países periféricos, onde amplos contingentes de trabalhadores sempre estiveram na informalidade e sempre dependeram da família para sua reprodução como força de trabalho, conforme tratado na primeira seção. Assim, as trajetórias ocupacionais no



comércio popular tornam-se importantes para compreender a condição laboral desses atores sociais. Isso porque no momento em que descrevem as suas ocupações anteriores, muitos entrevistados relataram ter entrado nesse ramo para dar continuidade ao negócio familiar, ou mesmo que um parente os convidou para trabalhar no comércio popular, pois é um trabalho que não requer qualificação e capacitação profissional – apesar do SEBRAE ter oferecido cursos para esses trabalhadores operarem melhor esses negócios. Como apresentarei melhor a seguir no caso dos trabalhadores entrevistados (o perfil completo se encontra no capítulo 3), apenas o “José” (nome fictício) afirmou ter realizado esse curso, enquanto os outros afirmaram não saberem do mesmo e, portanto, não o realizaram na época da abertura do Pop Center.

Entretanto é de suma importância analisar sociologicamente o trabalho dessa categoria. Isso porque, como afirmei no início dessa seção, as condições laborais desses trabalhadores requerem um estudo aprofundado e com uma observação cautelosa das mudanças ocorridas ao longo dos anos. Por isso, é de grande importância entender e analisar a conjuntura do trabalho informal. Como afirma Neves (2008, p. 172):

o trabalho informal é um fenômeno global que aumentou consideravelmente nos últimos anos, especialmente a partir da reestruturação produtiva que modificou a relação de assalariamento típica da organização urbano-industrial do trabalho.

Portanto, cumpre ressaltar que após diversas transformações do mercado de trabalho brasileiro o desemprego aumentou, fechando postos de trabalho, e com isso os trabalhadores não conseguiram ou tiveram dificuldade de fazer parte desse novo processo produtivo. Consequentemente foram surgindo novas características informais nos espaços sociais das grandes metrópoles brasileiras.

Quando se procura entender todo o processo histórico social que explica as origens do trabalho informal, cabe analisar os acontecimentos sociais que ocorreram ao longo dos séculos com afirma Alves e Tavares (2006, p. 425):

As origens do trabalho informal podem ser buscadas numa categoria remanescente de séculos passados que conseguiu sobreviver, mesmo com a implantação do modo de produção capitalista no século XVIII, dando origem a uma forma modificada de produção material. O sistema capitalista criou meios de se apropriar daquelas formas de produção independente e, desse modo, manteve-as subordinadas às suas flutuações, contrariando as suposições de que haveria uma grande redução do número desses trabalhadores.

Na análise das referidas autoras chama a atenção que as transformações que foram ocorrendo no mundo do trabalho acabaram dificultando o conceito de setor informal, já que os trabalhadores informais foram assumindo uma forma atípica de trabalho, e assim a utilização do conceito de setor informal requer uma necessidade de ampliação. Assim, com base em Toni (2011, p. 221), compreende-se que “a informalidade é um conceito mais amplo do que setor informal, e com isso incorpora formas ocupacionais com alternativa como: atípicas frente ao padrão assalariado – que se expandem atrelados à reestruturação produtiva”. Por isso é preciso fazer uma investigação sociológica com maior rigor, pois o conceito de informal foi se modificando ao longo das décadas e com isso esses trabalhadores foram submetidos a transformações no mercado de trabalho. De acordo com Piccinini, Oliveira e Rübenich (2006, p. 113) conclui-se que

a informalidade pode ocorrer de forma voluntária para aquele que quer ser o “dono” do seu próprio negócio e atua sem registro ou pode ser forçada pela reestruturação das empresas, que buscam a flexibilização como uma alternativa frente a competitividade acentuada pelo fenômeno da internacionalização da economia. Entretanto, deve-se observar que o expressivo crescimento do fenômeno do trabalho informal no Brasil ocorre paralelamente à intensificação da abertura comercial. Assim, fica difícil acreditar que o fenômeno seja impulsionado principalmente pela decisão voluntária do indivíduo, pelo seu espírito empreendedor, uma vez que grande parte dessa ocupação informal vem acompanhada da precarização das condições de trabalho e de vida.

No que concerne ao conceito de precarização, recorro à análise proposta por Galeazzi e Holzmann (2011, p. 259), pois para elas esse termo define “o processo de redução ou supressão de direitos laborais, decorrente da disseminação de formas de inserção no mercado de trabalho em substituição ao trabalho assalariado e às proteções a ele associadas”. A partir da análise das autoras, conclui-se que o resultado desse processo é a emergência do trabalho precário. Com isso elas contemplam duas dimensões desse trabalho precário:

A definição de trabalho precário contempla pelos menos duas dimensões: a ausência ou redução de direitos e garantias do trabalho e a qualidade no exercício da atividade. Na primeira, considera-se o retrocesso em relação à conquista não constitucionais, mas acordadas no bojo das negociações coletivas, bem como a ampliação de formas de inserção ocupacional que não estendam, ao trabalhador, parte ou o todo dos direitos constitucionais, decorrentes da flexibilização ou da supressão dos direitos laborais legais. Na segunda, consideram-se a relação entre ganhos e quantidade de trabalho e, complementarmente, aspectos de qualidade ligados diretamente ao exercício da atividade (GALEAZZI, HOLZMANN, 2011, p. 260).

Diante disso recorri à análise de Luciano Vasapollo para entender e analisar como o processo da precariedade condicionou esses trabalhadores a um labor sem estabilidade e seguridade social. Sendo assim, o autor define que

a precariedade é um processo geral que condiciona a existência de toda a força de trabalho pós-fordista. O processo de precarização do trabalho, esta experiência de incerteza comum no trabalho vivo pós-fordista, foi estabelecido por etapas, mudanças, por passagens cruciais. Primeiramente, as etapas das intervenções legislativas que vêm provocando, pouco a pouco, o fracasso da edificação de todas as garantias conquistadas pelo trabalhador fordista e vêm introduzindo, de fato, a possibilidade de fazer uso da força de trabalho em um regime de flexibilização. O trabalhador precarizado se encontra, ademais, em uma fronteira incerta entre ocupação e não ocupação e também em um não menos incerto reconhecimento jurídico diante das garantias sociais (VASAPOLLO, 2004, p. 24).

Dentro do contexto geral exposto, em relação à precarização, evoco ainda à análise de Druck. Isso porque para a autora a maior parte dos estudiosos a compreende como um “processo social mais amplo que atinge o conjunto dos trabalhadores, independente do seu estatuto de emprego” (DRUCK, 2011, p. 85). A partir disso a autora argumenta que

no caso do Brasil, defende-se que hoje há também uma nova precarização social do trabalho. Nova porque foi reconfigurada e ampliada, levando a uma regressão social em todas as suas dimensões. Isto porque hoje o seu caráter abrangente, generalizado e central: i) atinge tanto as regiões mais desenvolvidas do país, a exemplo de São Paulo, quanto às regiões mais tradicionalmente marcadas pela precariedade, como a Bahia; ii) está presente tanto nos setores mais dinâmicos e modernos do país, como as indústrias de ponta, como nas formas mais tradicionais do trabalho informal, por conta própria, autônomo, etc; iii) atinge tanto os trabalhadores mais qualificados como os menos qualificados. Enfim, essa precarização se estabelece e se institucionaliza como um processo social que instabiliza e cria uma permanente insegurança e volatilidade no trabalho, fragilizando os vínculos e impondo perdas dos mais variados tipos (de direitos, do empregos da saúde e da vida) para todos os que vivem-do-trabalho (DRUCK, 2011, p. 88-89).

Conforme o exposto a partir desse conjunto de autores e autoras, portanto, a informalidade faz parte da estruturação do mercado de trabalho brasileiro. A partir da década de 1990 esse fenômeno foi ampliado, abarcando novos contingentes de trabalhadores e sendo denominado como “nova informalidade”. Ainda que tenha ocorrido uma inflexão a esse padrão durante a primeira década do século XXI, esse fenômeno se institucionaliza e atualiza modos precários não só de trabalhar, mas de viver em sociedade, já que rebaixa as condições de sobrevivência. Além disso, é importante atentar para o papel desempenhado pelas famílias na conformação de

negócios populares. Também se observa que o “empreendedorismo” adquire outro significado no comércio popular, haja visto o contexto precário pré-existente ao termo.

Nesta seção procurei enfatizar e abordar os conceitos de trabalho atípico, informal e precarização, para ter uma melhor compreensão acerca das transformações laborais ocorridas recentemente e como ela rebate no Brasil. Para Josué Pereira da Silva (2008, p. 22), “o trabalho, é o princípio organizador fundamental das relações sociais, e através dele os indivíduos adquirem existência e identidade social, pelo exercício de uma profissão”. Essa definição permite compreender as formações sociais dessa categoria social em nossa sociedade. Diante desse cenário recorri à análise de José Henrique Carvalho Organista, o qual afirma que o trabalho realizado por essa categoria, mesmo que sendo precário, ocupa uma posição central e estruturante em suas vidas. Para o autor, mesmo exercendo atividades que os excluem da cidadania regulada, como a carteira de trabalho assinada, esses trabalhadores (camelôs) constroem suas representações como trabalhadores e veem suas atividades com uma necessidade imediata (ORGANISTA, 2006, p. 21). Por tudo isso, saliento que esses atores sociais têm uma posição social relevante e requerem uma investigação sociológica, no contexto organizacional da construção identitária no comércio popular.

### **1.3. O município de Pelotas: alguns aspectos relevantes pra se chegar ao objeto investigado**

Antes de apresentar propriamente o objeto empírico, nada mais pertinente do que descrever o cenário social onde realizei este estudo, em quase dois anos de vivência no município de Pelotas. Eu como pesquisadora de fora do estado, pude me deparar com uma diversidade cultural totalmente diferente daquela apreendida por mim até então, sendo assim nada mais justo do que trazer alguns aspectos históricos e relevantes que tive que compreender e refletir para chegar a minha investigação sociológica. Coube-me, então, uma reflexão como cientista social e buscando nas teorias socioantropológicas a compreensão dessa diversidade cultural para chegar ao meu objeto de pesquisa. Para Denys Cuche (1999, p. 9) “a noção de cultura é inerente à reflexão das ciências sociais, pois ela é necessária, para pensar

a unidade da humanidade na diversidade, onde possa fornecer a resposta mais satisfatória das diferenças entre os povos”. A partir disso pude compreender que precisava refletir na diversidade cultural em que estava inserida, e que necessitava vivenciar e conhecer mais o espaço social em que iria realizar o meu estudo. Por isso optei em falar primeiramente sobre o município de Pelotas, ponto de partida para fazer uma reflexão acerca do meu objeto de pesquisa.

O município de Pelotas está localizado na região Sul do estado do Rio Grande do Sul. Trata-se da quarta região mais populosa do estado e a população estimada é de mais de trezentos mil habitantes (328.275), segundo dados do último censo de 2010 do IBGE (IBGE, 2010). Entretanto, quando se refere a Pelotas, também é preciso enaltecer suas características distintas e suas paisagens arquitetônicas, que se tornaram um marco no Sul do estado, pois muitos se referem e costumam chamar o município de “Princesa do Sul”. Na parte culinária, não poderia deixar de mencionar os doces produzidos no município, os quais são considerados os mais deliciosos da região Sul do Brasil, levando a que Pelotas seja conhecida como a “capital nacional do doce”. Pelotas tem composição arquitetônica belíssima e carregada de histórias, ou seja, a região tem uma grande importância histórica para região Sul, sendo um dos pontos turísticos mais conhecidos do município o Mercado Público (no centro histórico de Pelotas), o qual, aliás, tem uma grande relevância na compreensão do meu objeto de estudo.

Quando fui fazer a minha inserção ao campo sempre passava e observava esses pontos históricos do município, principalmente o Mercado Público Central. Este é importante para o estudo porque foi lá que começou o labor dos trabalhadores que acabaram sendo os sujeitos deste estudo. Algumas dessas pessoas durante as conversas exploratórias, ou mesmo durante as entrevistas, me relatavam que começaram a comercializar justamente nesse espaço social. Assim, também, houve trabalhadores mais antigos que afirmaram ter começado na rua XV de novembro, uma das ruas principais que comporta vários pontos comerciais do Município. Esses atores sociais me relataram que iniciaram nessa ocupação justamente nesta rua e no Mercado Público, até serem realocados para outro espaço na parte central do município, onde se formou um “camelódromo”, e só depois de muitas idas e vindas que veio a realizar-se uma parceria público-privada com a prefeitura.

É importante ressaltar que os trabalhadores contemplados neste estudo passaram por vários lugares de realização do labor até chegar ao espaço cedido pela prefeitura de Pelotas, onde hoje é o Pop Center – o qual coincidentemente fica localizado em frente à Receita Federal do município. Esses trabalhadores enfrentavam condições precárias de trabalho, pois exerciam suas atividades diárias expostos ao sol e à chuva, tendo que montar e desmontar suas barracas todos os dias, até chegar ao shopping popular. Os centros de comércio popular, como são conhecidos, costumam ter uma representação social, por serem ocupados por uma variedade de trabalhadores que comercializam desde objetos tecnológicos e roupas, até artigos esportivos, e objetos decorativos, entre outros – caracterizado, portanto, pela venda de produtos baratos e acessíveis de diversos tipos.

Para contemplar a discussão em torno desse cenário de investigação, é importante salientar que após um longo processo de negociações, entre o poder público e esses trabalhadores, foi cedido um espaço onde os mesmos foram realocados, formando-se um camelódromo, na Praça Cipriano Barcelos, área central do município (ROCHA, 2014, p. 16). No final da década de 1990 houve a ideia da construção de um “shopping popular”,

que culminou após um longo processo de discussões entre o poder público e os trabalhadores. Mas a proposta de construção desse espaço foi colocada em prática só no final do ano de 2010, afirmando uma parceria público-privada (ROCHA, 2014, p. 17).

Segundo a agência Camejo (2012), no final do ano de 2012 foi inaugurado o Pop Center, precisamente na então gestão do prefeito Eduardo Leite (PSDB). A partir daí, os trabalhadores foram realocados para o novo espaço em janeiro de 2013. Essa iniciativa foi uma forma de incentivar os trabalhadores a se tornarem “empreendedores”. Para Rangel (2019, p. 4) “(...) a multiplicação dos shoppings populares se justifica em parte por essa busca por modernização, que, nessa perspectiva de gestão, implica também em reestruturação sob a lógica de mercado”. O autor observa que essa regulação do comércio popular sempre foi um problema para o poder público, porém com o passar dos anos ocorreu uma mudança na percepção sobre essas atividades, registrada na transformação discursiva dos “camelôs” em microempreendedores. Rangel observa como foram ocorrendo essas modificações.

Para além das mudanças objetivas observadas nas formas de exercer as atividades – com a multiplicação dos shoppings e galerias comerciais –, essa positivação se dá por contraste às condições experienciadas nas situações de emprego. Tensionado assim um raciocínio teleológico histórico do mundo do trabalho no Brasil, que via o trabalho inseguro, autônomo e precário no comércio popular como refúgio ao desemprego e em compasso de espera por oportunidades de inserção no mercado formal de trabalho. De modo que muitos optam por permanecer ou se inserir economicamente em trabalhos por conta própria, mesmo que na informalidade, tendo em vista a possibilidade de maiores rendimentos e maior acesso ao consumo (RANGEL, 2018, p. 4-7).

Nesta seção apresentei brevemente uma contextualização da trajetória laboral precedente, ao longo dos anos, desses trabalhadores, os quais exerciam suas atividades nas ruas até obterem um espaço público para comercializar suas mercadorias. O município de Pelotas, como foi mencionado, passou por essas mudanças após alguns conflitos entre a categoria laboral e o poder público. A partir disso é de suma importância trazer esses atores sociais para esse estudo, já que hoje tornaram-se uma categoria laboral nos espaços sociais do comércio popular.

#### **1.4. Reflexões metodológicas e a inserção ao campo de estudo**

Antes propriamente de expor os métodos e técnicas aplicados neste estudo, é importante fazer uma reflexão sociológica sobre o desenvolvimento desta pesquisa. Primeiramente este campo de estudo, como mencionado na introdução, faz parte da minha própria trajetória acadêmica desde os anos entre 2012 e 2015, em que realizei na cidade de Goiânia a minha primeira pesquisa sociológica com os vendedores de produtos de eletrônicos, nos centros de comércio popular localizados no bairro de Campinas. A partir desta primeira experiência de pesquisadora, me senti contemplada e agraciada em vivenciar a realidade laboral dessa categoria de trabalhadores que vivem em um contexto social de trabalho atípico, como analisado nas seções precedentes deste capítulo.

No que concerne à realidade social construída por estes trabalhadores, é importante ressaltar a conjuntura que me fez pesquisar estes atores sociais, que exercem seu labor num espaço social demarcado pela informalidade. Coube-me buscar, para esta pesquisa, um referencial teórico na sociologia francesa, especialmente na teoria de Claude Dubar, que estudou categorias de trabalhadores nas empresas e indústrias na França. A partir deste referencial, procurei abordar os principais conceitos cunhados por Dubar como os de: socialização, trajetórias,

identidades socioprofissionais e formas identitárias. Cabe ressaltar aqui que, nas análises sociológicas do trabalho no Brasil, verifica-se que estes trabalhadores vivem uma realidade bastante diferente à de seus pares na sociedade francesa, principalmente por não contar com um Estado de bem-estar social. Nesse sentido, priorizei explicitar e operacionalizar os conceitos da teoria sociológica francesa, confrontando-os com a realidade social de trabalhadores brasileiros, que viveram e vivem processos e mudanças sociais, associadas a processos de socialização e suas trajetórias sociais e profissionais, suscitando assim a construção de suas identidades neste espaço social do comércio popular.

A sociologia é uma ciência que requer a necessidade de reflexão constante, pois o nosso maior objetivo é compreender a realidade social dos indivíduos que vivem em nossa sociedade. Para Kaufmann (2013, p. 47) “o objetivo do sociólogo é a explicação compreensiva do social”. Foi a partir desta compreensão que pude refletir e dar continuidade ao estudo, com uma nova perspectiva sociológica, em outro contexto social e cultural, diferente daquele apreendido por mim na primeira metade da década de 2010. Em suma, em todo o processo de pesquisa e estudo com essas pessoas, procurei compreender e buscar na sociologia uma epistemologia que entendesse e priorizasse a realidade social desta categoria laboral. Encontrei assim, a reflexão empreendida pela teoria construtivista de Peter Berger e Thomas Luckmann. Estes autores enfatizam que “a realidade é construída socialmente e que a sociologia do conhecimento deve analisar o processo em que este fato ocorre” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 11). Fundando-me nesta abordagem construtivista ressalto a importância de analisar a realidade social e as características específicas em que sobrevivem estes atores sociais. No que concerne à teoria abordada por Berger e Luckmann (2004, p. 29), sobre a sociologia do conhecimento, os autores afirmam que esta deve acima de tudo ocupar-se com que os homens conhecem como a realidade em sua vida cotidiana, vida não teórica ou pré-teórica. Com base nessa posição epistemológica, foi preciso buscar uma ressignificação sociológica para experienciar e constituir um novo sentido a este estudo realizado no Município de Pelotas.

Cronologicamente, este estudo iniciou-se em 2019, pois assim que cheguei ao município de Pelotas o primeiro lugar que visitei foi o Pop Center (shopping popular). Nessas visitas, sempre realizadas aos sábados, pude conversar e



conhecer melhor a realidade social em que vivem esses trabalhadores. Nas análises de Rocha e Eckert (2008, p. 2) “a observação direta é sem dúvida a técnica privilegiada para investigar os saberes e as práticas na vida social e reconhecer as ações e as representações coletivas na vida humana”. As autoras enfatizam que as primeiras inserções que devemos ter na nossa pesquisa são as “saídas exploratórias”, visto que por meio delas somos norteados com um olhar atento e assim captamos alguns indícios iniciais do que acontece naquele espaço social a ser pesquisado. A partir disso, resolvi realizar conversas exploratórias que me conduziram a analisar e observar de perto estes atores sociais, e com isto passei há compreender um pouco sobre os processos de transformação que culminaram na construção do espaço social Pop Center. Entretanto, tive que conhecer a história e os conflitos sociais que ocorreram, para chegar a um melhor entendimento e assim poder encontrar informantes-chave para a realização das entrevistas.

Antes propriamente de me inserir no trabalho de campo, tive que repensar o objeto empírico, e sobre como poderia realizar as entrevistas com estes atores sociais, pois estávamos no início de um cenário epidemiológico de uma pandemia, causada pela COVID-19. Em decorrência destas dificuldades e do distanciamento social necessário, me ocorreu uma possível alternativa de viabilizar as entrevistas, por meio de ferramentas tecnológicas; e com isso resolvi pesquisar em redes sociais os anúncios das bancas destes trabalhadores, buscando assim uma possibilidade de fazer contato para entrevistá-los. De início optei por enviar mensagens de texto, informando sobre a pesquisa e perguntando sobre a possibilidade do consentimento de uma entrevista, mas nem todos os trabalhadores respondiam. Em decorrência deste fato, e sem outra alternativa, a única possibilidade que me ocorreu foi a de ir ao campo de estudo, mesmo diante deste cenário pandêmico. Seguindo todos os protocolos de segurança tive que realizar uma visita para saber como proceder diante do contexto; e de como ficaria a pesquisa diante da incerteza quanto ao fim da pandemia. Devido à situação descrita, os trabalhadores foram realocados pela Prefeitura Municipal de Pelotas a realizar seu labor no estacionamento do Pop Center a partir do dia 20 de março de 2020. Seguindo as recomendações sanitárias de saúde, o espaço foi fechado pelas autoridades municipais, com o objetivo de frear e evitar a mobilidade entre pessoas, ao se tratar de um ambiente com pouco espaço e pouca ventilação.

Diante desta situação, realizei uma primeira visita no dia 29 de maio de 2020 no estacionamento do Pop Center. Nessa ocasião procurei por um trabalhador chamado “João” (nome fictício). Essa procura deu-se por intermédio de pessoas que conheci e conversei anteriormente, que conheciam a sua trajetória no comércio popular como responsável por uma banca pioneira naquele espaço. “João” foi à pessoa mais viável com quem pude conversar e explicar os objetivos da minha pesquisa, conhecendo assim a sua trajetória socioprofissional. Conforme salienta Bourdieu, fica a cargo dos “pesquisadores a liberdade de escolher os pesquisados entre pessoas conhecidas ou pessoas às quais eles pudessem ser apresentados pelas pessoas conhecidas” (BOURDIEU, 2008, p. 697). A partir do contato com o “João”, ele me apresentou “Joana D’Arc”, que passou a ser a minha informante chave da pesquisa, pois ela tinha mais de trinta anos no comércio popular.

Nesta visita realizei uma conversa exploratória com “Joana D’Arc”, e assim perguntei sobre a sua trajetória no comércio popular e de como aconteceu à construção do espaço Shopping Popular em Pelotas. Nesta conversa pude observar algumas transações de venda feitas por ela, e a mesma garantiu que poderia conceder uma entrevista e me apresentar outros possíveis entrevistados, pois ela conhecia todos os que ali exerciam seu labor. Então pedi o seu contato pessoal para poder agendar uma entrevista em uma melhor oportunidade, pois como estavam locados no estacionamento era inviável realizar uma entrevista naquele ambiente; e por estar trabalhando sozinha, ficaria mais difícil ainda. A partir daquele momento oportuno de conversa com a “Joana D’arc”, pude chegar à conclusão que mesmo diante de todas as dificuldades causadas pela pandemia, poderia de fato realizar as entrevistas e assim ter a possibilidade de concluir o meu estudo. No entanto, teria que esperar um momento oportuno de viabilizar as entrevistas, pois nem todos os trabalhadores estavam trabalhando no estacionamento, sendo que alguns preferiram ficar em casa, realizando vendas virtuais, até poder de fato voltar a reabrir o Pop Center, no seu espaço original.

Em decorrência dessa situação de incerteza e de quando, de fato, ocorreria a reabertura do shopping popular, passei a acompanhar as notícias nas redes sociais da prefeitura de Pelotas. No dia 2 de junho de 2020, foi noticiado que haveria uma reunião com os representantes do Pop Center e com a prefeita para uma possível reabertura do espaço. De fato esta reunião só viria a ocorrer no dia 4 de junho de

2020. Então no dia 5 de junho realizei outra visita e conversei com um vendedor de tênis, a respeito de como foi esta reunião e se haveria a possibilidade de reabertura do espaço. Ele afirmou que houve um impasse e o conflito entre os trabalhadores e autoridades municipais, e que por fim iria haver uma nova reunião no dia 15 de junho de 2020. Neste mesmo dia tive uma nova conversa com o “João”, na qual ele afirmou que estava havendo um grande conflito entre a prefeitura e a categoria de trabalhadores. Havia uma proposta de reabrir o shopping popular, mas que teria que diminuir o fluxo de consumidores para entrarem no espaço. Contudo, para a categoria laboral, isto se tornaria inviável, pois não teriam os mesmos rendimentos monetários devido à limitação do fluxo de clientes, e ainda teriam que pagar uma porcentagem do aluguel. Diante desse desacordo, e com o agravamento da pandemia, os trabalhadores ficaram até 21 de setembro de 2020 realizando seu labor no estacionamento do Pop Center. Foi durante este período que passei a acompanhar as notícias por meio de redes sociais da prefeitura e nos jornais locais do município de Pelotas, até ter a possibilidade de viabilizar as entrevistas.

Depois de todas as dificuldades mencionadas, as entrevistas e as observações do trabalho em campo vieram a realizar-se no período de 22 de outubro a 15 de dezembro de 2020 (último dia em que estive no município de Pelotas). Depois de um período de incertezas, consegui levar adiante a realização da pesquisa de campo. No momento em que se deu a reabertura do Pop Center, e os trabalhadores vieram a se organizar, pude voltar a ter contato com a “Joana D’Arc”, obtendo assim a realização da primeira entrevista. Esta primeira conversa veio a realizar-se no dia 22 de outubro de 2020. Neste dia me desloquei até o shopping popular e procurei pela banca da “Joana D’Arc”; chegando lá não a encontrei e conversei com a filha dela, a respeito da minha pesquisa com os trabalhadores do comércio popular, e de como poderia comprar um gravador e encontrar a sua mãe para realizar uma entrevista. Então, ela disse que já sabia da pesquisa e mostrou-se bem simpática em direcionar-me até sua mãe, pois devido ao período em que ficaram trabalhando no estacionamento do Pop Center “Joana D’Arc”, alugou uma pequena loja numa rua comercial próxima ao Shopping popular, para assim colocar as mercadorias e tentar estabelecer uma nova possibilidade de manutenção do seu labor. De fato, fui direcionada até este local da nova loja, para que assim realizasse a minha primeira entrevista. Chegando lá me apresentei

novamente e ela disse que se lembrava de mim, pois já havíamos conversado por telefone, e assim falei que queria comprar um gravador e se possível realizar uma entrevista com ela. A mesma mostrou-se bem entusiasmada e solícita em responder todas as perguntas e os desdobramentos necessários para assim viabilizar o meu estudo.

Em decorrência disso, expliquei todas as perguntas, que a entrevista iria ser gravada – pelo gravador que havia acabado de comprar com ela –, e a seguir ela me ensinou a utilizá-lo. A partir daí começamos a conversar sobre os últimos acontecimentos e as dificuldades de labor durante o período em que estiveram trabalhando no estacionamento do Pop Center. Depois de ter um bom diálogo com “Joana D’Arc”, certifiquei se poderia começar a gravar a entrevista, a mesma aceitou, e disse que tentaria responder todas as perguntas para que, assim, pudesse ajudar no estudo. Afirmou ainda que se sentia orgulhosa de participar de uma pesquisa. Durante a realização da entrevista tive que realizar diversas pausas por causa do atendimento aos clientes; e, também, por ser realizada muito perto da rua. Em alguns momentos o barulho incomodava bastante e prejudicava a gravação. Esse foi um dos maiores desafios durante a realização das entrevistas, pois quase todas foram realizadas dentro do shopping popular, e devido a isso tive que fazer várias pausas e às vezes voltar nas perguntas feitas anteriormente.

A entrevista com a “Joana D’Arc”, de maneira geral, foi bastante proveitosa. Em determinados momentos, quando não estava gravando, ela relatava as dificuldades e fiscalizações que ocorriam durante as viagens para as compras de mercadorias. Nesta parte eu percebia que a entrevistada não se sentia à vontade em relatar durante a gravação, mas em compensação ela me ajudou e repassou nomes e telefones de outros possíveis entrevistados. A partir disto enviei mensagens para esses contatos, para que assim pudesse conseguir outras entrevistas. Mas, principalmente por ter pouco tempo de reabertura do Pop Center, era difícil viabilizá-las. Os trabalhadores estavam tentando se estruturar para poder vender suas mercadorias, e até organizar viagens para novas compras, e assim minimizar o tempo em que ficaram impossibilitados de comercializar. Mesmo os que trabalharam no estacionamento ainda precisavam recuperar as vendas e os consumidores.

Então, precisamente no dia 23 de outubro de 2020, conseguir conversar com um dos contatos que “Joana D’Arc” havia me passado. Este possível entrevistado era um candidato a vereador nas eleições municipais em Pelotas. Conversei com ele, expliquei os objetivos do meu estudo, sobre como poderia obter uma entrevista e, se possível, também com outros entrevistados. Neste momento, marcamos de nos encontrar no shopping popular no mesmo dia. Encontrei com ele e conversamos novamente sobre a pesquisa, e de quais seriam os objetivos do estudo. Então, o mesmo se apresentou como advogado dos trabalhadores e disse que já teve bancas naquele espaço e que trabalhou nas ruas, comercializando DVD muitos anos atrás, e que depois cursou Direito e com isto passou a ajudar a categoria laboral do Pop Center.

Durante nossa conversa, percebi que esse possível entrevistado era o informante chave que precisava para continuar com o meu estudo, e assim dar prosseguimento às entrevistas. Para estabelecer a confiança e para um melhor esclarecimento, mostrei o roteiro com as perguntas e um termo de consentimento livre e esclarecido, informando em que consentia a minha pesquisa, afirmando que todas as identidades seriam preservadas e que não seriam citadas quaisquer identificações das bancas e nomes, mas que precisaria gravar para obter os dados desejados para o estudo. Então, ele me apresentou a vários trabalhadores, afirmando o quanto a minha pesquisa poderia ser útil para a categoria laboral, e assim fui apresentada a vários trabalhadores que comercializavam roupas masculinas, óculos e relógios eletrônicos, *games*, brinquedos e mochilas. Neste momento, fui apresentada a cinco trabalhadores que comercializavam mercadorias diferentes daquela que havia inicialmente me proposto a estudar.

Frente a esse acontecimento, percebi que precisava mudar a minha abordagem, que inicialmente era de pesquisar apenas vendedores e vendedoras de eletrônicos. No decorrer deste dia vi que a categoria laboral havia mudado. Em consequência das crises econômicas recentes, eles precisaram se reestruturar, comercializando de acordo com as necessidades dos consumidores. Assim, por exemplo, havia lojas de eletrônicos que vendiam roupas e artigos esportivos. Em relação a esse problema, recorri à análise sociológica proposta por Kaufmann (2013, p. 45), onde “o objeto é construído gradualmente, através de uma elaboração teórica que progride diariamente, a partir de hipóteses forjadas no campo”. Então abri

espaço para essas novas categorias laborais, para que assim fosse ampliado o estudo de campo, mas que não fosse propriamente modificado ou transformado o meu objeto de estudo.

Desde então, conversei com vários trabalhadores e pedi o contato pessoal ou mesmo da banca, para que assim pudesse marcar um dia em que fosse melhor para a realização das entrevistas. Então, voltei novamente no dia 4 de novembro de 2020 e consegui realizar cinco entrevistas com as categorias apresentadas pelo candidato a vereador. Durante essas entrevistas sempre conversava com cada entrevistado (a) sobre a pesquisa, sobre assuntos sociais, e principalmente sobre a trajetória de cada um no comércio popular. E explicava ainda sobre as perguntas que seriam feitas no momento da entrevista, para que assim o mesmo se sentisse confortável sobre como responder. Isso porque alguns diziam não saber responder, se tratando de uma pesquisa da Universidade. Por isso sempre busquei manter um diálogo, principalmente para ter uma confiabilidade por partes dos (as) entrevistados (as).

No dia 17 de novembro de 2020 consegui realizar mais quatro entrevistas, e uma delas foi realizada com a “Capitu”, filha de “Joana D’Arc”. Durante a entrevista com a “Capitu” mantivemos um longo diálogo, pois ela dizia que era muito tímida e que não saberia como responder as perguntas. Até o momento em que expliquei em que consistiam as perguntas, e afirmei que não existia resposta errada, mas que ela respondesse de acordo com a vivência e entendimento do Pop Center. Daí em diante “Capitu” se sentiu confortável e começamos a entrevista. Depois do término da mesma, ela disse que não acreditava em como havia conseguido responder tudo, e de ter mantido uma longa conversa comigo. Mas afirmou que só conseguiu este feito pelo fato de ter explicado antes as perguntas. Percebi então que tinha um papel estabelecido na minha pesquisa: a de uma pesquisadora que precisava acolher e compreender as falas destes atores sociais, para que assim fosse constituída uma relação de confiança para prosseguir com as entrevistas, como se denota nas análises feitas por Kaufmann, onde:

O pesquisador começa com um papel de composição: ele é gentil, receptivo, e acolhe muito positivamente tudo o que é dito. É um instrumento que o ajuda a fazer falar para entrar no mundo do informante. Quando as categorias mais operatórias são isoladas, tudo então começa a se encadear. O informante compreende que a atitude do pesquisador, de fato, não era um blefe, uma máscara de polidez, mas um interesse real por ele enquanto pessoa, um interesse tão grande que possibilitou que penetrasse em seu mundo, compreendendo seu sistema de pensamento e manejando

suas próprias categorias como ele próprio o faria. Ele estabelece então uma confiança e sente vontade de perseguir em si mesmo este caminho a dois. (KAUFMANN, 2013, p. 85).

Então, a partir destas entrevistas, passei a procurar outros possíveis interlocutores. Nesta procura acabei encontrando o senhor chamado “Kalil”, pessoa de origem árabe que vive há muitos anos no Brasil. O perfil do seu “Kalil” me chamou bastante atenção, principalmente pelos objetivos da pesquisa em relação a trajetórias socioprofissionais; e por seus filhos o ajudarem no comércio popular – inclusive um dos mais velhos possui uma banca dentro do Pop Center. Mas, infelizmente, não consegui realizar uma entrevista com ele, pois no dia em que a mesma foi marcada ele acabou viajando para São Paulo. Nesse período, os trabalhadores estavam voltando aos poucos a suas rotinas de compras. Consegui agendar uma nova entrevista com o seu “Kalil” para o dia 21 de novembro 2020, mas quando cheguei para o encontro a sua banca estava com bastante fluxo de consumidores e ele estava trabalhando sozinho neste dia. Com esse impasse combinamos para o dia seguinte, no domingo, 22 de novembro de 2020. Esta entrevista foi realizada na praça em frente ao shopping popular devido à necessidade de seguir os protocolos de segurança decorrentes da situação sanitária da pandemia; e por seu “Kalil” ter idade acima de 60 anos. Assim, optamos por escolher um lugar que fosse ao ar livre e utilizando máscaras e álcool em gel, para que assim tivéssemos uma segurança maior durante a realização da entrevista.

Então, no dia 23 de novembro de 2020, fui à procura de novos entrevistados. Neste dia por coincidência encontrei “Alice”, a esposa do “João”; conversamos bastante e ela aceitou realizar a entrevista comigo, pois já havíamos conversado anteriormente por telefone. Durante a realização da conversa, ela se mostrou bastante preocupada em como iria responder as perguntas, pois se questionava se iria corresponder às respostas desejadas, ao se tratar de uma pesquisa da Universidade. Conversei e expliquei, para que ficasse tranquila, pois o que ela não entendesse poderia me perguntar novamente; e eu explicaria da melhor forma possível, para que assim se sentisse confortável e segura durante a conversa. A entrevista de “Alice” foi a mais longa que realizei, pois teve duração de uma hora e quinze minutos. Nela, a entrevistada me esclareceu vários aspectos de sua trajetória e de como teve que se reinventar durante a pandemia, pelo fato de ter mudado a comercialização de sua mercadoria. Depois desta entrevista, segui com a da

“Cecília”, que comercializa relógios, óculos e durante a pandemia passou a vender um pouco de eletrônicos, para tentar melhorar as vendas. Nesta conversa tive que fazer diversas pausas pelo fato do seu marido querer responder junto com “Cecília”, e também por estar realizando atendimento aos clientes durante a entrevista.

Durante a realização das entrevistas, percebi que precisava conversar com a administração do Pop Center, principalmente pela necessidade de entender como se dava o relacionamento com as categorias laborais, e por todos os trabalhadores reclamarem do alto valor pago pelo aluguel. Então, no dia 25 de novembro de 2020, procurei pela gerente Adriana que administra o Shopping Popular. Neste dia apenas conversamos a respeito da pesquisa, e se haveria a possibilidade de entrevistá-la, para entender tanto o relacionamento com os trabalhadores quanto o processo de labor das categorias. A gerente Adriana foi bastante solícita e disse que poderia ajudar no que fosse preciso, mas que só poderia me atender em outro momento. Então, neste mesmo dia resolvi procurar por outro interlocutor, voltando à banca do meu segundo entrevistado, o “Peter”, que sempre se mostrou simpático e receptivo comigo, apoiando muito a pesquisa. Nessa oportunidade ele conversou com o “Bento”, que aceitou participar da pesquisa e assim realizar a entrevista. A conversa com “Bento” foi bastante esclarecedora, pois a banca em que trabalhava era uma das pioneiras naquele espaço; já estava na terceira geração, sendo que ele ajudava seu pai a administrar a banca, que anteriormente era do seu avô.

No dia 27 de novembro de 2020, realizei as últimas entrevistas no Pop Center. Neste dia conversei com a gerente Adriana e o “Fernando”, que trabalhava fazia dez meses no comércio popular. Achei o seu perfil interessante, pois como já tinha entrevistado vários trabalhadores com uma longa trajetória laboral, então resolvi conversar com alguém que tivesse pouco tempo, para entender as expectativas futuras naquele espaço. A entrevista com Adriana foi bastante esclarecedora pelo fato de entender as regras e a organização entre os trabalhadores. Nesta conversa a Adriana me deu a sugestão de conversar com o fiscal da prefeitura, o Carlos, para ter maiores esclarecimentos em relação à fiscalização e aos conflitos existentes com os trabalhadores. Esta conversa com o fiscal foi realizada no dia 7 de dezembro de 2020; e neste mesmo dia encerrei as entrevistas.



Após o encerramento das entrevistas, passei a acompanhar notícias nos jornais locais de Pelotas, e a realizar visitas constantes no Pop Center para obter mais informações. Desse modo, poderia observar e conversar com trabalhadores que não quiseram conceder uma entrevista. Alguns disseram que não se sentiam confortáveis em serem gravados ou mesmo que não saberiam responder todas as perguntas, mas ao mesmo conversavam e explicavam toda a rotina diária de trabalho no comércio popular bem como a trajetória laboral e as crises econômicas pelas quais haviam passado.

Neste caso, temos os exemplos de “João” e do candidato a vereador (que não teve o nome citado aqui por motivos de preservar a sua identidade). De fato, não consegui entrevistar este último, mas sua ajuda foi de fundamental importância durante a realização do trabalho empírico. Tentei entrevistá-lo após as eleições municipais, mas não obtive um retorno. Já no caso do “João”, por sua vez, era muito tímido e disse que não conseguiria conceder uma entrevista. Por ser o principal responsável pela banca em que trabalha, não conseguindo responder as perguntas enquanto atendia clientes na sua banca, e por realizar as viagens para as compras de mercadoria, de fato não consegui entrevistá-lo. Foram feitas diversas tentativas para realizar a entrevista com ele, mas estava sempre ocupado ou viajando. Ao todo foram realizadas dezessete entrevistas, sendo quinze com as categorias laborais, com uma a duração média de trinta e cinco a quarenta e cinco minutos; e as outras duas com a gerente Adriana e com Carlos, o fiscal da prefeitura. Conforme dito anteriormente, os nomes citados neste estudo são fictícios, com exceção da gerente Adriana e do Carlos, o fiscal da prefeitura, que por ocuparem posições visíveis e únicas, no espaço social estudado, não foi possível ocultar sua identidade.

A partir da coleta de dados e com encerramento das entrevistas, comecei o processo de transcrição, para que assim pudesse viabilizar e reunir os dados que emergiram das dezessete conversas realizadas. Nesta parte, tive um imenso trabalho para fazer, devido ao barulho dentro do Pop Center. Algumas entrevistas ficaram com trechos inaudíveis, mas as partes mais importantes e necessárias para o estudo foram transcritas. Então, consegui proceder da melhor forma possível para que assim chegasse ao objetivo desejado, e que não houvesse um comprometimento dos dados da pesquisa, que dificultasse as análises teóricas propostas neste estudo. Mas, confesso que inicialmente fiquei deslumbrada com

tantas informações e riqueza do trabalho de campo, e me sentia incapaz de sistematizar ou mesmo estabelecer uma análise sucinta das falas obtidas com os entrevistados. Entretanto, seguindo as perspectivas iniciais da problematização abordada neste estudo, resolvi prosseguir com a ideia inicial que guiou a minha investigação sociológica até aqui. Resolvi prosseguir com as falas que me permitissem testar as minhas hipóteses e debater a problemática estabelecida nesta pesquisa.

É preciso refletir e compreender que a pesquisa de campo tem seus princípios básicos como os de observar e escutar; mas esses princípios vão se ajustando no cotidiano, para que assim se possa chegar a uma análise mais profunda. Temos que ter consciência das alianças e negociações feitas com os sujeitos estudados, pois é por meio delas que conseguimos manter a qualidade e a possibilidade do material empírico em que constitui o estudo (WEBER, 2009). Este foi o fator preponderante que me possibilitou a obtenção de entrevistas, mesmo estando um período de incerteza quanto à pandemia em que estamos vivendo. No que concerne às reflexões necessárias sobre a condução das entrevistas, essas vão de encontro com a reflexão sociológica proposta por Pierre Bourdieu. O sociólogo francês afirma que: “só a reflexividade, que é sinônimo de método, mas uma reflexividade reflexa baseada num ‘trabalho’, num ‘olho’ sociológico, que permite perceber e controlar no campo, na própria condução da pesquisa” (BOURDIEU, 2008, p. 694). Nesta condução, ressalto mais uma vez a importância de buscar teorias sociológicas que me fizessem refletir – durante todo o período de entrada ao campo de estudo, e até nos momentos de ouvir os áudios das entrevistas e transcrevê-lo de maneira sucinta – sobre as falas dos atores sociais envolvidos na pesquisa.

Com todo o material coletado realizei uma análise empírica sobre a realidade socioprofissional desses trabalhadores atípicos informais. Procurou-se analisar o contexto específico do trabalho atípico, a partir da percepção e das falas dos atores sociais envolvidos com a situação real. No que concerne à construção sociológica deste objeto, é importante ressaltar a importância dos seus relatos e principalmente aqueles obtidos durante a realização das entrevistas. Por mais que fosse um objeto de estudo já elaborado por mim anteriormente (com outro objeto empírico), percebi que precisava reaprender e repensar toda a minha trajetória anterior, pois se tratava

de uma nova busca empírica, isto é, de novos dados e informações que levassem a uma nova construção sociológica. Tratava-se de um novo universo empírico, diferente daquele apreendido por mim, e as condições socioeconômicas mudaram desde a crise de 2015. Desse modo, a respeito da importância do que dizem as pessoas entrevistadas, reitero as reflexões sociológicas feitas pelo sociólogo francês Jean Claude Kaufmann, para quem

o objeto sociológico se constrói pela utilização de categorias nativas para elaborar modelos teóricos, sempre tomando distância delas à medida que os modelos vão se tornando mais precisos. Mesmo quando o pesquisador acredita saber tudo a respeito de seu tema, ele deve continuar se sentindo modesto diante do menor saber local, diante da categoria nativa mais insignificante (o dia em que não é mais capaz de ser curioso, resta-lhe apenas concluir seu trabalho: ele não irá aprender mais nada). No entanto, quanto mais ele progride em sua pesquisa, mais o saber local aparece truncado, parcial, ilusório, minúscula, à luz do que ele aprendeu com os princípios que o regem. O paradoxo é que ele continua sendo, apesar de tudo, a fonte de elaboração teórica (KAUFMANN, 2013, p. 132).

No plano conceitual deste estudo foram realizadas leituras e análise sistematizadas de obras e artigos que tratam da relação e organização do trabalho informal, socialização, trajetórias e identidades socioprofissionais. Com isso, pude conhecer as contribuições que se efetuaram acerca do tema, proporcionando uma discussão no cerne das perspectivas encontradas no campo de estudo, resultando em um embasamento teórico para melhor análise na área de sociologia do trabalho e das identidades. A realização da pesquisa qualitativa buscou focar a subjetividade dos trabalhadores de comércio popular de Pelotas, tentando assim enfatizar as suas particularidades e trajetórias de vida.

As atividades mencionadas ao longo desta seção foram planejadas e orientadas da seguinte forma: 1) realização de visitas no Pop Center, visando à observação sistemática para a coleta de dados; 2) coletar, tratar, organizar, classificar e sistematizar os dados, analisando e constituindo as principais etapas no tratamento do material. Em resumo, a soma dessas atividades permitiu constituir um estudo de caso. O estudo de caso consiste em abordagem do particular que prioriza o caso único, em que a eficácia da particularização substitui a validade da generalização (STAKE, 1995 *apud* QUARANTA; NEIMAN, 2006, p. 219). O estudo de caso permitiu fornecer explicações elementares e fundamentais do contexto vivido por essa categoria laboral do comércio popular. Para Laville e Dionne (1999, p. 156) “a vantagem de fazer um estudo de caso consiste na possibilidade de

aprofundamento que oferece, pois os recursos se veem concentrados no caso visado, o estudo não fica submetido às restrições”. O pesquisador pode, assim, mostrar-se mais criativo e ter mais tempo para adaptar seus mecanismos, modificar e explorar sua abordagem.

Os procedimentos metodológicos utilizados foram: entrevistas semiestruturadas em profundidade e narrativas com os atores sociais (FLICK, 2009), sempre acompanhado de observação sistemática, de caráter etnográfico, no seu local de trabalho. Para isso, foi elaborado um roteiro de perguntas a serem formuladas aos entrevistados, para obter informações referentes ao dia a dia de trabalho; à relação com colegas de trabalho e com outros vendedores; às representações sociais no comércio popular; aos relacionamentos com clientes; a questões jurídicas e de fiscalização comercial; às relações de gênero; à trajetória ocupacional; e às identidades. As entrevistas foram realizadas presencialmente, no contexto organizacional do trabalho no Pop Center. Procurou-se analisar os dados coletados, a partir da seleção e das transcrições, tentando identificar as representações do trabalho pelos sujeitos envolvidos no processo.

Os procedimentos metodológicos e a observação sistemática estão inseridos numa abordagem qualitativa, a qual incluiu a dimensão ética, pois os entrevistados tiveram suas identidades preservadas por meio de um termo de consentimento livre e esclarecido, para se preservarem. Nesse sentido, foram informados dos objetivos da pesquisa, optando ou não pela participação nela, e foram esclarecidos de sua importância para compreender a sua realidade social. Boni e Quaresma (2005, p. 75) caracterizam as entrevistas semiestruturadas mencionando que elas

combinam perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. [...] Esse tipo de entrevista é muito utilizado quando se deseja delimitar o volume das informações, obtendo assim um direcionamento maior para o tema, intervindo a fim de que os objetivos sejam alcançados. A principal vantagem da entrevista aberta e também da semiestruturada é que essas duas técnicas quase sempre produzem uma melhor amostra da população de interesse.

A partir da análise dos dados qualitativos, iniciou-se o exame da construção social e das atividades profissionais e ocupacionais realizadas pelos/as atores sociais do comércio popular. Ao conjunto das atividades metodológicas propostas

neste estudo buscou-se somar uma “perspectiva etnossociológica”. Para Bertuax (2010, p. 23),

trata-se de um tipo de pesquisa empírica apoiada na pesquisa de campo e nos estudos de caso, que se inspira na tradição etnográfica nas técnicas de observação, mas que constrói seus objetos pela referência a problemáticas sociológicas.

Esta perspectiva, mencionada por Bertuax, adapta-se a este estudo, pois me concentrei e analisei uma categoria social específica, que vive uma realidade social determinada, e que foi construída através de seus ofícios realizados no comércio popular. Partindo do mesmo pressuposto que o sociólogo francês Daniel Bertuax, é possível perceber que as análises desse objeto de estudo requerem uma postura consciente da realidade social estudada, particularmente, levando em consideração os informantes que colaboraram com a pesquisa. Por isso recorri às análises feitas por Daniel Bertuax, em que argumenta que

na pesquisa de campo o pesquisador tem o cuidado de, antes de tudo, abrir seus olhos, seus ouvidos, sua inteligência e sua sensibilidade ao que poderá lhe ser dito ou mostrado. Ele está ali não para verificar hipóteses estabelecidas a-priori, mas para construir algumas, não só – nem principalmente – sob a forma de “relações entre variáveis”, mas sob a forma de hipóteses sobre configurações de relações, mecanismos sociais, processos recorrentes; sobre os jogos sociais e seus desafios; em suma, sobre todos os tipos de elementos que permitam imaginar e compreender “como isso funciona”. Sua tarefa como sociólogo, portanto, consiste em discernir no próprio campo ou pela análise dos materiais recolhidos, a presença de tais elementos; em identificar seus contornos, nomeá-los (procurar a sua denominação adequada), encontrar as diversas formas sob as quais esses materiais lhe apareceram para se assegurar de que não são um simples produto de sua imaginação; consiste ainda em construir, a título de hipótese, uma representação ( um “modelo”) por meio do vocabulário sociológico existente ou, se houver necessidade, enriquecido. É assim que ele consegue, pouco a pouco, por incessantes idas e vindas entre observações e teorizações parciais, obter uma visão coerente, formulada em termos sociológicos, de seu objeto de estudo (BERTUAX, 2010, p. 39).

Com base nessas premissas e análises feitas por Bertuax que ressalto toda a experiência vivida no campo de pesquisa, que me conduziu a compreender o cerne da problemática instaurada nesta pesquisa, procurando obter assim uma visão coerente e concisa. Ressalto que ao longo desta seção, tentei fazer uma reflexão metodológica e das teorias sociológicas que guiam a pesquisa, que ressaltasse a realidade social da categoria laboral pesquisada neste estudo. Entretanto, enfatizo e relato todas as dificuldades enfrentadas no campo de estudo, mas que se tornou um aprendizado na condução das entrevistas, que apesar de todas as adversidades encontradas consegui superar de todas as formas, para que assim pudesse trazer

uma epistemologia sociológica que fizesse refletir e entender como são os processos de socialização, trajetórias laborais e a construção de “identidades” socioprofissionais destes trabalhadores. A respeito das análises sociológicas e as reflexões mencionadas aqui, buscou-se uma metodologia que fosse mais apropriada com o objeto estudado e principalmente com os relatos obtidos nas falas dos atores sociais estudados. O estudo de caso foi o elemento essencial que me propiciou uma abertura e assim poder prosseguir na busca de uma perspectiva etnográfica, para que tivesse a possibilidade de explorar o material empírico encontrado no campo da pesquisa. No capítulo seguinte tratarei sobre os principais conceitos da obra de Dubar em conjunto com teorias sociológicas que balizarão a análise das entrevistas.

## Capítulo 2 – Socialização, trajetórias e identidade

Este capítulo aborda os conceitos de socialização, de trajetória e de identidade. Para começar esta exposição recorri primeiramente à teoria construtivista de Peter Berger e Thomas Luckmann e, depois, ao sociólogo francês Claude Dubar e em conjunto a estas duas teorias, apresento também outros autores como Norbert Elias, Pierre Bourdieu e o antropólogo Gilberto Velho. Realizo assim, uma perspectiva complementar entre as principais epistemologias fenomenológica-construtivista e construto-estruturalista. A escolha dessas duas teorias sociológicas deve-se ao fato de serem, além de compatíveis até certo ponto, como irei expor a seguir, as que mais se ajustaram à análise do objeto de estudo desta pesquisa, e que particularmente me fizeram refletir sobre os dados empíricos encontrados no trabalho de campo. Em razão disto, procurei estabelecer uma sistematização dessas duas teorias para poder analisar sociologicamente, no capítulo seguinte a este, os processos de socialização, as trajetórias laborais e a construção das identidades socioprofissionais de trabalhadores do comércio popular no Pop Center.

### 2.1. A socialização

A socialização é um conceito sociológico contextualizado por Berger e Luckmann (2004) no livro *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*, especificamente no capítulo III, “A sociedade como realidade subjetiva”, que, como processo complexo e contínuo, possui etapas, das quais os autores estabelecem uma diferenciação entre socialização primária e secundária. Socialização, como conceito amplo, identifica o processo pelo qual um indivíduo recebe treinamento social para usos do corpo, para comportar-se em relações bem como identificar os papéis sociais e instituições. É nesse processo que os indivíduos, intermediado por “outros” anteriores a eles, são inseridos na trama de relações sociais já existentes: aprende-se e incorpora-se à realidade social em seus níveis objetivo e subjetivo.

A socialização primária é a primeira socialização (infância), em que o indivíduo se torna membro da nossa sociedade e apreende os primeiros passos iniciais desse processo social. Segundo os autores “os indivíduos nascem de uma estrutura social objetiva, na qual encontram outros significativos que se encarregam

de sua socialização” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 176). Assim, é na socialização primária que é construído o primeiro mundo do indivíduo. Com base nisso, os autores definem sequências de aprendizado para a criança, onde, por exemplo, “(...) na idade A a criança deve aprender X, na idade B deve aprender Y, e assim sucessivamente, sendo que cada uma dessas fases acarreta certo reconhecimento social do crescimento e diferenciação biológicas” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 182). Esse processo primário termina quando a inserção (e tudo quanto a acompanha) nas regras de comportamento, de relação e conveniências simbólicas já estão sedimentadas na consciência individual. Os principais elementos incorporados durante o processo são aqueles que identificam e caracterizam funcionalmente, a princípio, os indivíduos: os papéis sociais, essas ferramentas que sintetizam e colam aos corpos que lhe são direcionados “modos de ser e fazer”, como são os papéis de sexo, por exemplo, e seus identificadores “homem” e “mulher”. É um regulador de expectativas da ação de cada membro de uma sociedade. Já estabelecendo um contraponto com a teoria de Dubar (2005), é possível perceber que é nesse momento que a “identidade-para-outrem” aparece, essa identificação que é dada pelo outro a um “eu”.

A partir disso o indivíduo torna-se membro da sociedade e possui uma personalidade formada neste mundo. No entanto, para os autores, esta interiorização da sociedade, da identidade e da realidade não se faz de uma vez por todas, pois a socialização nunca acaba totalmente. De acordo com eles, a socialização primária tem um valor de suma importância para os indivíduos, tornando-se a “estrutura básica de toda a socialização secundária” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 175).

A socialização secundária, por sua vez, é um processo que introduz os indivíduos já socializados em novos setores do mundo objetivo da nossa sociedade. Os autores evocam (2004, p. 184) que “essa socialização é a interiorização de ‘submundos’ institucionais ou baseados nas instituições como a complexa divisão do trabalho e principalmente na distribuição social do conhecimento”. Por isso os autores afirmam que

podemos dizer que a socialização secundária é a aquisição do conhecimento de funções específicas, funções direta ou indiretamente com raízes na divisão do trabalho. Há certa justificação para esta definição estreita, mas isto não significa de modo algum toda a história. A socialização secundária exige a aquisição de vocabulários específicos de



funções, o que significa em primeiro lugar a interiorização de campos semânticos que estruturam interpretações e condutas de rotina em uma área institucional (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 185).

Para Berger e Luckmann (2004) “a socialização realiza-se sempre no contexto de uma estrutura social específica”. Os autores estabelecem como pode ocorrer uma socialização bem-sucedida e malsucedida. No caso da primeira, acaba ocorrendo

o estabelecimento de um elevado grau de simetria entre a realidade objetiva e a subjetiva (o mesmo quanto à identidade, naturalmente). Inversamente, a ‘socialização malsucedida’ deve ser compreendida em termos de assimetria entre a realidade objetiva e a subjetiva. Como vimos, a socialização totalmente bem-sucedida é antropológicamente impossível. A socialização totalmente malsucedida é no mínimo extremamente rara, limitada a casos de indivíduos com os quais mesmo a socialização mínima não é obtida devido a graves condições patológicas orgânicas (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 216).

Os autores estabelecem que em tais condições e situações a socialização pode produzir identidades, que são socialmente determinadas e traçadas. Essas identidades então podem ser engendradas no sentido de representar plenamente a realidade objetiva nas quais estão localizadas. Na nossa sociedade as identidades são reconhecidas pelo caráter objetivo que tendem a tomar através de símbolos que sintetizam expectativas de ação a corpos determinados.

A partir disso podemos estabelecer uma conexão com a teoria de Claude Dubar sobre o conceito de socialização, especificamente na sua obra *A socialização: construção das identidades sociais e profissionais* (2005), na qual o autor sedimenta um amplo estudo sobre o conceito. Para Dubar, a socialização faz parte desses conceitos básicos da sociologia (e também da antropologia e da psicologia social), possuindo tantos universos de significação quanto existem pontos de vista sobre o social. Por isso, as teorias da socialização praticamente não se distinguem das grandes teorias das ciências sociais. O autor empenha-se na teoria de Piaget para apontar que “a socialização não pode ser pensada e analisada como uma inculcação, pelas instituições, de ‘maneiras de fazer, de sentir e de pensar’ a seres passivos e egoístas” (DUBAR, 2005, p. XIV). As atividades e as interações que ela implica constituem, segundo ele, um portador primordial da socialização das crianças.

Claude Dubar (2005) faz uma distinção entre “socialização primária” e “socialização secundária”, por meio da teoria de Berger e Luckmann, onde o

conceito pode se emancipar do campo escolar e da infância, para se aplicar com um sucesso crescente ao campo profissional (entre outros) e, sobretudo, ter uma conexão com os problemas e mudanças sociais. O autor argumenta que “a socialização já não é definida como ‘desenvolvimento da criança’ nem como ‘aprendizado da cultura’ ou ‘incorporação de um *habitus*’, mas como ‘construção de um mundo vivido’, e esse mundo também pode ser desconstruído e reconstruído ao longo da infância” (DUBAR, 2005, p. XVII). Neste sentido, ele afirma que “a socialização [é] um processo de construção, desconstrução e reconstrução de identidades ligadas a diversas esferas de atividade (principalmente profissional) que cada um encontra durante sua vida e das quais deve aprender a tornar-se ator” (DUBAR, 2005, p. XVII). Em suma Dubar define a socialização como “um processo de identificação, de construção de *identidade*, ou seja, de pertencimento e de relação” (DUBAR, 2005, p. 24, grifo no original). Nas análises recorrentes feitas por esse autor, a socialização é um fator essencial do nosso pertencimento, da relação identitária com os grupos sociais que fazemos parte. É através da socialização que assumimos as nossas condutas e ações sociais sem nos darmos conta disto, e somos identificados por elas (DUBAR, 2005).

Voltando a Berger e Luckmann (2004), na sua teoria da socialização estabelecem três momentos que são caracterizados em nossa sociedade, como *exteriorização*, *objetivação* e *interiorização*. Para entender a construção da realidade social objetiva, é preciso analisar esses três processos. Os indivíduos passam por uma sequência temporal, na qual é realizado um processo de interiorização para tornar-se membro da nossa sociedade, e este processo passa a ser a socialização. Por isso, os autores reiteram que a socialização é a que introduz os indivíduos em nossa sociedade. Em contraposição a esta análise sociológica proposta por esses autores, recorro à análise sociológica de Claude Dubar, que refuta a abordagem construtivista feita por Berger e Luckmann. Isso porque haveria uma discordância entre a socialização primária e secundária. Na socialização secundária se efetua a emancipação do campo escolar em direção ao campo profissional do indivíduo. Se houve então mudança, a socialização não pode ser o “desenvolvimento da criança”, ou “aprendizado da cultura”, mas sim a “construção de um mundo vivido”, onde a identidade pode ser desconstruída e reconstruída ao longo da sua existência. Por isso, Dubar reitera que a socialização se torna um processo de construção,

desconstrução de identidades ligadas principalmente ao campo profissional (DUBAR, 2005, p. XVII).

Partindo desta premissa, e buscando se fazer uma pequena análise do campo de estudo, é importante ressaltar que apesar de haver uma discordância entre os autores propostos nesta seção sobre o conceito de socialização, é possível constituir uma reflexão e contemplar a análise dos dados empíricos. Primeiramente, na teoria construtivista de Berger e Luckmann pode se ter como exemplo a entrevista de “Capitu” (nome fictício), onde a mesma me relatou que foi interiorizada e socializada desde criança no espaço do comércio popular. Sua mãe a levava para o trabalho por não ter onde deixar, ou mesmo com quem deixar, sendo que ela relata que foi criada neste espaço social, onde passou a levar mercadorias e comercializar na escola. Ela relata que foi aprendendo a vender, e com quinze anos já exercia atividades no comércio popular.

Este relato vai de encontro com a teoria construtivista ressaltada pelos autores, já que “Capitu” adquiriu uma socialização primária desde criança, aprendeu a vender e a tornar-se um membro daquele espaço social, mas depois passou a ter uma socialização secundária, onde a mesma foi introduzida neste ambiente e assim teve uma emancipação para administrar a banca para sua mãe. Por meio da teoria de Dubar, pode-se ressaltar que os trabalhadores tiveram vários processos de socialização, começando suas atividades comerciais nas ruas, depois foram inseridos em um camelódromo e, por último, no Pop Center. Sendo assim percebe-se que esses trabalhadores foram constituindo suas identidades através destes processos de socialização, sendo que a cada ambiente em que foram inseridos adquiriram novas e possíveis “identidades”. Para Dubar, a identidade é um processo de sucessivas socializações, e com isto pude mencionar aqui nesta seção um pouco do material empírico a ser abordado no item subsequente.

## **2.2. Trajetórias**

O conceito de trajetória é contextualizado por Gilberto Velho (2003) no livro *Projeto e Metamorfose: Antropologia das Sociedades Complexas*, especificamente no capítulo II, onde trata sobre *trajetória individual e campo de possibilidades*. O autor desenvolve as suas concepções antropológicas das sociedades complexas por

meio das noções de campo de possibilidades e de projeto. Para dar ênfase aos seus estudos, o autor recorre às influências mais significativas dos sociólogos Georg Simmel e Alfred Schütz, onde prevalece uma grande contribuição desses teóricos para estudar os indivíduos nos espaços culturais e sociais.

A partir disso, o autor denomina “campo de possibilidades como um dado, com alternativas construídas do processo sócio-histórico e com o potencial interpretativo do simbólico mundo cultural, em nossa sociedade” (VELHO, 2003, p. 24). No termo *projeto* o autor conceitua o nível individual para lidar com a performance, as explorações, o desempenho, as opções, e as definições perante a nossa sociedade.

O autor ressalta ainda que os termos de Schütz são resultantes de complexos processos de negociação e construção. Nas suas palavras, afirma-se que

do que é dado com as alternativas construídas do processo sócio-histórico e com o potencial interpretativo do mundo simbólico da cultura. O projeto no nível individual lida com a performance, as explorações, o desempenho e as opções, ancoradas a avaliações e definições da realidade. Estas, por sua vez, nos termos de Schütz, são resultado de complexos processos de negociação e construção que se desenvolvem com e constituem toda a vida social, inextricavelmente vinculados aos códigos culturais e aos processos históricos de *longue durée* (VELHO, 2003, p. 28).

Nessa obra, Velho (2003) faz um embasamento etnográfico de experiências narradas pela jovem Catarina, uma açoriana que vive num contexto de adaptação no solo americano, juntamente com sua família, em busca de novas afirmações sociais e pretensões de obter futuro promissor. Por meio dessa narrativa, o autor nos mostra como os indivíduos modernos nascem e vivem dentro de culturas e tradições particulares. Por isso somos expostos e afetados a vivenciar sistemas de valores diferentes e heterogêneos.

Nessa mesma perspectiva o autor relaciona a construção de identidades, enfatizando as básicas subordinações, e como as constelações culturais singulares tornam-se um conjunto de símbolos determináveis. Para Velho (2003, p. 21) “o que está em jogo é um processo histórico abrangente, e a dinâmica das relações entre os sistemas culturais com repercussões dos indivíduos em particular”. Cabe ainda salientar que as noções de projeto e campo de possibilidades podem nos ajudar a analisar as trajetórias e biografias enquanto expressão de um quadro sócio-histórico, sem alterar as particularidades e singularidades (VELHO, 2003, p. 24). Ainda segundo o autor

as trajetórias dos indivíduos ganham consistência a partir do delineamento mais ou menos elaborado de projetos com objetivos específicos, sendo importante observar as realizações dos indivíduos no jogo de interação em que estão expostos (VELHO, 2003, p. 24).

Esses projetos individuais ou coletivos permanecem na dinâmica do campo de possibilidades. Observam-se como as pessoas mudam através de seus projetos, sendo que a transformação individual se dá ao longo do tempo e em relação a um contexto. Em acordo a isso, é nítido perceber como a família da jovem Catarina tinha um projeto de vida e estava em busca de maiores projeções futuras ao migrar para outro país. Para Velho (2003, p. 21), a crescente heterogeneidade, globalização e fragmentação da nossa sociedade moderna introduzem novas dimensões que põem em questão as concepções de identidade social da existência humana. No entanto, as sociedades complexas nos oferecem uma constituição de identidades a partir do jogo intenso e dinâmico do nosso papel social, que associávamos às experiências e aos níveis de realidades diversificadas. Nas análises percorridas por Velho, pode-se estabelecer um paralelo com os trabalhadores do comércio popular, por meio das mudanças e transformações em seus ofícios – que podem operar ou mesmo modificar suas identidades nesse novo espaço social em que estão exercendo suas atividades, visto que o termo *camelô* carrega consigo uma trajetória e biografia de vida.

Para conceitualizar o *projeto*, o autor parte de uma dimensão racional e consciente, com vários campos de possibilidades, desde uma dimensão sociocultural. Com base nisso os indivíduos são constituídos e reconstituídos, através de suas trajetórias existenciais. Cabe ressaltar que essa exposição teórica proposta por Velho (2003), me leva a refletir e avaliar como se dá essa abordagem conceitual de trajetórias na obra de Claude Dubar. Nesse sentido, proponho estabelecer a similaridade dos aspectos teórico-conceituais de Velho para deter-me naqueles do sociólogo francês.

Na obra *A socialização: construção das identidades sociais e profissionais* (2005) Dubar, desenvolve sua teoria sobre trajetórias, por meio do conceito de *habitus* de Bourdieu. Com base nessa obra denota-se que o “*habitus* nada mais é que a cultura do grupo de origem, incorporado à personalidade, importando seus esquemas a todas as situações ulteriores e provocando inaptações” (DUBAR, 2005, p. 80). Desse modo o *habitus* não se torna produto de uma condição social de

origem, mas de uma trajetória social definida com base em várias gerações, ou seja, através de uma posição da trajetória social da descendência dos indivíduos.

Para Dubar (1998), a abordagem proposta por Bourdieu identifica a trajetória como às vezes associada a um “*habitus* de classe”, levando em conta ao mesmo tempo a posição e o “nível” (de chegada) da trajetória social. O autor dá ênfase a um exemplo no qual um operário, filho e neto da mesma classe, não tem o mesmo *habitus* que um alto executivo, filho e neto de empresários. Contudo Dubar (1998, p. 4) concluiu que a

ancoragem de cada um em sua classe induz certas disposições homólogas, ou seja, o modelo bourdieusiano se reduz essencialmente a um modelo hipotético, e os traços interpretados em termos de *habitus* são associados tanto a trajetórias quanto a posições.

Tratando igualmente da crítica teórica exposta de Dubar ao conceito de *habitus* de Bourdieu, percebe-se que o termo conceitual exclui qualquer possibilidade de mudança social ou ascensão social do indivíduo, acarretando uma espécie de submissão. No entanto, para estabelecer essas acepções, recorro às afirmações propostas de Claude Dubar para melhor compreender os mecanismos de reprodução do *habitus* nas trajetórias. A partir disso o autor faz algumas articulações para esclarecer essas posições:

A primeira articulação entre “trajetória” e “sistema”, que implica a recusa *a priori* da homologia das posições e do mecanismo sistematicamente reprodutor do *habitus*. Onde não pode reduzir a trajetória a uma “posição objetiva”, ela a define antes como um “recurso subjetivo”, ou seja, um balanço subjetivo das capacidades para enfrentar os desafios específicos de um sistema. A segunda articulação entre “trajetória anterior” e “estratégia” implica a recusa *a priori* da continuidade necessária entre as visões de futuro da trajetória - incluindo as avaliações de oportunidade do sistema - e os balanços da trajetória passada que mobilizam as representações investidas no sistema. O passado não determina mecanicamente a visão do futuro; a um tipo de trajetória anterior “objetivamente” discernível não corresponde necessariamente um tipo de estratégia de futuro “subjetivamente” construída. Entre trajetória e estratégia se intercala o conjunto das relações internas ao sistema no qual o indivíduo deve definir sua identidade específica; da mesma forma, entre representação e oportunidade do sistema se interpõe a trajetória dos indivíduos, a partir da qual avaliam características e evoluções prováveis do sistema (DUBAR, 2005, p. 92-93).

Com base na exposição teórica do sociólogo francês ao articular as posições de trajetórias, é possível deduzir que os trabalhadores do shopping popular possam estar vivendo outra trajetória social, ligada a mudança para um local legitimado pelas

autoridades municipais e, com isso, pode haver uma referência à trajetória anterior como camelô. Esse novo espaço social pode até mesmo ter constituído novas e possíveis identidades, pois mesmo tendo o mesmo *habitus* cada indivíduo tem seus projetos e possibilidades de se constituir e reconstruir conforme exposto nas análises de Velho – em consonância a de Dubar. Nas investigações sociais referidas pelos dois autores, observa-se uma sedimentação e articulação teórica entre trajetórias e identidades, e principalmente de como os sujeitos sociais podem modificar e construir seus projetos futuros expostos às modificações culturais, sociais e principalmente no campo profissional. A partir disso recorro às observações do sociólogo francês sobre como as identidades resultam nas trajetórias e de como pode haver mudanças no contexto social. Assim, Dubar (2005, p. 94) conclui que

as identidades resultam, pois, do encontro entre trajetórias socialmente condicionadas e campos socialmente estruturados, sendo que esses dois elementos não são homogêneos, e as categorias das trajetórias não são as mesmas que estruturam os campos da prática social.

Portanto, o autor abre um espaço de reflexão quanto à liberdade de tornar possíveis as conversões identitárias, onde possam existir rupturas e mudanças nas trajetórias, com isso acarretando possíveis modificações nos espaços sociais. Assim como podem ter ocorrido com esses trabalhadores do Pop Center.

Para concluir esta articulação teórica entre Velho e Dubar a respeito do conceito de trajetória é importante ressaltar a base conceitual proposta por ambos. A primeira teoria de Gilberto Velho permite refletir sobre como são construídas as trajetórias em meio a diversidades culturais, históricas e sociais em nossa sociedade, e sobre como os indivíduos podem modificar e ter a possibilidade de ter seus projetos individuais e se transformar ao longo do tempo ou mesmo do contexto em que estão situados. Na segunda parte busquei enfatizar e relacionar como a abordagem teórica de Dubar permite compreender o quanto as trajetórias podem alterar-se a partir das mudanças sociais. Com base na proposta sociológica feita por Dubar, e por Velho, pode-se ressaltar que os atores sociais contemplados neste estudo tiveram várias trajetórias laborais até chegarem de fato à estrutura de se ter um espaço físico e social para exercerem seus ofícios. Isso porque muitos começaram a comercializar suas mercadorias nas ruas de Pelotas, depois tiveram a passagem pelo camelódromo, até de fato construir uma estrutura de um shopping

popular, constatando-se uma mudança social em relação ao trabalho exercido nas ruas. Com isso, cabe ressaltar que nos dados empíricos e pelas falas dos atores sociais, será demonstrado, no decorrer do próximo capítulo, que as identidades de alguns entrevistados foram modificadas e estruturadas em decorrência dos seus processos de socialização e de suas trajetórias.

### **2.3. A teoria sociológica da identidade de Claude Dubar**

Os estudos sobre a identidade podem ser encontrados em vários campos científicos, desde a sociologia, a antropologia e até a psicologia. A sua compreensão pode ser dada por características sociais (formas de vestir-se, comunicar-se, socializar) exclusivas e próprias de um ser social e, por sua vez, pelas definições das instituições sociais. Mas pode ser entendida ainda, e principalmente, pelas ações sociais observadas nos acontecimentos diários. Em decorrência disto me proponho, primeiramente, a apresentar uma análise sucinta sobre o conceito de identidade em Norbert Elias, para se entender os pressupostos teóricos em que acarretou a fundamentação teórica feita pelo sociólogo francês, e principalmente por ser um dos autores que estabeleceu a construção epistemológica de Claude Dubar.

Estabelecendo uma síntese a partir da sociologia processual e configuracional de Norbert Elias, o autor conceitua a identidade como uma construção permanente, elaborando uma perspectiva sociológica dos processos sociais. Para Elias, os traços de identidade grupal constituem camadas do *habitus* social, sendo profunda e firme nas estruturas de personalidade dos indivíduos na sociedade. Para o sociólogo alemão “a identidade eu-nós é parte integrante do *habitus* social de uma pessoa e, como tal, está aberta a individualização. Essa identidade representa a resposta à pergunta “Quem sou eu?” como ser social e individual (ELIAS, 1994, p. 124).

A concepção de identidade em Norbert Elias, apresentada na sua obra *A Sociedade dos indivíduos*, pode ser considerada a partir do que ele denomina como “mudança na balança nós-eu”. Para Elias (1994) a relação entre a “identidade-eu” e a “identidade-nós” está em todos os países, tanto nos mais como nos menos desenvolvidos. Mas para o autor existe uma ênfase diferente nessa relação, pois a “identidade-eu” está interligada principalmente nos países mais desenvolvidos, enquanto que a “identidade-nós” está nos menos desenvolvidos.



Elias enfatiza que “não há identidade-eu sem “identidade-nós””, pois o que varia são suas ponderações “dos termos na balança eu-nós, o padrão da relação eu-nós” (ELIAS, 1994, p. 124). Nessa perspectiva, a identidade é como uma rede de interdependência, pois os indivíduos estabelecem configurações às quais pertencem. A “mudança na balança nós-eu” está implicada nas decorrentes transformações históricas das sociedades. Elias enuncia que a identidade humana está relacionada com um processo. Mas, a continuidade desse movimento se dá pelo desenvolvimento, como uma pré-condição para a identidade de uma pessoa no decorrer dessa marcha que se estende por anos. Nesta mesma obra, o autor desenvolve reflexões acerca da trajetória social para formação das “subjetividades”. Com base nisso é possível conceber que esses indivíduos formam redes de sociabilidade e de interdependência em que estabelecem configurações sociais e históricas. Na perspectiva de Elias a identidade é vista como uma rede de interdependência, na qual os indivíduos estabelecem conexões entre si e relacionam-se no decorrer das transformações sociais em que vivem.

Partindo e apresentando a perspectiva teórica de Claude Dubar (2006), especificamente na sua obra *Crises das identidades: A interpretação de uma mutação*, o autor recorre ao conceito de formas identitárias para definir uma abordagem sociológica das identidades. A partir disso Dubar empenha-se em três construções teóricas diferentes que privilegiam estes processos: no político (Norbert Elias), simbólico (Max Weber), e econômico (Marx e Engels). Nesta perspectiva, o autor ressalta como estes três processos históricos corroboram ao modificar em profundidade os processos de identificação, afirmando que

para uma noção muito abstracta de identidade Nós-Eu e para a hipótese de passagem das formas colectivas (domínio do Nós) a formas individualizadas (domínio do Eu) de identificação, aquela a que Max Weber chama processo de racionalização e que diz respeito a relação histórica entre duas grandes formas de relações sociais e dois grandes tipos de socialização, a de Marx e Engels o processo de libertação como processo revolucionário de reversão da dominação duma classe sobre outra e como transição das sociedades comunitárias pré-capitalistas a sociedades comunistas pós-capitalistas (DUBAR, 2006, p. 20).

Para Claude Dubar, o processo de civilização e a identidade Nós-Eu propostos por Elias são úteis, mas insuficientes para compreender o processo histórico das formas identitárias. Entretanto, Dubar afirma que acontece o mesmo com as noções de processo de racionalização na obra de Weber, e de processo de

libertação de Marx. Assim, o autor defende a tese da existência histórica, no processo de racionalização, de predominância da primeira forma sobre a segunda. Mas não há eliminação da primeira, esforçando-se mesmo por analisar as individualidades históricas (o capitalismo, a burocracia, o judaísmo) e os agrupamentos sociais (a família, o Estado-nação, a empresa). Em Marx, o autor considera que seria difícil de identificar uma forma de identidade operário-revolucionária constituída por uma configuração Nós-Eu específica. Com base nisso, o autor propõe formas sociais em momentos diferentes da história:

O processo de civilização dá origem a um Nós comunitário, que domina os Eus submetidos ao seu lugar na sua linhagem, a um Nós societário, que reúne os Eu estrategos e autocontrolados ('estatutários'). O processo de racionalização transforma as formas comunitárias tradicionais e plenas de magia em formas societárias desencantadas, mas comprometidas na transformação do mundo pelo trabalho, visto como vocação e caminho da salvação ('narrativas'). O processo revolucionário de libertação, às vezes, transforma os Eus alienados pela exploração econômica e a dominação de classe em Eus críticos, 'multidimensionais' e livremente associados ('reflexivos') (DUBAR, 2006, p. 49-50).

Claude Dubar (2006) então argumenta sobre como as formas de identidade constituem maneiras de identificar os indivíduos, por meio da caracterização de configurações históricas mais ou menos típicas, pois elas existem na vida social. O autor observa que cada um pode identificar os outros ou identificar-se a si mesmo. Assim, isso pode ocorrer

seja através dum *nome próprio* que remete para uma linhagem, uma etnia ou um 'grupo cultural', seja através dum *nome de função* que depende de categorias oficiais dos 'grupos estatutários', seja através de *nomes íntimos* que traduzem uma reflexividade subjectiva ('si próprio'), seja através de *nomes designando intrigas* que resumem uma história, projectos, um percurso de vida, em suma, uma narração pessoal ('o para si') (DUBAR, 2006, p. 50, grifos no original).

Essas formas de identificação planejam a vida cotidiana e elas podem ser usadas de acordo com as interações, mas também como recursos de identidades das pessoas observadas como, por exemplo, os atores sociais pesquisados neste estudo – como será exposto em profundidade no próximo capítulo. Na abordagem sociológica proposta por Dubar encontra-se modos de identificação dos indivíduos através de quatro formas de identificação:

1. A forma de identidade 'biográfica para outrem' de tipo comunitário é aquela que provém da inscrição dos indivíduos numa linhagem de gerações e que se traduz pelo seu apelido (em geral, o apelido do pai), 'um Eu

nominal'. Ela designa a pertença a um grupo local e à sua cultura herdada (língua, crenças, tradições)...

2. A forma 'relacional para outrem' define-se antes de mais pelas interacções e por elas no seio dum sistema instituído e hierarquizado. Ela constrói-se sob pressões de integração às instituições: a família, a escola, os grupos profissionais, o Estado. Ela define-se através de 'categorias de identificação' nas diversas esferas da vida social. É uma identidade que implica um 'Eu socializado' pelo desempenho de papéis...

3. A forma 'relacional para si' é aquela que provém duma consciência reflexiva que põe em marcha de forma activa o compromisso num projecto que tem um significado subjectivo e que implica a identificação a uma associação de pares, partilhando o mesmo projecto...

4. A forma 'biográfica para si' é aquela que implica o questionamento das identidades atribuídas e um projecto de vida com longevidade. É 'esta história que cada um conta a si próprio sobre aquilo que ele é', esse Si narrativo que cada um tem necessidade de ver reconhecido não só pelos 'Outros significativos' mas também pelos 'Outros generalizados' (DUBAR, 2006, p. 51-52).

Com base nessa exposição teórica da obra de Claude Dubar, a respeito das formas de identificação, cabe salientar que nesse estudo pode-se encontrar "*a forma de identidade biográfica*". Isso porque, como se observa, é por meio do termo *camelô* que se engendra essa identificação nas gerações recorrentes a este espaço do shopping popular. O comércio popular, como venho ressaltando, é um ambiente composto por geração familiar, onde o pai passa para o filho o seu ofício, que herda as crenças e costumes ao dar continuidade aos negócios familiares – no capítulo subsequente isso será melhor exposto, quando forem apresentadas de forma sucinta as pessoas entrevistadas nesse estudo, e de como esse processo geracional ocorre. Cabe ressaltar que recorri a alguns destes conceitos que considero essenciais para articular com campo empírico aos trabalhadores do Pop Center. Os conceitos são: as formas identitárias e a identidade de ofício. Desse modo,

as formas identitárias podem ser interpretadas a partir dos modos de articulação entre transação objetiva e transação subjetiva, como resultados de compromissos 'internos' entre identidade herdada e identidade visada, mas também de negociações 'externas' entre identidade atribuída por outrem e identidade incorporada por si (DUBAR, 2005, p. 323-324).

Nessa exposição advinda da teoria de Dubar, pressupõe-se que esses sujeitos sociais possam vir a ter uma identidade herdada através das suas trajetórias e histórias de vida desde os primórdios em que operavam suas atividades nas ruas – ou mesmo podem ter articulado identidades através dessa identidade herdada, ou podem ter incorporado outras novas identificações para projetar seu futuro. A partir

disso, o autor pressupõe essas formas identitárias caracterizando-as a partir dos diversos resultados de duas transações da seguinte forma:

A transação subjetiva pode levar a uma continuidade entre identidade herdada e identidade visada ou a uma ruptura, a uma discrepância, entre a definição de si oriunda da trajetória anterior e a projeção de si no futuro. As identidades construídas nos moldes da continuidade implicam um espaço potencialmente unificado de formas identitárias resultam da articulação entre a transação objetiva e subjetiva, caracterizando estados de continuidade ou ruptura entre a identidade herdada e visada no âmbito subjetivo, e estados de reconhecimento e não reconhecimento social no âmbito objetivo, entre a identidade atribuída pelo outro e identidade incorporada para si (DUBAR, 2005, p. 324).

No conceito de identidade de ofício, o autor pressupõe que para a sua existência se reproduzir “é preciso que um grupo profissional exista na sociedade ‘não como simples testemunha de outra época, mas como ator em um sistema de ação concreto que se constrói constantemente’ (DUBAR, 2005, p. 283) O autor conclui que para que esse reconhecimento seja produtor de identidades, é preciso que exista um espaço social no qual determinados grupos profissionais adquiram sua legitimidade não somente perante os empregadores, mas também perante o Estado e os consumidores. Com base nessa análise, cabe salientar como esses trabalhadores foram legitimados e postos em um ambiente para oficializar suas atividades, visto que anteriormente ocupavam as ruas e ganhavam suas sobrevivências diárias dessa forma. Entretanto com a expansão desse ofício, as autoridades municipais realizaram uma concessão a qual, por seu turno, legitimou o trabalho dos antigos ambulantes perante a sociedade, e com isso eles foram adquirindo consumidores fieis as suas mercadorias, como será enfatizado no capítulo seguinte.

Alguns dos exemplos que o autor menciona de identidade de ofício são os de identidades comunitárias que transmitem maneiras de fazer, de sentir e de pensar, que constituem os mesmos valores coletivos e que constituem suas referências pessoais. Assim, um exemplo clássico seria um “ofício do pai que se transmite na família, antes mesmo de se aprender com um patrão (às vezes o próprio pai) no local de trabalho” (DUBAR, 2006, p. 102). Essa identidade é engendrada geralmente em comunidades coesas no que diz respeito à ação social coletiva. Esse exemplo recorrente, referido pelo sociólogo francês, é um fator presente nessa ocupação do comércio popular, como mencionado aqui anteriormente – onde muitos desses trabalhadores têm as suas bancas compostas por familiares. Esses atores sociais

levam seus filhos para o trabalho e com isso os indivíduos são socializados nesse ambiente, ficando a cargo de dar continuidade nesse trabalho, adquirindo portanto uma trajetória que acarreta a constituição de uma identidade de ofício nessa ocupação.

A partir dos conceitos expostos é importante ressaltar algumas definições de identidade que o autor pressupõe. Para Dubar (2005, p. XXI) “todas as identidades são denominações relativas a uma época histórica e a um tipo de contexto social”, pois elas “são construções sociais e de linguagem que são acompanhadas, em maior ou menor grau, por racionalizações e reinterpretações que às vezes fazem passar por ‘essências’ intemporais”. Por isso é de suma importância enfatizar que para o autor

se as identidades sociais são produzidas pela história dos indivíduos, elas também são produtoras de sua história futura. Esse futuro depende, não somente da estrutura “objetiva” dos sistemas em que se manifestam as práticas individuais e principalmente do estado das relações sociais no interior desse campo, mas também do balanço “subjetivo” das capacidades dos indivíduos, capacidades essas que influenciam as construções mentais das oportunidades desses campos (DUBAR, 2005, p. 94).

No que concerne à definição de identidade feita por Dubar, presume-se como a história de vida dos indivíduos é essencial para produzir suas identificações. Denota-se que cada ator social carrega consigo uma narrativa de si mesmo, compartilhando o mesmo ambiente as suas construções são particulares e suas trajetórias podem significar e resultar nesse processo de identificação. O sociólogo francês apresenta uma definição concisa sobre a identidade e de como são esses processos que acarretam nesse conceito. O autor define:

*a identidade nada mais é que o resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, conjuntamente, constroem os indivíduos e definem as instituições (DUBAR, 2005, p. 136, grifos no original).*

O autor destaca e reitera que a identidade nunca é dada e sim construída, pois o indivíduo tem incertezas quanto àquilo que denomina ser sua identidade, seja compreendida da mesma forma para o outro. Ou seja,

identidade para si e identidade para o outro são inseparáveis e estão ligadas de uma forma problemática. Inseparáveis, uma vez que a identidade para si é correlata ao Outro e a seu reconhecimento: nunca sei

quem sou a não ser no olhar do Outro. Problemáticas, dado que “a experiência do outro nunca é vivida diretamente pelo eu... de modo que contamos com nossas *comunicações* para nos informarmos sobre a identidade que o outro nos atribui... e, portanto, para nos forjamos uma identidade para nós mesmos” .Ora, todas as nossas comunicações com os outros são marcadas pela incerteza: posso tentar me colocar no lugar dos outros, tentar adivinhar o que pensam de mim, até mesmo imaginar o que eles acham que penso deles etc. Não posso estar na pele deles. *Eu* nunca posso ter certeza de que minha identidade para mim mesmo coincide com a minha identidade para o Outro (DUBAR, 2005, p. 135, grifos no original).

Nessa acepção teórica exposta por Dubar, resalto os atores sociais que compõem esse estudo podem ter e carregar entre si a identidade camelô, em virtude da sociedade ter denominado essa identificação, e pelo fato das suas trajetórias anteriores. Entretanto alguns podem estar construindo e incorporando outras atribuições, principalmente pela transformação social em passaram no decorrer de suas ocupações. Por isso, é preciso buscar nos relatos de como essas modificações interferiram, e se a sociedade ainda impõe estereótipos as suas atividades – além de problematizar como isso afeta de fato as suas rotinas de trabalho no shopping popular.

A abordagem sociológica proposta por Dubar, portanto, parte do pressuposto de que “a construção da identidade ocorre num processo comunicativo complexo de negociação identitária” (DUBAR, 2005, p. 141). Por isso entendo que é possível interpretar que os atores sociais do comércio popular podem ter construído a própria identidade “profissional” mediante o ofício que exercem nesse espaço físico e social – como irei expor em mais detalhes no capítulo 3.

Um dos aspectos relevantes e interessantes que se pode refletir sobre a teoria proposta por Claude Dubar é que, para se constituir uma identidade socioprofissional, requer-se uma estruturação e o reforço de sentimento. Por exemplo, pertencer a um determinado espaço social no qual me socializo e tenho uma interação social com os sujeitos, convivendo em um ambiente familiar ou profissional, como os trabalhadores do Pop Center. Este sentimento de pertencimento só será mais reforçado quanto maior for a identidade coletiva de relacionamento entre os indivíduos como, por exemplo, a identidade de ofício (camelô). Constitui-se assim uma identificação coletiva internalizada por eles, principalmente ao se referirem ao ambiente em que trabalham, como ocorre com os sujeitos sociais estudados aqui. Nesse processo adquirem uma representação social de si mesmo referente a seus ofícios praticados no espaço social.

Mas para se compreender o processo de construção da identidade “profissional” é importante considerar a história de vida dos indivíduos. Segundo Dubar (2005, p. 150) “não se trata apenas de ‘escolha profissional’ ou de obtenção de diplomas, mas de construção pessoal de uma estratégia identitária que mobilize a imagem de si, a avaliação de suas capacidades e a realização de seus desejos”. Esses são os fundamentos de uma construção teórica sobre a identidade, que possibilitou orientar a análise em situações diferentes do ofício da categoria a qual se dirige este estudo.

Nesta seção busquei apresentar a teoria sociológica da identidade proposta por Claude Dubar, em conjunto aos autores que incitaram a construção teórica, e que foram de suma importância para articulação das análises advindas do campo empírico dessa pesquisa. Neste caso, recorri aos principais conceitos que serão utilizados nas análises dos dados empíricos que emergem do trabalho de campo. Contudo, antecipo uma breve análise: a partir das teorias e da observação participante é possível constatar que a construção de identidades socioprofissionais é resultante de processos de socialização, de trajetórias laborais que suscitaram a sua constituição, que estão ainda em construção ou mesmo sendo construídas no decorrer das trajetórias individuais ou sociais no comércio popular. Ressalto mais uma vez a importância da escolha dos conceitos da teoria sociológica de identidade proposta por Dubar, em que ele enfatiza que todas as identidades são passíveis de serem encontradas e identificadas, e neste caso com os atores sociais contemplados neste estudo não é diferente.

Apesar de me deter aos conceitos essenciais cunhados por Claude Dubar, pude compreender o processo social em análise principalmente a partir daquele de “formas identitárias”, que foi apresentado neste capítulo. Esta categoria se fundamenta em identificações “subjetivas”, reivindicadas por si e submetidas ao reconhecimento dos outros. Para se entender o conceito de “formas identitárias”, cabe exemplificar que *eu* preciso ter uma identidade, mas ao mesmo tempo, preciso que os outros a identifiquem. Quanto a este ponto pode-se mencionar a identidade “camelô”, quando alguns atores sociais se identificam assim porque os outros indivíduos os veem como camelôs, mesmo com as mudanças ocorridas durante todo o processo de labor e de comercialização de mercadorias em um espaço considerado por muitos como shopping popular. Esta questão será ampliada e

abordada na análise empírica subsequente, no terceiro capítulo desta dissertação. Mas foi importante mencionar aqui, para que assim pudesse refletir e ter uma consistência e articulação nos dados empíricos encontrados durante as observações ou mesmo nas análises das entrevistas.



### **Capítulo 3 – Trabalho, socialização e trajetórias: a construção das identidades “socioprofissionais” dos trabalhadores no cotidiano laboral do Pop Center**

Neste capítulo, objetiva-se abordar prioritariamente o trabalho, a socialização e as trajetórias laborais dos atores sociais que compõem este estudo. Em suma, a parte central deste capítulo procurará analisar de forma sucinta e objetiva, os dados empíricos, para se chegar à construção das identidades “socioprofissionais” destes trabalhadores.

Na tentativa de aperfeiçoar didaticamente, e organizar esta discussão, pretendo partir da seguinte estrutura: primeiramente serão apresentados os perfis dos/as entrevistados/as que colaboram na construção deste estudo, de maneira que os trabalhadores sejam conhecidos em suas características antes da análise propriamente dita. Na sequência será feita uma exposição com as falas e relatos dos trabalhadores e das trabalhadoras sobre as mudanças e as transformações e o cotidiano laboral dos vendedores e vendedoras do Pop Center, através dessa exposição e com os cotejos elucidados pelos trabalhadores faz se uma análise, se essas mudanças foram benéficas ou não a suas atividades no comércio popular, nisso também se propõe observar as suas rotinas diárias baseando-se no conceito de *habitus* de Bourdieu, introduzindo os processos de socialização desses sujeitos sociais. A partir disso, dar-se a sequência as trajetórias de ser camelô no comércio popular e principalmente por ser uma trajetória social condicionadas nas suas histórias de vida.

A partir dessa base serão estudadas as identidades, por meio do conceito de formas identitárias de Claude Dubar, quando se pretende fazer uma análise mais detalhada dos dados obtidos na investigação empírica. E, neste mesmo ensejo, serão apresentadas reflexões sociológicas que emergem do campo empírico como, por exemplo, a construção de gênero no trabalho informal, a solidariedade social entre os trabalhadores, entre outros assuntos, para que seja feita uma articulação com a investigação teórica desta dissertação. Por fim, são apresentadas as perspectivas e o futuro destes atores sociais para continuar (ou não) no ofício do comércio popular.

#### **3.1. O perfil das pessoas entrevistadas**

Nesta parte, apresentam-se os atores sociais que colaboraram com o trabalho de campo, e que suscitaram a construção deste estudo. No capítulo 1, em particular na seção sobre a metodologia (1.4), foram apresentados de forma sucinta algumas das pessoas que fazem parte desta pesquisa. Mas é necessário fazer uma apresentação levando em consideração as características específicas dos/das entrevistados/das, para entendermos o perfil de cada um.

Para levar adiante a coleta de dados, foram entrevistados/as quinze trabalhadores/as que se dispuseram a contribuir e compartilhar suas trajetórias no comércio popular. No entanto, apenas algumas dessas pessoas foram mais solícitas em relatar as suas trajetórias laborais, parte deles fazendo inclusive confidências pessoais. A abordagem, no campo de estudo, sempre foi proposta com uma conversa mais informal, para que os trabalhadores se sentissem mais à vontade em conceder as entrevistas. Em decorrência disso, apresentarei os perfis de alguns dos atores que mais se mostraram solícitos em participar deste estudo. Abaixo apresenta-se um quadro com os perfis de todas as pessoas que participam desta pesquisa.

**Quadro 1 - Dados das pessoas entrevistadas (em ordem alfabética)**

Nome	Idade	Escolaridade	Tempo no comércio	Tipo de mercadoria comercializada
Alexandre	40	Segundo grau completo	27 anos	Óculos, bolsas e mochilas
Alice	41	Segundo grau completo	25 anos	Capas, películas, fones de ouvido e ventiladores
Assis	34	Segundo grau completo	9 anos	Eletrônicos
Bento	25	Cursando técnico em Segurança Pública	11 anos	Eletrônicos, com assistência técnica
Capitu	24	Segundo Grau Completo	9 anos	Eletrônicos
Cecília	42	Primeiro grau completo	30 anos	Bolsas, eletrônicos e conserto de relógios

Fernando	24	Segundo grau completo e técnico em Informática	10 meses	Eletrônicos, com assistência técnica
Gabriel	50	Segundo grau completo	15 anos	Eletrônicos, com assistência técnica
Iracema	50	Primeiro grau completo	20 anos	Brinquedos
Joana D’Arc	45	Segundo grau completo	30 anos	Eletrônicos
José	50	Segundo grau incompleto	30 anos	Roupas masculinas
Kalil	62	Segundo grau completo	25 anos	Eletrônicos, relógios, e conserto em relógios e óculos
Pedro	38	Segundo grau incompleto	25 anos	Eletrônicos, com assistência técnica
Peter	26	Cursando superior em Ciências Contábeis	3 anos	Eletrônicos
Tia Clarice	65	Primeiro grau completo	25 anos	Eletrônicos (para gamers)

Fonte: Elaboração própria com base em dados da pesquisa (2022).

Para começar esta exposição, reitero a importância da entrevistada “Joana D’Arc” neste estudo. A entrevistada foi essencial durante todo o percurso no campo de estudo, colaborando com informações e indicando possíveis entrevistados. “Joana D’Arc” possui uma extensa trajetória laboral no comércio popular, com praticamente trinta anos neste ofício. Por isso, a mesma é uma das pessoas que mais luta para melhorar as condições de trabalho no Pop Center. Durante o fechamento do comércio popular por causa da pandemia, ela se propôs a contratar advogados para que pudessem solucionar essa situação. “Joana D’arc” tem duas filhas e, no período em que foi realizada a entrevista, tinha acabado de se separar de seu esposo. Para os tempos atuais, a entrevistada se mostra como mulher empoderada e que luta por suas conquistas pessoais e profissionais.

Na sequência, não poderia deixar de mencionar a solicitude e simpatia de “Peter” para participar e colaborar, ajudando sempre na ida até as bancas, à procura de entrevistados. Ele me apresentou o “Bento”, convencendo este a participar da

pesquisa. Assim como “Peter”, “Bento” estuda e trabalha também no Pop Center. Esse foi um dos motivos e interesse dos dois em participar deste estudo, porque diziam que entendiam de que tratava a pesquisa, sendo solícitos em conceder entrevista.

Os perfis dos dois entrevistados correspondem ao objetivo deste estudo, pois vieram de gerações precedentes ao labor no comércio popular. No caso de “Peter”, a sua mãe trabalha na lanchonete dentro do Pop Center; ele foi socializado neste espaço social, apesar de ter apenas três anos neste ofício, e como almejava melhores condições, acabou tendo outras ocupações profissionais e só recentemente veio a trabalhar no shopping popular; já no caso de “Bento”, trata-se da terceira geração no comércio popular. A trajetória de trabalho no comércio popular da família de “Bento” começou com seu avô e continuou com seu pai, sendo que agora ele administra a banca ajudando o seu pai. A questão geracional no comércio popular é uma constatação empírica, desde os estudos de Silva (2015) com os vendedores de eletrônicos na cidade de Goiânia. Pode-se observar que a permanência geracional é evidente no comércio popular, por se tratar de negócios familiares. De fato, alguns trabalhadores alegam que só contratam pessoas conhecidas e indicadas, ou parentes próximos, por se tratar de um ofício sem registro de carteira assinada. Na banca de “Pedro”, por exemplo, a sua estratégia foi contratar vendedores e pagar por diárias. Em relação a “Pedro”, a sua história de vida foi condicionada por muitas dificuldades e por não ser criado pelos seus pais. Ele afirma ter começado a sua trajetória de trabalho ainda criança, e em decorrência disso não conseguiu estudar e conquistar melhores oportunidades.

Que nem te disse né? Comecei mesmo realmente como camelô... Comecei com treze anos de idade. Na realidade, eu trabalho desde os sete anos, né? Sou uma pessoa fora do padrão, fora do comum mesmo, né? Comecei a trabalhar com sete anos de idade. Eu não fui criado nem pelo meu pai, e nem pela minha mãe, fui criado um pouco por cada parente meu. Então, sempre fui obrigado a trabalhar desde pequeno, pra mim me virar né? Aí com treze anos de idade, eu comecei a ser camelô, doze pra treze anos de idade comecei camelô, vendia cigarro na rua, e dali então nunca mais eu parei, não consegui sair, aí fui pro exército, no exército eu conclui meu ano, saí do exército e voltei de novo a ser camelô. Então praticamente só fiz isso a minha vida toda, não tive outras experiências (“PEDRO”, 38 anos).

Com base na fala de “Pedro”, e já estabelecendo um pressuposto com as análises empíricas, percebe-se que o seu processo de socialização foi interiorizado e condicionado ao espaço social do comércio popular. Este ambiente o constitui

desde a sua primeira infância, estabelecendo seus primeiros aprendizados e a disposição em aprender um ofício que o faz se identificar como camelô. A sua trajetória foi composta e construída socialmente nesta atividade ocupacional. Cabe ressaltar também a participação de “Capitu”, que foi uma das entrevistadas que colaborou de forma muito solícita na realização das entrevistas. Ela começou a trabalhar no Pop Center aos quinze anos, junto com a sua mãe, “Joana D’Arc”, aparecendo mais uma vez a questão geracional no labor do comércio popular.

É importante ressaltar que todos/as os/as entrevistados/as são casados e todos/as tem filhos, exceto a “Capitu”. Em relação à questão étnico-racial, o único entrevistado preto foi o “José”, de 50 anos, que carrega consigo uma longa trajetória laboral no comércio. Iniciou nessa atividade ainda criança para ajudar sua mãe a sustentar a casa, motivo pelo qual não teve grandes oportunidades para estudar. Não poderia também deixar de mencionar a entrevistada “Tia Clarice”, conhecida carinhosamente como “tia” por todos os trabalhadores. É uma senhora que se sente orgulhosa por todas as suas conquistas pessoais, adquiridas por meio do trabalho no comércio popular. A entrevistada tem sessenta e cinco anos e não quer se aposentar porque gosta de exercer seu ofício no comércio popular.

Tendo realizado a apresentação dos perfis das pessoas entrevistadas (vide o Quadro 1), apresentando suas características e alguns interlocutores mais significativos, que colaboraram com a pesquisa, por meio da apresentação desses entrevistados/as denota-se uma análise empírica inicial dos processos de suas socializações e trajetórias neste ofício e até mesmo a questão geracional, onde a ocupação é passada de pai para filho. Passo a seguir para considerações mais detalhadas sobre as mudanças e as transformações laborais e o cotidiano laboral no shopping popular; e em subsequência apresenta-se a socialização, trajetórias e identidades dos trabalhadores a partir dos dados obtidos nas entrevistas.

### **3.2. As mudanças e as transformações laborais, e o cotidiano laboral dos vendedores e vendedoras no Pop Center**

No primeiro capítulo, foram descritas as mudanças e transformações ocorridas com a categoria laboral de vendedores e vendedoras no comércio popular. Apresentaram-se, pesquisas, análises sociológicas sobre a trajetória laboral destes

trabalhadores. Ressaltei ainda como esses atores sociais iniciaram seus ofícios nas ruas do município de Pelotas, onde ocorreu uma série de conflitos destes trabalhadores com as autoridades municipais. Após esses atritos a categoria laboral foi realocada para um “camelódromo”, e depois de colocados nesse espaço, com o passar dos anos, houve a possibilidade da construção de um shopping popular, que foi construído na metade da década de 2010.

Em conformidade a esta exposição do perfil e da trajetória laboral dos trabalhadores, busca-se a seguir cotejar as falas das pessoas envolvidas nesse estudo, principalmente para compreender como era o exercício dos seus ofícios antes de ingressarem no Pop Center. Em consonância a isto, elucidarei os relatos desses trabalhadores, a seguir.

Sim, antigamente, né? Há vinte e cinco anos atrás era completamente diferente, nós, eu e os meus pais tínhamos banca na volta do mercado, né? O meu era quase esquina Tiradentes, ahn, era bem precário a situação, foi feito uma, umas barraquinhas, né? De madeira, ahn, com telhado, embaixo alguns botavam assoalho para pisar em cima, outros não. Não tinha banheiro, o banheiro usava-se o banheiro do mercado, era bem precário! Ahn, também, como é que eu vou te dizer? Se vendia mais, né? Se vendia mais do que antes, não sei se era pelo, como é que eu vou te dizer? Por mais difícil era ter a variedade de mercadorias, né? Então, o pessoal comprava mais mercadoria e tinha menos pessoas vendendo também, né? Agora já tá mais difícil, agora nós viemos para dentro do Pop Center e tem banheiro, tem uma estrutura melhor, mas não que seja a melhor estrutura, né? Deveria ser melhor pelo preço que se paga, né? Pelos anos que se passaram, né? Mas, lá era bem diferente. Eu, particularmente, preferia o que era antes, né? Do que agora porque agora se exige muito, né? E não temos o mesmo retorno, né? Do que se paga, é mais complicado agora, além de ser tudo mais precário antes, era melhor (risos). Esse é o meu ponto de vista, né? (“ALICE”, 41 anos).

No primeiro relato apresento “Alice”. A entrevistada é advinda de gerações precedentes do comércio popular, onde iniciou essa atividade com seus pais – e hoje ela continua nesse ofício, enquanto seus pais já se aposentaram. “Alice” ficou um tempo fora do comércio popular, e me confidenciou não ter conseguido uma melhor oportunidade profissional. Isso porque mesmo tendo feito um curso de vigilante não obteve uma projeção melhor, e por isso retornou novamente ao shopping popular. A entrevistada possui uma banca no Pop Center, como uma espécie de “atacado”, emprestando mercadorias ou mesmo comprando para outros trabalhadores que não conseguem ir às viagens. Durante o período da pandemia, trocou o tipo de mercadoria, e passou a comercializar capas e películas de celulares.

Ela disse que não estava tendo rendimentos monetários com a venda de brinquedos como o previsto, e em virtude disso optou pela comercialização de produtos que tivessem uma maior procura nesse período pandêmico. No cotejo da fala de “Alice”, observa-se que no período das ruas ou no antigo camelódromo se vendia mais; já no shopping popular melhorou um pouco a condição de trabalho, mas com uma exigência maior em ter que seguir regras e o pagamento de impostos (que será abordado em sequência nessa seção, na fala da gerente administrativa, Adriana). Ou seja, a situação laboral melhorou um pouco, mas em compensação as vendas estão menores, principalmente pela crise econômica, e por ter mais pessoas comercializando também o mesmo produto.

O camelódromo era muito melhor, embora naquela época eu tivesse menos de quinze anos e eu comecei a trabalhar com minha mãe com quinze, é, era muito melhor! O lugar era melhor, o que passava para mim era que o pessoal era mais unido por todas as causas. É assim, aconteceu com um, aconteceu com todos. Todo mundo lutava por todo mundo, entendeu? Agora não! É cada um por si e Deus por todos e olhe lá! É... Tinha muito mais união, muito mais companheirismo, muito mais amizade, o lugar era muito melhor para trabalhar, era mais leve, era mais tranquilo. Vendia muito mais, não tem nem comparação! Os produtos que nós trabalhávamos também eram muito melhores porque assim, além da gente ter perdido boa parte dos clientes porque nunca nos acharam ali no Pop, muitas pessoas não querem entrar ali, o camelódromo servia como um atalho: quem estava indo trabalhar passava ali, antes de trabalhar, quem estava indo estudar no antigo CEFET, agora IFSul, passava ali. Agora ninguém passa, ninguém entra, é uma burocracia entrar naquelas portas que são um cubículo, as portas pequeninhas, ninguém quer entrar, tem que pagar estacionamento, ninguém quer pagar banheiro ninguém quer. Ou seja, o camelódromo era muito melhor! Não tem nem comparação! (“CAPITU”, 24 anos).

A entrevistada “Capitu”, como mencionado no segundo capítulo e na apresentação do perfil das pessoas entrevistadas, faz parte da geração familiar no comércio popular. Cumpre ressaltar que iniciou nessa atividade ainda criança, sendo socializada nesse espaço e já se introduzindo nesse ofício desde a sua infância. A entrevistada vivencia essa atividade desde os primórdios das ruas, e por isso disse que havia mais união entre os trabalhadores. Hoje, contudo, a realidade é completamente diferente, com muitos desentendimentos, principalmente para resolver assuntos relacionados com a melhoria laboral. Com a mudança para o Pop Center, por ser um espaço fechado e ter uma dimensão de um shopping popular, o nível de vendas diminuiu, dada a menor circulação de consumidores, pois na rua a população fazia trajetos e com isso tinha mais acesso ao espaço pelo fato de ser

exposto nas ruas do município de Pelotas. O fator preponderante na diminuição das vendas seria também pela crise econômica que pendura desde 2015.

Mudou bastante. Eu mesmo eu tenho vinte e poucos anos já de trabalho, quase trinta anos que eu trabalho, nesse mercado informal. E quando eu comecei lá atrás era bem diferente, da onde estamos aqui. A gente tinha aqui que montar estrutura todos os dias como se fosse uma feira livre, a gente montava barraca, a gente montava, põe as mercadorias em torno da barraca na mesa e tudo, chegava no final do dia a gente recolhia aquilo ali e ficava exposto a tudo, ao dia de chuva. Porque a gente tinha que trabalhar com sol ou com chuva, a gente tinha que vir trabalhar né? Como eu falei lá no início, lá é o sustento da gente. Aqui se a gente não vier trabalhar, não tem como vim. Então a gente tem que se expor mesmo? E era bem diferente, inclusive agora no início da pandemia, que a gente teve essa experiência que o Pop Center teve que ficar fechado, aí a gente trabalhou, acho como cinco, seis meses, tivemos que trabalhar na rua de novo e foi bem difícil... Porque a gente já tinha perdido um pouco aquele hábito, porque aqui ficou mais cômodo no pop Center aqui, chega abre a loja que tem uma cortina e tal, e a gente chega trabalhando, diferente da gente ter que guardar a mercadoria todos os dias... Ainda mais vestuário que uma mercadoria mais sensível que molha, pega poeira e tal... E tava bem difícil de trabalhar na rua, mas graças a Deus agora vai dar tudo certo, vamos seguir em frente (“JOSÉ”, 50 anos).

A fala de “José” reflete a extensa trajetória social nessa atividade. Como apresentado no perfil das pessoas entrevistadas, ele é um dos pioneiros nessa ocupação. Já comercializou vários tipos de mercadoria como bolsas, cintos e roupas femininas, e hoje comercializa roupas masculinas, sendo uma das bancas de referência dentro do Pop Center. Cumpre enfatizar também que foi o único trabalhador que fez o curso oferecido pelo SEBRAE na época de transição do camelódromo para o shopping popular. Do relato de “José” denota-se a melhoria e facilidade nas rotinas diárias das vendas, principalmente por não ter que montar e desmontar as barracas e ficar exposto ao tempo de chuva ou sol. A locação para o Pop Center foi crucial e vantajosa nesse aspecto do seu ofício.

Ahn, na rua era bom de trabalhar, era lugar bom, com certeza! A gente vendia até mais... Tinha mais acesso ao cliente, entendeu? Pegava aquele cliente que queria comprar, que vinha em ti comprar e aquele cliente que não queria, que tava passando ali por acaso te viu e olhou tua mercadoria, gostou e acabou comprando... E aqui nesse espaço a gente vai vender por cliente que vem aqui nos comprar, entendeu? Não é um espaço que... Ahn tu tem uma passada... Eu mesmo quando trabalhava no centro, entendeu? Então eu pegava aquele cliente que vinha por centro pra comprar de mim... Quando o cliente que não queria comprar nada e passava olhava as mercadorias, se agradava e acabava comprando. Então existe vantagem e desvantagens, né? A vantagem que a gente tem que trabalhar aqui é que em certa parte, a gente tem mais conforto, a mercadoria fica melhor armazenada, a gente tem mais segurança pra poder trabalhar no sentido da mercadoria ficar melhor alojada, não pega sol e tal. Mas em contrapartida, a



gente é explorado aqui dentro, entendeu? Que a gente paga um valor muito alto de aluguel, valor que é cobrado aqui é um valor exorbitante, um valor que é fora da realidade, entendesse? Na realidade a gente... A gente aqui é praticamente escravizado pelo sistema, entendesse? A gente paga o metro quadrado... O metro quadrado mais caro do município. Eu acho que da região não tem o metro quadrado que seja mais caro? Tipo em quatro metros quadrados. A gente chega a pagar, com o condomínio de oitocentos reais de aluguel, é um valor absurdo. Então por isso que às vezes, a gente não acaba não progredindo, porque o lucro, nosso ganho acaba se tornando tudo de despesa do aluguel entendesse? Então essa daí é a grande desvantagem do nosso crescimento, e agora em momento de crise que agora a gente tá enfrentando pior ainda (“PEDRO”, 38 anos).

O entrevistado “Pedro”, assim como “José”, é advindo de uma longa trajetória laboral nessa atividade. Esse ofício no comércio popular foi a sua única oportunidade de obter suas conquistas pessoais – como de ter uma casa própria. O relato de “Pedro” vai de encontro com os demais apresentados nesta seção, realizando um balanço entre os prós e contras da mudança das ruas para o shopping popular, como o difícil acesso dos consumidores em adentrar ao espaço, enquanto na rua a mercadoria ficava exposta e tinha maior procura porque ficava visível ao cliente. Essa transição também lhe afetou devido ao pagamento de impostos, quando os trabalhadores afirmam pagar o metro quadrado mais caro do município de Pelotas. Para eles a única melhoria foi de ter um espaço para guardar e manter suas mercadorias armazenadas e com segurança, e principalmente não terem que ficar desprotegidos nas adversidade climáticas.

Percebe-se, pelas falas dos trabalhadores, que houve algumas mudanças em relação ao labor nas ruas. Porém relatam que na época do antigo “camelódromo”, se vendia melhor, mas não tinha uma infraestrutura como se tem hoje no espaço social do Pop Center. Apesar de se ter uma comodidade e de não precisarem montar barracas ou ficarem expostos ao sol e chuva, os trabalhadores sentem mesmo pelo alto valor pago pelo aluguel e as crises socioeconômicas que dificultaram e estão dificultando seus ofícios no shopping popular.

A atividade no comércio popular possui regras, diferentemente de quando trabalhavam nas ruas, e para entender um pouco essas regras em relação ao exercício dos seus ofícios, expõe-se o relato da gerente administrativa do shopping popular, a Adriana.

Nós temos o regulamento que é bem extenso, ahn, cita as ditas responsabilidades, os deveres e os direitos de cada parte, do município, da concessionária e dos comerciantes populares. Um exemplo, eles têm que

manter em dia o pagamento das despesas de rateio, tá? Eles uma, ahn, um período de seis semanas que pode atrasar o aluguel, a partir da sétima semana, a empresa pode encaminhar para a Prefeitura, para a Secretaria informando que esse comerciante não está em dia com as suas obrigações e assim, se não houver uma nova negociação, se ele não pagar o que está em aberto, ele pode perder o seu espaço. Cada um tem que trabalhar dentro das dependências da sua banca, não pode ter mercadoria no corredor, não pode ter mercadoria na porta, tem que manter o... Para quem utiliza, no caso, vai fazer um teste de um aparelho de som, é, música em volume ambiente, não pode incomodar o colega aquele que está do lado ou o cliente que está passando. Ahn, claro, toda forma, isso aí, não precisava nem estar no regulamento, mas está, respeitar o seu cliente, o seu colega lojista, o porteiro que vai ali muitas vezes para fazer alguma solicitação. Isso aí é bastante importante aqui! Acho que... ahn, as regras são mais ou menos essas, o que mais ocorre, na verdade, né? A gente tem muitas vezes problema com aqueles que não querem ocupar somente o seu espaço, sempre avançam um pouquinho para fora do corredor, né? E aí em alguns casos acaba se usando algum artigo do regulamento para que essa pessoa se adeque as normas, né? Muitas vezes são permissionários novos assim, que recém estão entrando que mesmo que recebam esse livrinho que é de regulamento, como ele é extenso, né? Acabam não lendo, não se informando das regras do que pode e o que não pode. Fazer serviço no seu espaço também, colocar uma parede nova, alguma coisa assim, trocar o piso, tudo isso tem que ser autorizado pela administração, só pode ser feito fora do horário de funcionamento do shopping que é das, hoje, das nove às dezenove, inclusive, domingos e feriados, né? (ADRIANA, gerente administrativa do Pop Center, em Pelotas).

A fala da Adriana reflete a existência de regras para o bom funcionamento do shopping popular e sugere, principalmente, que os novos permissionários não leem o regulamento e não respeitam. Cumpre enfatizar que na época das ruas, ou mesmo do antigo camelódromo, esses trabalhadores não tinham regras ou normas ditadas por terceiros. Eram eles mesmos que faziam seus preceitos de vendas, e por isso enfrentam dificuldades de se adequar a essa nova realidade, principalmente por serem fiscalizados pela prefeitura e administrados pela concessionária do shopping popular. Um exemplo dessa dificuldade entre os trabalhadores e a gestão do Pop Center é o fato de não terem feito o curso oferecido pelo SEBRAE. Como exposto há pouco, apenas “José” realizou o referido curso. A partir disso, temos esses contrastes entre a administração e os trabalhadores. Na época do curso, segundo a gerente, houve propagandas e anúncios para os mesmos; já os trabalhadores alegam não ter nenhum tipo de informação a respeito, ou seja, a partir dos relatos percebe-se os desentendimentos entre as partes.

Além destas regras estabelecidas no Pop Center, os trabalhadores são condicionados a maiores responsabilidades e deveres neste espaço social e físico. Isso porque são administrados pela empresa Concessionária Shopping Popular Pelotas S/A (SPE), ou seja, hoje seus ofícios têm preceitos e diretrizes para se

organizarem neste ambiente de trabalho. Mas como é esse relacionamento entre os trabalhadores e a concessionária que os administra? Para se entender melhor essa questão, seguem alguns relatos dos atores sociais pesquisados neste estudo.

Ali, acho que até agora também é muito difícil, as coisas que a gente pede raramente né? Muito difícil... Eu talvez tenha sentido um pouco de melhora depois da pandemia. Porque no momento da pandemia, a gente foi pra rua, a gente foi pra frente da prefeitura, a gente fez queima de pneu, a gente deu uma chacoalhada que aí eles deram mais atenção e nos ouviram mais, né? Parece que aprenderam a nos respeitar um pouquinho mais. Por que a gente Meteu o pé, tão nem aí... Tu pede um negócio: “olha aquela lâmpada tá queimada”, “ninguém tá nem aí pra ti”, entendes? Houve um pouco de melhora na pandemia, vamos ver (“JOANA D’ARC”, 45 anos).

A entrevistada “Joana D’arc” é uma das trabalhadoras que mais luta por melhorias para suas atividades no comércio popular, como já mencionado anteriormente neste estudo. A partir do seu relato observa-se como os conflitos são evidentes entre a administração e os trabalhadores, principalmente por ser uma atividade comercial realizada em um espaço subsidiado pela prefeitura e fiscalizado por uma empresa. Os problemas e conflitos ocorrem justamente por esse fator, e com a pandemia esses desentendimentos se tornaram mais frequentes. Isso porque o Pop Center ficou quase seis meses fechado e a categoria laboral teve que ser realocada para o estacionamento do shopping popular. Durante esse tempo houve muitas discussões entre os trabalhadores, a prefeitura e a administração para tentar solucionar os impasses, como a abertura e o funcionamento do Pop Center – depois do período flexível da pandemia e o pagamento do aluguel do box. Em virtude disso aconteceram manifestações para chamar a atenção das autoridades públicas, pois os trabalhadores alegaram não chegar a um acordo com a administração e com isso a prefeitura teve que intervir.

Sim. Por parte da administração sim. Porque é uma empresa que não te proporciona nada, entendeu? Nada! Se quer que a empresa te ajude em alguma coisa. Então aqui a empresa só visa lucros e nada, além disso (“JOSÈ”, 50 anos).

Não, tem muito diálogo com eles não, acho que mais é como firma mesmo. O que eles querem é imposto... O que eles querem? E a gente fica meio que aceitando... Aqui a gente é tratado com muito desrespeito, tanto da parte da administração quanto da parte prefeitura, entendeu? A gente é muito... Tratado como um “lixo” na realidade entendeu? Falta um pouco de um bom relacionamento aqui (“PEDRO”, 38 anos).

Nos relatos de “José” e de “Pedro” são ressaltados os impasses e problemas com a administração privada, atribuindo a necessidade de maior atenção da prefeitura. Para os trabalhadores, a empresa que os administra só visa o lucro e não os ouve para tentar solucionar e reverter as dificuldades que enfrentam nas suas atividades como, por exemplo, de se sentirem desrespeitados por observarem uma preocupação excessiva com a cobrança de impostos. Para eles, a prefeitura que os fiscaliza deveria também interceder e solucionar esses conflitos.

É ruim porque eles não discutem. É o que eu comecei a entrevista falando sobre a infraestrutura, a gente reclama do calor que é lá dentro, do barulho do ventilador, eles estão nem aí! Quando nós fomos para o Pop, eles disseram que iam colocar ar condicionado, a gente nunca nem viu. É, botaram ventilador que faz só barulho, não ventila nada e ainda deixa a mercadoria da gente cheia de poeira e tu vai falar de qualquer coisa do tipo: a porta do banheiro lá do feminino, uma das portas, não tem há meses e eles só dizem que mandaram fazer a porta, o que tanto? Mandaram fazer a porta onde? No outro lado do mundo? Que não conseguiram colocar a porta ainda? Uma porta. Cobravam um valor do banheiro, imagina a quantidade de gente que circula dentro do Pop Center por dia? Talvez agora não por causa da pandemia, mas antes. Não iam conseguir comprar uma porta? O que eles fazem com o dinheiro que eles arrecadam do banheiro? Se o banheiro está sempre precário, está sempre entupido, está sempre sem porta, está sempre sujo, as torneiras não funcionam, toda hora falta água e falta água só banheiro porque o tanque ali na rua tem água. Então assim, é tudo muito difícil, tu vai falar qualquer coisa para eles, eles se ofendem, o dono do prédio – que nem é daqui – se ofende, não quer ajudar a gente em nada, ele só quer ganhar o valor dele por semana e o rateio no fim do mês e fim! Ele não quer saber o que a gente faz, vai fazer, se a gente está sofrendo ou não, se a gente passa calor ou não, se a gente está sufocado ali dentro ou não, que se o espaço é pequeno, a gente não consegue vender, ele não está nem aí, ele só quer o dinheiro dele. Então assim, é muito complicado, muito complicado (“CAPITU”, 24 anos).

Tratando igualmente desse mesmo assunto, exponho a fala de “Capitu”. A entrevistada enfatiza a falta de diálogo para tentar resolver as condições precárias da infraestrutura do espaço. Mesmo tendo uma dimensão de um shopping Popular, os problemas permanecem e o ambiente continua com sérias dificuldades e inconvenientes, seja pela ventilação e iluminação precárias ou a falta de água. Para “Capitu”, mesmo pagando tantos impostos essas questões não são resolvidas.

O relacionamento dos trabalhadores com a administração é bem difícil, devido à falta de diálogo coerente que solucione os percalços, principalmente pelo alto valor do aluguel cobrado sem a contrapartida necessária observada nas condições precárias da infraestrutura do espaço. Para os entrevistados a fiscalização da prefeitura deixa a desejar nesse aspecto. A mudança de espaço não foi totalmente

benéfica, visto que os impasses continuam. Mesmo tendo mudado para uma infraestrutura melhor, a categoria laboral ainda reclama e enfrenta condições laborais difíceis no espaço do shopping popular. Em meio a todas essas dificuldades enfrentadas pelos trabalhadores, perguntei se eles tinham sindicato ou uma associação que os representasse para lutar por melhores condições de trabalho. Eles então afirmaram que no antigo “camelódromo” havia uma associação. Para compreender e entender melhor essa questão propõe-se expor e analisar os relatos dos trabalhadores e do fiscal da prefeitura, a seguir.

Não. A gente não tem. E ficou cogitado agora nesse momento da pandemia da gente abrir nossa... É Associação né? Mas ali o povo é muito difícil... São poucos os que querem lutar por todos, entendeu? A maioria que lutar por si próprio, só e acabou então... Assim eu até fiquei um pouco decepcionada, como vou dizer? Porque a gente tem um grupo ali dentro no Whatsapp, né? Temos um grupo. E eu cheguei nesse grupo e a procurar advogado e procurar meios, só que eu tive apoio, mas não tive apoio de todos, ou da grande maioria então, eu... Tu decepciona porque, nos dias que teve Pop Center fechado, eu corri com meu carro atrás de Advogado. Eu... Do livrinho do Pop Center ali das nossas regras. Eu... Sabe? Eu fiz por todos, mas todos não querem fazer, não querem ajudar, não querem, só... Mas eu tenho expectativa, um dos nossos está sendo candidato a vereador, eu tenho expectativa que ele consiga organizar isso. Eu vou ajudar no que for possível né? Essa é a expectativa de ter uma associação que represente a classe né (“JOANA D’ARC”, 45 anos).

A fala de “Joana D’Arc” ressalta e retorna todas as dificuldades enfrentadas pelos trabalhadores durante o fechamento do shopping popular. A questão principal, já discutida, são os interesses individuais que sobrepõem à situação coletiva entre esses atores sociais em solucionar esses impasses em coletividade. A falta de união prejudica a resolução desses problemas. Como “Capitu” relatou, no antigo camelódromo a convergência entre eles resultava em um retorno melhor. A fala de “Joana D’Arc” se contrapõe à de “Adriana”, pois ela demonstra que buscou a solução dos problemas recorrendo também às normas e diretrizes feitas pelo Pop Center, sendo que a gerente afirma que os permissionários não leem as normas propostas pela empresa.

Ah, nós temos dois gestores, mas que não tem voz para nada, né? Porque ali eles têm que lutar por nós dentro do Pop, mas o dono do Pop Center é uma pessoa muito complicada. Então, ele não, ele não escuta muito é como se não existisse os gestores. Coitados! Eles não têm voz para nada. Um deles até desistiu porque... O cara ficou até doente porque ele tenta, tenta, tenta e não consegue. O meu pai, no tempo do camelódromo, ele era o presidente da ACAMPEL e ele vivia apanhando, coitado! Porque ele tentava lutar por todos nós e o pessoal não escutava, o pessoal do camelódromo mesmo! Não escutavam ele, achavam que, sei lá, que ele queria roubar,

que ele desviava e se tu for olhar a casa do meu pai hoje em dia, ele mora assim, né? É muito precária a casa dele, mas eles sempre alegavam que ele roubava horrores. Então, assim, é muito difícil porque não tem união, o pessoal não quer... Ele quer, eles querem, mas não querem ser representados por ninguém, entendeu? Mesmo que no tempo do camelódromo todo mundo lutasse por todo mundo não era assim, lá grande coisa, entendeu? E o pai era a pessoa que respondia e mesmo sofria. Imagina aqui que é uma pessoa que nunca está ali, até desistiu porque tá doente. Uma pessoa não tem vida. A gente não tem quem lute por nós de verdade, não tem. Podem dizer que tem, mas não tem (“CAPITU”, 24 anos).

Em conformidade a esses relatos sobre os impasses da situação, enfatizo o relato da “Capitu”, a entrevistada que mais conhece todas essas questões e conflitos na gestão do shopping popular. O seu pai era um dos representantes no antigo camelódromo, e desde aquela época já existiam divergências entre esses trabalhadores. A gestão do pai dela foi acompanhada de muitos problemas, principalmente pela falta de confiança entre esses atores sociais, a qual permanece até hoje. Inclusive, um dos representantes ficou doente devido a esses desentendimentos. Essa situação dificulta a resolução dos conflitos existentes. A realidade em que vivem esses trabalhadores dificulta qualquer tipo de melhoria ou mesmo a organização em torno de uma associação.

Eles tinham não sei te dizer se era exatamente uma associação ou se era formalizado, mas eles tinham, eles eram mais organizados, eles eram mais unidos, posso te dizer assim. Ahn, falar em associação, como eu disse, hoje a quem diga que existe uma associação, a quem diga que estão tentando fazer e tal, eu sei que houve reuniões há pouco tempo para tentar formalizar a associação. Escolheram a chapa de diretores, presidentes, seja lá o que for, o conselho lá eles já formaram, mas eu acho que ainda não saiu do papel. Então, de certa forma, eles estão tentando se organizar nesse sentido. Até quando foi feita a criação do Pop Center, estava em processo, eu me lembro que eles estavam na tentativa até de alugar um outro prédio que era próximo ali para que não fossem para aquele prédio e pudessem ter o espaço deles ali, mas acho que acabou não acontecendo (CARLOS, fiscal da prefeitura em Pelotas).

Também enfatizo a fala de Carlos, fiscal da prefeitura. Para ele, os trabalhadores na época do antigo camelódromo eram mais organizados. Estes tinham, inclusive, o intuito de ter uma associação; mas, segundo ele, não se sabe se era formalizada ou não naquele período do extinto camelódromo. Em relação a isso, alguns trabalhadores disseram desconhecer qualquer associação, ou seja, o desencontro de informações permanece. Carlos, afirma que mesmo fazendo reuniões a associação nunca saiu do papel, ou foi formalizada. Mais uma vez, aparecem as contradições por parte desses atores sociais. A formalização de uma

associação seria benéfica para tentar aos menos resolver alguns desses impasses, seja do relacionamento com a administração, da infraestrutura e principalmente de buscar melhorias e redução para o pagamento dos impostos que tanto reclamam. Mas, de fato, primeiramente o que poderia ser resolvido seria a união e entendimento por partes desses trabalhadores.

Esses relatos demonstram que, além do difícil relacionamento entre a administração e os trabalhadores, há também divergências entre os próprios atores sociais, que não conseguem chegar a um consenso para tentar lutar por melhorias ou mesmo se organizarem em busca de melhores condições laborais. Além de persistir a dificuldade em buscar ter a formalização de uma associação que ampare e resolva seus conflitos internos, para depois contornar todos esses impasses ressaltados pelos mesmos.

Uma dessas melhorias seria adequar as suas extensas jornadas laborais no Pop Center, já que eles trabalham das nove horas da manhã até às dezenove horas da noite. Às vezes exercem suas atividades até aos domingos – porém neste dia da semana não é obrigatório, geralmente trabalha quem quer. Mas, considerando as condições laborais atuais, os atores sociais têm se submetido a essa jornada de trabalho extensa, principalmente depois do período em que o espaço físico ficou fechado por seis meses. Abaixo exponho alguns relatos desses trabalhadores, falando sobre suas jornadas de trabalho.

Ah, é... A gente abre a banca às nove e meia, fecha às sete, às vezes sete e meia. Não tenho horário de almoço, mal consigo ir no banheiro porque preciso fechar a banca, botar os ferros, fechar tudo e é muito difícil, é cansativo, a cortina é pesada. Então, assim, a gente mal sai da banca, até para comer, tem que ir alguém ali oferecer alguma coisa para comer se não tu não consegue nem comer. É e é isso (“CAPITU”, 24 anos).

Acordo cedo e trago as filhas por centro comigo, agora com essa segunda lojinha né? Em função da pandemia, a gente abriu essa lojinha fora do Pop. Então trago a filha maior para ficar com a lojinha, e eu vou por Pop. Acordo às 07h00, às 08:30 a gente sai de casa às 09:00. A gente está abrindo e passo o dia ali e fecho às 19:00 hs da noite, não fecho meio-dia, passo o dia inteiro dentro do Pop até às 19:00 hs. Aí tentando vender, chamando cliente, pesquisando produto que não tem movimentando, respondendo pessoas na internet, no Whatsapp e isso, dando informação e isso o dia-a-dia e ali naquele cantinho (“JOANA D’ARC”, 45 anos).

Nas falas de “Capitu” e “Joana D’Arc”, vemos o quanto é difícil e extensa a jornada de trabalho e as condições de exercerem um ofício no comércio popular, onde não possuem um horário de almoço adequado, ou mesmo até para irem ao

banheiro, principalmente nas bancas que não têm funcionários para substituí-los. A rotina laboral não é nada flexível, sendo que além de venderem, precisam comprar mercadorias, pesquisar produtos e fazer propaganda nas redes sociais. Durante o fechamento do Pop Center, as redes sociais foram de grande ajuda e amparo para quem não quis ficar trabalhando no estacionamento do shopping popular no período em que ficou fechado.

Sim, sim. Ah, aqui é como qualquer outro lugar, a gente vem aqui de manhã sempre tipo, a gente vem aqui de manhã, rotina de trabalho sempre a mesma de segunda a sábado. Algumas vezes a gente trabalha domingo também né? Feriado sempre... A gente trabalha sempre feriado, então é de segunda a segunda praticamente de janeiro a dezembro, né? Feriado a gente trabalha direto também. Aqui normalmente a gente começa a trabalhar às 09:00 e fecha às 19:00 hs né? A gente não tem horário de almoço – almoça na própria banca mesmo, a gente não faz intervalo de almoço, toca o dia todo né? Fica direto aqui na banca (“PEDRO”, 38 anos).

É puxado. Porque a gente tem que chegar aqui, muitas vezes a gente chega aqui às 08h30. Quando, agora com função da pandemia que o Pop está abrindo um pouco mais tarde – chega aqui às 08h:30. O pop fecha às 19:00 horas e acaba saindo depois do horário 19:30 sem intervalo, horário de almoço sem nada, pregado todo dia de segunda a sábado. E às vezes domingo como agora voltou a abrir novamente, domingo de novo também. É claro domingo o horário de trabalho é um pouco reduzido, mas igual das 10:00 às 18:00 horas, mesmo sistema direto também, sem pausas nenhuma (“FERNANDO”, 24 anos).

Enfim, os relatos de “Pedro” e “Fernando” ressaltam novamente as fragilidades e as precárias condições dessa condição de trabalho nesse espaço. O entrevistado “Pedro” começa enfatizando que é como um local qualquer de trabalho, mas depois ao narrar a sua rotina diária, percebe o quanto é árduo ter que trabalhar sem férias e nos feriados. Já “Fernando”, expõe mais uma vez a extensa e longa jornada, sem condições de descanso ou mesmo o tempo adequado para almoçar. A realização da sua entrevista foi feita durante o seu horário de almoço, sendo o único momento em que consegui conversar com ele, e assim poder de fato gravar.

Nesta seção, procurei abordar os relatos desses atores sociais, para entendermos as mudanças e transformações laborais, e principalmente o cotidiano em que exercem suas atividades, com árduas e longas jornadas de trabalho. Cabe salientar que, apesar das mudanças e transformações ocorridas, esta categoria continua com condições laborais precárias, com conflitos de relacionamentos com a administração, e até mesmo com seus colegas de ofício. Nesta seção, propôs-se imergir nos dados empíricos que compõem este estudo, sempre tentando



estabelecer um trânsito com as teorias e análises sociológicas que conduza a uma reflexão da realidade social dos sujeitos sociais. Em acordo com a apresentação e imersão das falas desses trabalhadores e trabalhadoras, e em aquiescência ao primeiro capítulo deste estudo, onde foi apresentada uma análise do contexto histórico do mercado de trabalho no Brasil, com o propósito de entender a realidade social em que vivem essa categoria laboral e se essas mudanças foram benéficas a suas atividades. As falas relatadas nesta seção demonstram que apesar de toda a transformação que tiveram neste ofício, tendo um espaço legitimado pelas autoridades municipais, esses sujeitos sociais continuam a vivenciar dificuldades em suas ocupações. Apesar de inicialmente, em conversas informais durante as entrevistas, alguns desses trabalhadores terem afirmado que nos primeiros anos de abertura do shopping popular tiveram um rendimento benéfico em suas vendas, com a crise econômica instaurada em 2015, as vendas começaram a decair e, por conseguinte, paulatinamente foi se estabelecendo os primeiros conflitos em torno do pagamento de aluguel e das despesas mensais, para a manutenção de suas atividades.

Em virtude desses enfrentamentos, e como se pode observar nos cotejos elucidados pela categoria laboral, eles chegam a preferir o antigo camelódromo, principalmente por venderem mais e pelo fato propriamente de terem uma associação. Entretanto no shopping popular ocorre justamente o contrário, e por ocasião dessas dificuldades foram surgindo discordâncias entre os trabalhadores e a administração, pois reclamam de ter que pagar um valor exorbitante sem ter a respectiva infraestrutura adequada. Esses desacordos tiveram grande proporção durante a pandemia, em que o Pop Center ficou fechado por seis meses e com isso a categoria laboral teve que se realocar no estacionamento do shopping popular conforme mencionado (vide o primeiro capítulo). Essa realocação culminou em sérios conflitos, como manifestação em frente à prefeitura e até a procura de advogado com foi relatado na fala da “Joana D’Arc”. Após esses episódios de divergências e com a flexibilidade da pandemia, em setembro de 2020, os trabalhadores voltaram a exercer seus ofícios no Pop Center e chegaram a fazer um acordo com a prefeitura e administração pagando apenas uma parte mínima do valor do aluguel. Durante a entrevista da gerente administrativa, a Adriana me relatou que, foi acordado o pagamento proporcional do aluguel: em outubro de 2020

realizam o pagamento de apenas vinte e cinco por cento do valor da semana; em novembro foi cinquenta por cento e em dezembro será de setenta e cinco por cento. Só em janeiro de 2021 que os (as) trabalhadores (as) começaram a pagar integralmente o valor do aluguel.

Durante a realização da entrevista de Adriana, ocorreram algumas interrupções por parte de trabalhadores que reclamavam dos valores de boletos que haviam chegado. Por exemplo, houve uma trabalhadora que reclamou da conta de energia elétrica da sua banca que, segundo ela, estava com o valor acima do normal que se pagava anteriormente. Essa trabalhadora tem uma banca na parte alimentícia do shopping popular, mas não cheguei a entrevistá-la. Esses desentendimentos entre a administração e a categoria laboral não aparecem tanto no cotidiano do Pop Center, visto que os trabalhadores sabem que são condicionados a regras. Com isso, precisam se adequar aos conflitos de interesses com a gestão do Pop center. Muitos trabalhadores afirmam que não há o que fazer, foi feita uma concessão entre a prefeitura e a uma empresa privada, e diferentemente de quando estavam nas ruas, precisam tentar se adequar a essa nova realidade mesmo diante de tantas dificuldades estão exercendo seus ofícios. Nas falas apresentadas percebe-se um descontentamento devido à infraestrutura do espaço, e também pelo fato de pagarem tantos impostos; e por isso almejam melhorias.

Quando foram estabelecidos neste novo ambiente, segundo alguns trabalhadores tinha-se a garantia de melhoria em relação a qualidade no exercício de seus ofícios. Porém, como foi feita uma concessão entre a prefeitura com a administradora (SPE), acabou se tornando inviável se estabelecer nesse espaço, e principalmente em garantir uma condição favorável de trabalho. O fator preponderante que poderia ser crucial, e assim tentar resolver esses impasses, seria a categoria laboral ter uma associação ou mesmo a fundação de um sindicato que amparasse essas demandas, e principalmente ter um consenso entre os trabalhadores. Apesar de terem uma solidariedade social durante o exercício de suas atividades, (que será destacado em outra seção subsequente deste capítulo), falta ainda união e entendimento para ter uma conformidade no encaminhamento das demandas e, assim, ter a possibilidade de solucionar todos esses problemas.

No cotidiano laboral, percebi que apesar de uma extensa jornada de trabalho, os atores sociais adquiriram e incorporaram uma rotina diária de estar nessa estrutura social. Retornando a contribuição teórica do sociólogo francês Pierre Bourdieu, ao seu conceito de *habitus*, “como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e indica a disposição incorporada, quase postural –, mas sim o de um agente em acção” (BOURDIEU, 2000, p. 61) pode-se observar que esses trabalhadores são sujeitos em ação dentro de uma estrutura específica, que foi sendo formada e incorporada desde os primórdios de seus ofícios nas ruas até chegarem a esse espaço social. Esses trabalhadores foram construídos socialmente nesta atividade e adquiriram infinidades de práticas, visto que além de administrar suas bancas (no caso de quem é proprietário), realizam a venda e a compra de mercadorias, além de pesquisar os produtos – como reitera “Joana D’Arc”. A efetividade de seus ofícios requer disposições, e essa composição se perpetua desde as suas experiências praticadas no antigo camelódromo e até mesmo nas ruas. Esses sujeitos sociais estão condicionados a um campo social que foi se estabelecendo, como o próprio sociólogo francês Pierre Bourdieu (2003, p. 120) afirma: “para que um campo funcione é preciso que haja desafios e pessoas prontas para jogar esse jogo”, onde se torna dotado de *habitus*.

Nesse caso pode-se dizer que esses indivíduos adquiriram o *habitus*, por meio de processos de socialização advinda das suas atividades no comércio popular. Por mais que o *habitus* seja individual, a sua construção se dá também pelo processo de socialização, e como afirmam Berger e Luckmann (2004, p. 216) [...] “a socialização realiza-se sempre no contexto de uma estrutura social específica”. Onde cada trabalhador tem a sua banca, cada um deles carrega consigo a mesma rotina de labor e as mesmas dificuldades como ressaltadas em suas falas, mas diante disso, estão dispostos a lutar pelas suas sobrevivências, como justificativas mencionadas por grande parte dos trabalhadores. Nessa seção procurei apresentar, por meio das falas desses sujeitos sociais, a realização das análises iniciais, articulando com as observações sociológicas advindas do mercado de trabalho brasileiro como mencionado (vide o primeiro capítulo) em consonância com os relatos dos trabalhadores e com as teorias sociológicas que se dispôs a tratar no decorrer desse estudo.

Em conformidade a essa proposta, busco a seguir investigar se através dessas mudanças e transformações, esses atores sociais modificaram as suas identidades profissionais. Por isso, se faz necessário a continuidade dessa investigação sociológica nas seções subsequentes, que trata sobre a socialização, as trajetórias laborais e a identidade.

### **3.3. As trajetórias de ser camelô no comércio popular**

No capítulo precedente apresentou-se uma discussão teórica-conceitual, mobilizando as principais teorias que sedimentou esta pesquisa, em conformidade a isto, nas seções iniciais deste capítulo fez as análises iniciais buscando um aprimoramento da sistematização dos dados empíricos apresentados até aqui. A partir disso, pretendo prosseguir com a análise da realidade social e específica desses atores sociais que convivem em um espaço social, que carregam consigo (socialmente) características e representações advindas das suas formas laborais. A partir da exposição das falas e percepções obtidas no campo de estudo, será articulada uma reflexão sociológica sobre as suas trajetórias pessoais e sociais no contexto social do comércio popular. Para tanto, pressupus que os (as) trabalhadores (as) podem ter construído suas identidades “socioprofissionais” mediante tais representações. A teoria elaborada por Claude Dubar permite fazer uma analogia sociológica com a realidade dos trabalhadores estudados nesta pesquisa. Tendo em vista um processo de objetivação sociológica proponho a análise dos dados, para retratar a realidade social em que vivem tais indivíduos.

Neste sentido, é possível fazer uma analogia com o termo camelô, utilizado para representar o espaço social em que os atores sociais pesquisados exercem suas atividades. Para se chegar à analogia proposta é de suma importância ressaltar como o termo camelô tem um grande valor simbólico em relação aos dados empíricos obtidos no campo de estudo, e principalmente na observação participante realizada durante a pesquisa. Para objetivar estas afirmações e constituir uma análise sistematizada dessas acepções, é preciso de fato entender o percurso social dos trabalhadores do município de Pelotas.

Significativamente, observa-se que a população pelotense utiliza o termo camelô para se referir ao Pop Center. Parte desta concepção foi observada no campo de estudo quando notei clientes falando ao telefone: “eu estou nos camelôs”.

Essa observação foi abordada e questionada durante as entrevistas, quando perguntava o porquê de se referir ao espaço Pop Center como camelôs, pois as pessoas entrevistadas consideram o espaço como um shopping popular, ao afirmarem “que camelô se usava quando exerciam seus ofícios nas ruas”. Mas, para conduzir esta observação, é importante cotejar as falas dos trabalhadores e trabalhadoras que atuam no Pop Center e, em sequência, a da Adriana, gerente administrativa do Pop Center, e com a do Carlos, fiscal da prefeitura. Posso afirmar, então, que o shopping popular possui uma representação social por meio do termo *camelô*, que pode vir também a ser uma “identidade herdada” por parte de alguns dos atores sociais, quando fazem afirmações como:

Não, quando a gente fala em Pop Center é camelô, sempre fala... Quando fala que é no Pop Center, “as pessoas sempre falam”: “ah é camelô”. Às vezes os clientes... Alguém liga para os clientes, eles estão aqui na frente da banca, “ah eles falam a onde tu tá”? Ah... “Eu tô no camelô” (“CECÍLIA”, 45 anos).

É, que na verdade tudo é a mesma coisa, só o que muda é o ambiente que nós trabalhamos. Por causa que, eu dizia antes: “sou vendedor”, “aí perguntava qual loja tu trabalha”? Trabalho numa loja lá no Pop Center, “não, não, tu não é vendedor”, “tu é camelô”? Vai, vai, vai... Batendo e a gente acaba acostumando... A gente acaba acostumando... A gente é camelô e acaba acostumando com isso. Porque é a mesma coisa, “eu aqui ou ele trabalhando aqui dentro”, “nós trabalhando no centro numa outra loja é a mesma coisa”. É vendedor igual, é vendedor... Só o que difere é esse o ponto do ambiente de trabalho. As pessoas não enxergam o pessoal aqui dentro como vendedor, enxerga o pessoal aqui como camelô (“FERNANDO”, 24 anos).

Nos relatos de “Cecília” e “Fernando” predomina a referência ao espaço social do Pop Center como camelô. E isso mesmo que tenha havido mudanças em prol de se estabelecer e ter uma dimensão de um shopping popular. O simbolismo do *camelô* ainda persiste e prevalece nessa ocupação perante a sociedade. Por exemplo, para “Fernando”, que já trabalhou em outras profissões anteriormente como em oficina mecânica. Ele alega ter saído desse emprego por estresse e desentendimentos e, apesar da rotina árdua no comércio popular, ele diz preferir trabalhar no Pop Center, mesmo anteriormente tendo preconceito com esse espaço. Nesse sentido ele enfatiza: “[...] Deus, oh livre de trabalhar nessa ocupação informal”. Mas a partir do momento em que começou a trabalhar nesse ofício, mudou de ideia com relação ao estereótipo que tinha. Para o entrevistado essa

atividade é como trabalhar em outras ocupações profissionais formais, sendo assim se considera um vendedor como em qualquer loja reconhecida formalmente.

Mas até por questão de tipo, pra ser mais direto na tua resposta, entendeu? “Se ele perguntou pra mim o quê que eu faço”? Eu já falo que eu sou camelô, já sabe onde que eu trabalho né? Se eu falo daqui... Eu falo não tô... Sou empresário, tem uma empresinha, “aí ele vai perguntar, mas aonde”? E aí se eu falar isso ele já sabe onde é que eu tô né? O que eu trabalho. Acho que é mais prático por uma questão. E agora pra mim eu fui camelô a vida inteira. Se me pergunta eu sou camelô, né? Empresa pra mim é só um detalhe, só vale pro governo... Ali pra eles, pra mim é camelô é... (“ASSIS”, 34 anos).

E... Não, não as raízes não fogem é até lá para ter as próprias pessoas se referem sempre né? “Muitas pessoas não falam vou no Pop Center”, “falam vou nos camelôs”, é uma coisa que acho que nunca vai sair do...Do cotidiano das pessoas, a relação ao falar, é citar como camelô, né? Isso aí é uma coisa que sempre vai ficar no popular assim... É a questão também como eu te falei, de ir buscar, de viajar assim, ah isso é tudo sempre a mesma forma, da mesma época que era o camelô de rua né? Viaja para São Paulo ou quem vai pro Paraguai, vai pro Paraguai sim, isso sempre vai, está enraizada sempre, sempre ativo assim (“ALEXANDRE”, 40 anos).

Nas falas de “Assis” e “Alexandre” percebe-se que, embora tendo mudado de lugar, a identidade de ofício de ser camelô permanece, o que a torna como uma “identidade herdada” no shopping popular, mesmo durante a transição do camelódromo para o Pop Center. Para “Assis”, ser considerado *camelô* não é um problema; se a própria sociedade os renomeia assim, não tem importância. Assim como a grande maioria dos entrevistados ele vem de uma geração precedente, desde adolescente exerce essa atividade nas ruas de Pelotas. O seu pai permanece até hoje nesse ofício. Assim como “Assis”, “Alexandre” também veio de uma geração familiar do comércio popular, começou a trabalhar com sua mãe, depois com os irmãos, e só agora conseguiu montar sua banca de óculos e mochilas. Para “Alexandre”, o termo *camelô* é muito popular, as pessoas já se acostumaram em denominá-los assim. Isso porque além de administrar suas bancas, vendem, compram e realizam viagens para adquirir mercadorias. Assim, desempenham todas as funções, e acabam sendo remetidos ao ofício de ser camelô.

Ah, eu me considero vendedora, camelô, o que vim me considero uma pessoa que trabalha no comércio, sou camelô, eu sou camelô, me orgulho de ser camelô, tô no Pop Center, me orgulho de ser camelô (“TIA CLARICE”, 65 anos).

No relato de “Tia Clarice” percebe-se como a mesma se sente orgulhosa de ser camelô. Para ela, mesmo com a mudança em trabalhar no shopping popular, a sua identificação não mudou, porque foi trabalhando como camelô que conseguiu sustentar sua família, comprar sua casa própria e o seu carro. Então não tem importância a sociedade os considerar *camelô*. Ser camelô para muitos desses trabalhadores é motivo de orgulho, porque foi assim que conseguiram realizar seus projetos pessoais. Em contraposição ao elucidado pelos trabalhadores, exponho as falas da Adriana, gerente administrativa do Pop Center, e a do Carlos, fiscal da prefeitura.

Ah é, é, é assim. Na realidade, eu acredito que sim, às vezes tem pessoas que nem sabem, nunca ouviram falar do nome Pop Center: “Ah, mas aonde é?” Aí a gente diz: “Ah, é no antigo camelódromo” porque o que acontece? Alguns, claro, não a maioria, né? Ah, trabalham aqui dentro, mas ainda tem espírito de camelô, muitas vezes com mercadoria que não funciona direito, na maneira infelizmente de tratar os clientes ou de se adequar, não se adequarem às regras do espaço porque quando eles estão na rua não existe lei, né? Não existe regra, né? No momento que vão para dentro de um espaço, tem que se adequar à nova situação e alguns deles, infelizmente, não conseguem se adequar. Ou porque acham que não é necessário ou são teimosos mesmo, né? E essa é muitas vezes a grande dificuldade da gente conseguir que todos convivam em harmonia, né? Aqueles que aceitam as regras e os outros que não aceitam (ADRIANA, a gerente administrativa do Pop Center em Pelotas).

Acredito que os enxerguem dessa maneira como camelô, apesar de eles não estarem ocupando, na verdade eles estão né? Espaço público, né? Teve uma concessão, não deixa de ser, mas ao que me refiro por eles não estarem mais no calçadão, por exemplo, como eles estavam antes, mas o pessoal ainda sabe, tem essa ideia de que é o pessoal que estava no centro que foi alocado lá para baixo. Então, ainda os veem como camelô e muita gente fala: “vou no camelô, vou no camelódromo” seja lá o que for, né? Em termos de Pop Center assim, nome Pop Center foi, está sendo introduzido ainda, nem todo mundo conhece, mas sabe quem está lá são os camelôs que estavam justamente no calçadão (CARLOS, fiscal da prefeitura em Pelotas).

Nas falas de Adriana e de Carlos percebe-se que a denominação do espaço Pop Center não foi ainda popularmente reconhecida pela sociedade pelotense: a maioria ainda renomeia o shopping popular como *camelódromo* ou *camelô*. Eles justificam que em virtude de ser um nome novo, recém-formalizado pela concessão, as pessoas ainda têm o costume de se referir como camelô. Para Adriana, alguns desses trabalhadores não se adequaram a esse novo ambiente, pois persistem em vender mercadorias estragadas, não tratando os consumidores com o devido

respeito, e também desrespeitando os preceitos impostos pela gestão do Pop Center.

Nota-se assim um contraste. Para os trabalhadores o termo camelô é uma “identidade herdada”, por ser um termo que designa as suas trajetórias laborais. Já para Adriana e Carlos esses sujeitos sociais são justamente considerados camelôs por não se adequarem aos preceitos estabelecidos pelo shopping popular, vendendo mercadorias sem qualidade, ou mesmo não tratando adequadamente seus clientes e inobservando as regras. Entretanto o nome Pop Center também não foi popularizado entre as pessoas, por ser um espaço no qual é exercida uma atividade com produtos de fácil acesso e popularizados entre os consumidores. Por isso a sociedade ainda os caracteriza como camelôs, não ligando o nome Pop Center para designar o espaço social em que aqueles realizam seus ofícios. Em razão disso, posso concluir que os trabalhadores do comércio popular adquiriram suas experiências laborais nas ruas e, apesar da mudança de ambiente, a sociedade ainda os caracteriza como camelô – mesmo exercendo suas atividades em um novo espaço físico e social. Além disso, a sociedade também os identifica profissionalmente como camelôs. Portanto, seguindo a teoria de Dubar,

Essa auto definições de atores, em um contexto dado, não são estritamente determinadas pelo próprio contexto. Cada um dos atores tem uma história, um passado que também pesa em suas identidades de ator. Não se define somente em função de seus parceiros atuais, de suas interações face a face, em um campo determinado de práticas, mas também em função de sua trajetória tanto pessoal como social. Essa “trajetória subjetiva” resulta a um só tempo de uma leitura interpretativa do passado e de uma projeção antecipatória do futuro. As identidades de ator estão assim vinculadas a formas de identificação pessoal, socialmente identificáveis. Elas podem assumir formas diversas, assim como diversas as maneiras de exprimir o sentido de uma trajetória, ao mesmo tempo sua direção e sua significação (DUBAR, 2005, p. XIX).

A partir da exposição realizada até aqui, e da teoria, percebe-se a pertinência sociológica proposta neste estudo, de modo a explicar o contexto social dos atores pesquisados. Primeiramente, objetivei fazer uma análise sociológica com a teorização deste autor, para assim entender que os atores sociais do shopping popular possuem uma história ou mesmo um percurso que influencia nas suas identidades, pois o termo camelô é oriundo de representações que sucederam nas trajetórias laborais dos trabalhadores. Mesmo com o decorrer de transformações, como a mudança de ambiente, eles carregam consigo as suas experiências



anteriores de serem caracterizados como camelôs pela sociedade. Em relação à constituição de uma identidade laboral pelo termo camelô, observei que algumas pessoas entrevistadas ainda se identificam com esse rótulo. Isso ocorre em decorrência das representações que se têm por parte da sociedade, seja pelo espaço de trabalho, que é representado como um comércio popular de vendas de produtos baratos e acessíveis, seja pelas suas experiências anteriores em que realizavam suas atividades nas ruas do município de Pelotas. Em continuidade a esta análise, na próxima seção realizarei uma exposição a respeito das identidades laborais adquiridas pelos trabalhadores.

#### **3.4. Os tipos de identidade laboral (as formas identitárias): “identidade-para-si” e “identidade-para-outro”**

No capítulo precedente foi abordada a teoria sociológica da identidade de Claude Dubar. A partir daquela discussão foi apresentado o conceito de formas identitárias, o qual torna-se primordial para a análise e compreensão dos dados empíricos, isto é, como ocorre a construção das identidades “socioprofissionais” dos trabalhadores que compõem a pesquisa. Para se chegar às análises pretendidas por este estudo, é de suma importância estabelecer e entender mais sobre este conceito cunhado por Dubar. Sendo assim, ressalto novamente o conceito de formas identitárias, enfatizando a maneira como este pode colaborar na investigação aqui proposta.

Na teoria sociológica de Dubar (2005), especialmente na obra *A Socialização: Construção das identidades sociais e profissionais*, as formas identitárias são definidas como “identificações ‘subjéctivas’, reivindicadas por si e submetidas ao reconhecimento de outrem, ou seja, todas as combinações são possíveis em um contexto dado” (DUBAR, 2005, p. XX). Nas análises sociológicas propostas neste estudo busquei sedimentar conceitos que permitissem examinar as informações empíricas encontradas no campo de estudo. A concepção de formas identitárias nos permite entender “(...) que não são ‘identidades pessoais’ no sentido singular de si, mas as construções sociais partilhadas com todos que têm trajetórias subjéctivas e definições de atores homólogos, principalmente no campo profissional” (DUBAR, 2005 p. XX). Já na obra *A Crise das identidades: a Interpretação de uma Mutação*,

Dubar (2006) empenha-se em ressaltar novamente o conceito de formas identitárias, utilizando a história social e a teoria sociológica clássica como fontes principais para sistematizar este conceito, problematizando-o junto com aquele de “identidade eu-nós”, do sociólogo alemão Norbert Elias.

A partir disso e baseando-me na teoria proposta pelo sociólogo francês, cabe ressaltar que a questão que importa aqui é compreender: *a identidade que os atores sociais constituíram é reconhecida pela maneira que eles se veem perante a sociedade?* E, além disso, *como a sociedade identifica estes atores sociais?* Saiba-se que *camelô*, é uma “identidade herdada” e construída socialmente, quando estes trabalhadores exerciam seus ofícios nas ruas e não tinham um amparo por partes do poder público, até que a dimensão de sua atividade foi crescendo e as autoridades resolveram abrir um espaço físico diferenciado para estas categorias laborais – para que desse modo tivessem um espaço social e pudessem trabalhar em um ambiente que fosse propício para a efetividade de seus ofícios.

Partindo da teoria de Claude Dubar a respeito das formas identitárias, “identidade-para-si” e “identidade-para-outro”, para então objetivar a análise sociológica deste estudo, passo a reproduzir as falas de Adriana, gerente administrativa do Pop Center, e de Carlos, fiscal da prefeitura. Desse modo poderá ser observada a “identidade-para-outro” como uma forma de representar o reconhecimento profissional que a sociedade tem dos atores sociais estudados. Expõem-se, a seguir, as falas destes dois entrevistados que colaboraram com a construção deste estudo.

Ah sim, quem trabalhou efetivamente na rua por muitos anos, na realidade, eles têm orgulho de dizer que são camelôs, que foram camelôs. Os que se dizem empreendedores, talvez, na minha visão, sejam aqueles que começaram a trabalhar aqui no Pop Center depois da sua abertura e não, necessariamente, vinha das ruas, né? Então, por isso que ele se diz um empreendedor, que ele veio para cá em condições de trabalho muito melhores do que eles tinham na rua, né? Um prédio com conforto, com limpeza, segurança e na rua eles não tinham nada disso, eles tinham que fugir (risos) da fiscalização, dia de chuva molha mercadoria, estraga mercadoria. Então, tudo isso, aqui dentro, já é bem diferente, né? E o que seria os lojistas é o que, eu tinha explicado antes, são aqueles que nós temos locações com as lojas maiores, né? Algum, algum permissionário que tenha algum espaço um pouco maior do que uma banca só, tipo três, quatro bancas também pode ser considerado um lojista, né? Mas, eu acredito que aqueles que se intitulam camelôs é porque eles têm realmente orgulho de ter vindo da rua (ADRIANA, gerente administrativa do Pop Center em Pelotas).

Não vejo que tenha mudado, viu? Sei que teve uma tentativa, né? Porque quando eu entrei eu vi os documentos que tinha, alguma coisa que tinha ali, se tentou fazer, ahn, mudar essa visão de que eles deixassem de ser ambulantes e passassem a microempreendedores, mas não adianta, é deles, eles gostam de ser chamados como ambulantes, eles não querem ser chamados de microempreendedores, eles se identificam como ambulantes e é assim que eles trabalham. É como, eu particularmente, respeito dessa forma. Não os vejo como, porque eles estão em um espaço que é locado, se fez uma parceria com a Prefeitura, mas não consigo enxergá-los desta maneira e eles também não, pelo o que eu percebo eles não gostam de ser identificados desta maneira, como microempreendedores: “sou camelô, sou ambulante” e assim querem permanecer. É como tu disse, é que mudou essa parte de se identificarem como ambulantes, ainda permanece com os mais antigos, né? Os que estavam lá na rua, no calçadão que depois tiveram no Mercado Público e depois foram para o camelódromo e depois de se desmanchou o camelódromo e se fez o Pop Center. Então, esses poucos remanescentes, não são poucos, na verdade, tem uns quantos lá que são os mais antigos, eles ainda se identificam. Tem outros que já, como tu mesmo disseste, já se identificam como lojistas que tem três, quatro bancas lá e montou uma loja, né? Porque tem gente que tem espaço dois por dois e tem outras pessoas, têm famílias – pai, mãe – tudo com uma lojinha ao lado da outra fazendo uma banca só e já transforma numa loja, aí colocam funcionários, seja lá o que for. Então, acabam querendo se identificar de outra maneira, mas com os que eu converso. A maioria dos que eu conheço que são os mais antigos, me dizem ainda que se identificam como camelô (CARLOS, fiscal da prefeitura em Pelotas).

Nesses relatos da gerente administrativa do Pop Center e do fiscal da prefeitura, alguns dos trabalhadores e trabalhadoras ainda se identificam como camelôs por se orgulharem das suas trajetórias laborais advindas das ruas, até chegar ao espaço físico e social do Pop Center. Em conformidade às falas apresentadas, irei expor a seguir alguns relatos de pessoas que ainda se identificam como camelôs. Dessa forma será possível compreender suas perspectivas sobre o que é ser camelô, já que a sociedade tende a apresentar uma visão estereotipada a respeito desse termo. Por isso, é de suma importância entender esse processo social a partir das perspectivas e experiências particulares das pessoas entrevistadas. Primeiramente, apresentarei a “identidade-para-si” e, em sequência, o conceito de *ser* camelô nos relatos e trajetórias dos atores sociais. Para isso reproduzirei as falas de “Tia Clarice”, já apresentada anteriormente neste do capítulo, que se identifica como camelô, e de “Pedro” e “Bento”, que foram os trabalhadores que se identificaram como camelôs e, ao mesmo tempo, permitem realizar uma interpretação sobre o que é ser camelô para eles.

Camelô é... Tu atender o teu cliente, fazer a propaganda do teu produto, vender o teu produto dá garantia pro cliente, e fazer aquele cliente teu fiel, pra mim ser camelô aí é isso. O que a gente conseguia na rua e que hoje

aqui dentro muitas vezes o pessoal acha que vem hoje não vai vir amanhã, não é assim. Eu digo: pro menino que trabalha comigo, “ser camelô é tu conquistar o teu cliente”, porque ele que paga desde o seu sabonete até o arroz com feijão na tua mesa. É, pra mim ser camelô é isso, é conquistar o cliente, fidelizar o cliente. Porque tu chega numa loja tu não fideliza o teu cliente, tu chega ali na Brascon não tem cliente fidelizado, não existe, chega ali tu compra a tua roupa atendeu? E deu para ti vai-te embora. E aqui não tu tem que fidelizar. É ser camelô e fidelizar o cliente, pra mim é isso (“TIA CLARICE”, 65 anos).

Camelô... Camelô ele é o cara, que às vezes tem vários aspectos... Sobre camelô, né? Tem o camelô que ele já é mais bem-sucedido, e tem o camelô que não é muito bem-sucedido né? Então às vezes tu passa por uma dificuldade, que não precisa ter muita coisa pra ser camelô, porque envolve muitas pessoas. Eu também, que começaram por baixo entendeu? A pessoa vai lá não tem muito dinheiro e com pouco dinheiro ele compra mercadoria e ele vai pra rua ele começa a trabalhar, vender. Ele vende aquela mercadoria no outro dia, ele tem um pouco mais, ele vai lá compra mais um pouco de mercadoria, e assim vai... Eu já recomencei várias vezes assim, já tive, passei por várias dificuldades. Tive que recomenciar com mínimo de dinheiro possível, então isso é ser camelô, sabe? Camelô é aquele cara que pega ali R\$ 100, e ele vai no supermercado e ele compra 100 águas, e no outro dia, ele tem R\$ 200 pra comprar 200 água, entendeu? Então isso aí é ser camelô, né? Então tem um poder de vender a mercadoria dele e multiplicar cada vez, agregar mais valor na mercadoria dele né? E o comerciante é o cara que tem uma identidade já mais fixa, ele já tem um comércio, ele já tem né? Um lugar fixo, ele já tem uma mercadoria já melhor apresentável, ele já tem uma clientela né? Então é pra mim essa daí e diferença (“PEDRO”, 38 anos).

Ah, não tem como não definir né? É eu sou camelô [risos]... Sabe que já vem da raiz assim né? Não fico meio que me escondendo, tem pessoas que até meio que se esconde, até mesmo pelo preconceito, que ficam meio que se camuflando, “ah... pois é, tenho uma loja”, “não sei o que”, “isso e aquilo né”? Camuflando, “ah o nome do prédio que é Pop Center né”? Eu não, me identifico como camelô mesmo, sempre a minha vida toda fui camelô, porque sempre sustentei minha família, é tudo o que eu adquirir foi sendo camelô na rua, foi sendo aqui entendesse? Então eu não... Apesar de eu sofrer preconceito, hoje já me acostumei com esse preconceito e me identifico como camelô mesmo, “Ah o que tu é”? O que que tu faz?” Ah, eu sou camelô entendeu (“PEDRO”, 38 anos).

Vendedor nos camelôs. Porque é uma forma de tu te identificar, assim como o pessoal me pergunta, pergunta para o nosso técnico e ele: “Não, eu sou técnico lá nos camelôs”, o pessoal, por causa que ele é da área de consertos, né? Mas, eu não faço conserto, eu só vendo mesmo (“BENTO”, 25 anos).

Os relatos de “Tia Clarice”, “Pedro” e “Bento” ressaltam a importância da representação simbólica de ser camelô. Cabe reiterar um dos aspectos desse ofício, como “Tia Clarice” enfatiza: a atividade no shopping popular requer uma conquista e fidelização aos clientes – diferentemente de lojas de renome. O ofício de ser camelô é uma conquista diária. Muitos desses trabalhadores afirmam ter clientes fiéis, principalmente os que têm uma trajetória social nessa ocupação. “Tia Clarice”, por

exemplo, diz ser reconhecida nas ruas, e que inclusive tem clientes que vem de outras regiões para comprar dela. Já para “Pedro” o ofício de ser camelô significa se reinventar, principalmente por ser uma atividade que começou nas ruas com pouco dinheiro. Mas, para ele, é preciso ser estratégico, se adequar, e ter a pretensão de multiplicar lucros, mesmo não tendo um espaço socialmente legitimado como o comércio formal. Para o entrevistado, mesmo sofrendo preconceito, é uma atividade em que se obtém o sustento e garante a sua sobrevivência diária, e por isso para ele é uma ocupação digna, tendo-a exercido desde criança. Para “Bento”, a sua identificação socioprofissional remete ao termo camelô, pois assim as pessoas já sabem onde realiza seu ofício. Cumpre ressaltar que os entrevistados vêm de trajetórias precedentes a essa ocupação, por exemplo, no caso do “Bento”, por meio da “identidade herdada” (*camelô*), ele desenvolveu e construiu uma estratégia identitária, na sua identificação, se colocando como “vendedor nos camelôs” perante a sociedade, principalmente por ter um reconhecimento e ter obtido um espaço para legitimar essa atividade.

Em contraposição aos relatos desses trabalhadores, mas em conformidade com as falas anteriores da gerente administrativa e do fiscal da prefeitura, encontramos alguns que adquiriram outras “identidades socioprofissionais”. Trata-se do resultado das transformações laborais, e de exercerem seus ofícios em um novo espaço social, considerado por muitos como um shopping popular. Expõe-se a seguir as falas destes atores sociais que construíram suas “identidades-para-si”.

Empreendedora. Camelô não, camelô é um nome muito feio. Eu sou empreendedora (“IRACEMA”, 50 anos).

Exatamente como tu estais falando, eu me vejo como um empreendedor, como um vendedor, como um camelô também, como um vendedor informal, como tudo isso daí como microempresário entendeu? Um incentivador também, esse tempo de trabalho todo aí. Não querendo ser muito, me faltou à palavra agora, mais tem muita gente, muitas pessoas que a gente vê que se espelha na gente assim, pelo modo de trabalhar, modo de daqui a pouco de arrumação de uma loja, de algumas coisas assim entendeu? E isto daí. Olha geralmente no comércio, “quando eles perguntam qual a atividade”? A gente vê só um vendedor informal, que tem uma microempresa, uma coisa assim, um microempresário (“JOSÉ”, 50 anos).

Olha. Geralmente, eu falo que sou microempreendedor, que trabalho como... No ramo do comércio. É... Eu acho que muito pouco assim, mas há alguma, algumas diferenças assim, eu acredito que o camelô... Que o camelô que mesmo que se falavam muito antigamente. Hoje em dia não existe, não existe tanto, né? Eu acho que... Eu na minha visão, nós evoluímos, com... Ao longo dos anos (...) evoluímos com essa questão do...

Eu acredito que o camelô seria é aquela pessoa que vende na rua, né? Que era um pouco mais precário, que não tinha tanta estrutura que a gente hoje em dia tem né (“ALEXANDRE”, 40 anos).

Ah, hoje eu acho que hoje eu não usaria mais essa palavra camelô, entendeu? Hoje pelo que eu pago, hoje pelo que eu pago pelo espaço desse aqui. Que o espaço mais caro da cidade de Pelotas e pagar os impostos todos que eu pago. Hoje eu me considero um lojista, não me considero mais um camelô, entendeu? Camelô se eu tivesse na rua sem pagar nada, mas o que eu pago aqui hoje, é o espaço mais caro da cidade de Pelotas, eu alugaria uma loja no centro da cidade. Sim, eu sou um microempreendedor, a gente contribui também, entendeu? A gente paga os impostos tudo certinho, a gente contribui, então um microempreendedor seria isso. Não, senão a gente usa assim, porque quer que acontece. As pessoas acham que são camelôs, outros acham que são lojistas, eu falei de pagar o espaço de uma loja entendeu? Pagar, eu pago o espaço de uma loja no centro, que é o espaço mais caro da cidade de Pelotas, mas usar o termo camelô pra mim é maravilhoso, foi assim que eu comecei entendeu? Foi onde eu cresci graças a Deus. Então é só... Eu pra mim, usar o termo camelô, eu falo de lojista pelo espaço que a gente paga hoje, com o valor que eu pago aqui, eu alugaria uma loja no centro como tá acontecendo. Que muitos estão saindo daqui para ir para o centro por esse detalhe entendeu (“GABRIEL”, 50 anos).

Eu defino que eu sou autônoma, né? Eu defino assim, eu sou autônoma, é que eu tenho essa banca com capa, película, mas eu também continuo viajando e trazendo mercadoria, né? Para as pessoas. Então, eu não sei nem como bem eu me defino assim, não sei te explicar. Eu é, eu me refiro que sou autônoma, sou vendedora, assim, não consigo dizer, me identificar assim, com alguma coisa específica, não. É, é, sou camelô, eu não me identifico desde que viemos para o Pop Center, eu não me identifico assim: “Eu sou camelô”, né? Eu não me identifico mais porque camelô é o que nós ficamos aqui na rua, esses meses na rua, aí sim. Porque tu vai, tu bota a tua mercadoria, tu tira a tua mercadoria diariamente. Ah, ou depois que foi colocado cortina antes, né? As mercadorias ficavam dentro das suas banquinhas, ah, eu me identificaria assim, como camelô, toda a vida como camelô, né? Só que agora com o Pop Center, já não me identifico assim, “ah, eu sou camelô”, não. Eu sou lojista, tenho uma loja. Essa parte sim, para mim, mudou. (“ALICE”, 41 anos).

Ai! Eu digo que eu trabalho é... Que eu sou vendedora, que eu trabalho com tecnologia em geral, eletrônicos, informática, mas eu sou, é, assim, como eu já trabalhei com outras coisas, eu digo mesmo que eu sou vendedora porque eu já trabalhei com tantos produtos que não dou só o exemplo do eletrônico, eu falo de tudo, trabalho em qualquer coisa que tiver oportunidade, eu vou trabalhar. E é sempre isso que eu respondo. (“CAPITU”, 24 anos).

Eu nem sei me identificar necessariamente, eu sou uma empreendedora, entendeu? Querendo ou não, porque eu tenho a minha lojinha lá no Pop, que ela é bem bonitinha, bem legal, e ampla, iluminada, querendo ou não, eu abrir essa portinha aqui que é um lugar diferente né? Na função da pandemia, a gente ficou sem trabalhar, eu abri aqui, então eu me sinto entre aspas uma empreendedora, eu me sustento. Hoje eu vou dizer que com a crise não tenho mais funcionários nesse momento, a não ser minha filha né? Mas já tive. Assinei mais de três, quatro carteiras ao tempo, numa outra época. Empreendedora na verdade, é o fato de eu comprar, pesquisar o produto, fazer a compra do produto, ir buscar o produto, eu faço tudo, claro tenho ajuda da minha filha né? Nesse momento, mas eu faço tudo, sou desde o que compra, a pessoa que vende né? Só sinto muito não

poder ter nesse momento mais gente pra me ajudar, é serviço tem, o que não tem a grana para pagar todo mundo né? Sustenta, né? Sustenta, querendo ou não eu pago a Capitu. Então é isso? Sim, eu me identifico como uma pessoa que faz tudo né? Uma pessoa que se vira... Uma pessoa que criou o seu próprio meio de sustento, né? Empreendedora no sentido de ter aberto a lojinha de já tem empregado pessoa, se eu não tô empregando agora, porque não foi minha culpa, foi da economia desse país que tá uma porcaria... Que nosso dinheiro não vale nada, de imposto que nos cobra a todo o momento... Porque se não fosse isso, eu tenho certeza que eu estaria com um monte de gente trabalhando comigo. E me identifico como uma pessoa que faz tudo, que atende o cliente, eu me viro, eu me identifico com uma faz tudo, eu me identifico como um Bombril mil e uma utilidades, [risos]... (“JOANA D’ARC”, 45).

Nas falas desses sujeitos, que constituíram suas “identidades-para-si”, percebe-se como a transformação de suas atividades, em ter um espaço legitimado por parte das autoridades municipais, produziu uma descontinuidade no processo de suas identificações, por partes desses trabalhadores — a “identidade herdada” (*camelô*) opera nesse processo, devido principalmente a recusa dessa identidade. É o caso da entrevistada “Iracema”, que se diz empreendedora, atribuindo a um termo do passado, onde exerciam seus ofícios nas ruas. Já para “Alexandre”, *camelô* é uma representação dos tempos em que realizava suas atividades nas ruas. O entrevistado “Gabriel” considera que o pagamento de aluguel e de impostos se tornou um critério de legitimidade para justificar sua identidade, apesar de reconhecer a importância de ter sido *camelô*, e por isso se autodenomina como microempreendedor. Para “Alice”, a mudança e transformação para o shopping popular conformou o seu reconhecimento como uma lojista, ou seja, o espaço mudou conseqüentemente a sua identidade também. A entrevistada “Joana D’Arc”, denomina a sua identidade como empreendedora, associada com a geração de emprego. Por ser uma das pioneiras nessa ocupação, ela afirma que em tempos melhores se tinha uma rentabilidade melhor e com isso tinha até funcionários.

Nos relatos dos trabalhadores, percebe-se como a recusa dessa “identidade herdada” (*camelô*), dá se em posição a transição e transformação ao espaço físico e social do Pop Center. Em virtude disso esses indivíduos adquiriram “identidades visadas”, especialmente pelo reconhecimento e legitimidade ao ter um espaço social para exercerem suas atividades. Pode-se afirmar também que há uma negociação identitária durante esse processo de transição para o shopping popular, principalmente pelo rótulo de serem tidos como *camelô* perante a sociedade, e com isso esses atores sociais estão construindo e produzindo novas identidades. Por

isso essas identidades podem não ser prevaletentes, mas coexistem num processo contínuo de negociação.

A partir dos relatos dos trabalhadores expostos acima, a respeito das identidades diversas relatadas por esses atores sociais, é possível então reunir suas “identidades-para-si” da seguinte forma, a despeito da duradoura representação social de camelô.

**Quadro 2 - “Identidade-para-si” das pessoas entrevistadas (em ordem alfabética)**

<b>Nome</b>	<b>Identidade</b>
Alexandre	Microempreendedor
Alice	Vendedora/Autônoma/Lojista
Assis	Camelô
Bento	Vendedor nos camelôs
Capitu	Vendedora
Cecília	Vendedora/Camelô
Fernando	Camelô/Vendedor
Gabriel	Microempreendedor/Lojista
Iracema	Empreendedora/Vendedora
Joana D’Arc	Empreendedora
José	Vendedor informal/Microempresário
Kalil	Comerciante
Pedro	Camelô
Peter	Técnico de informática
Tia Clarice	Camelô

Fonte: Elaboração própria com base em dados da pesquisa (2022).

Portanto, nesta seção procurei abordar o conceito de “formas identitárias” de Claude Dubar, para que assim pudesse realizar as análises, em consonância aos dados obtidos durante a investigação sociológica. Na seção anterior, tratei sobre as trajetórias dos trabalhadores para entender de fato como as mesmas podem caracterizar e constituir suas identidades laborais. Por exemplo, o termo camelô carrega a representação do espaço social e físico (a rua), mas, ao mesmo tempo, por causa das representações presentes na sociedade, tornou-se uma “identidade herdada” na constituição das histórias de vida para algumas dessas pessoas. Em decorrência disso, e dos dados obtidos no campo de estudo, a “identidade-para-



outro” teorizada por Dubar emerge do reconhecimento feito pela sociedade, que ainda define quem trabalha no comércio popular como camelô, mesmo com todas as mudanças e transformações em suas atividades. Ao mesmo tempo, alguns desses atores sociais adquiriram outras identidades “socioprofissionais”, expressando que mudaram as suas condições de trabalho, tais como via o pagamento de impostos e de aluguel, diferentemente de quando exerciam seus ofícios nas ruas. Como consequência disso, algumas dessas pessoas sentem dificuldade em se reconhecerem em uma identificação profissional, e por isso recorrem a várias identificações (conforme resumido no Quadro 2).

Ainda tratando sobre os aspectos teóricos de Dubar que guardam relação com este estudo, o sociólogo francês predispõe dois eixos de identificação dos atores sociais. Assim: “o eixo ‘sincrônico, ligado a um contexto de ação e a uma definição de situação, em um espaço dado, culturalmente marcado” (DUBAR, 2005, p. XX). Neste caso como o Pop Center ainda remete ao termo camelô, alguns dos trabalhadores carregam consigo essa identificação. O “eixo diacrônico”, por sua vez, é ligado a uma trajetória subjetiva e a uma interpretação da história pessoal, socialmente construída” (DUBAR, 2005, p. XX). A partir disso, pode-se observar que a trajetória subjetiva remete a outras identificações, surgidas por meio da “identidade herdada” pelo termo camelô, e com isso cada trabalhador interpreta a sua história de vida de acordo com sua trajetória pessoal, mesmo fazendo parte desse espaço social. A própria conversão identitária pode sofrer ruptura, e assim cada indivíduo define e determina sua própria trajetória específica, podendo modificar sua identidade laboral. Na teoria sistematizada por Claude Dubar, é importante esclarecer alguns pontos sobre as identificações e de como o processo de socialização contribui para entender esse processo de identidade, conforme as palavras do autor:

As identificações: entre as definições “oficiais” atribuídas por outrem, e as identificações “subjetivas”, reivindicadas por si e submetidas ao reconhecimento de outrem, todas as combinações são possíveis em um dado contexto. A elucidação dessas formas de identificação socialmente pertinentes em uma esfera de ação determinada - o que denomino formas identitárias - constitui o objetivo da ‘abordagem sociológica das identidades’. Ela articula dois sentidos do termo ‘socialização’ e do termo ‘identidade’: a socialização ‘relacional’ dos atores em interação em um contexto de ação (as identidades para o ‘outro’) e a socialização ‘biográfica’ dos atores engajados em uma trajetória social (as identidades ‘para si’) (DUBAR, 2005, P. XX).

A partir da abordagem teórica de Claude Dubar, e com os cotejos elucidados pelos sujeitos sociais, reitero à pertinência da sua teoria para a sistematização dos dados empíricos, e para compreender como a realidade social em que vivem esses trabalhadores condicionou a construção de suas identidades, bem como as transformações laborais que acarretaram modificações identitárias. É possível perceber que esses atores sociais têm suas identificações “oficiais” pelo termo camelô, quando são reconhecidos socialmente, mas também possuem identificações “subjetivas”, ao se recusarem a identidade camelô, e passam a se identificar de outras maneiras, como apresentado no quadro 2. No cenário social em que sobrevivem esses trabalhadores, todas as identificações são possíveis de se denominar, sendo que os dados apresentados neste estudo demonstram que a importância da “identidade herdada” (camelô) a partir da qual esses indivíduos incorporaram outras identidades – conforme apresentado nesta seção. Para dar continuidade a essa pesquisa e na busca em complementar com dados já demonstrados até aqui, reitero na seção subsequente o prosseguimento de outras reflexões e temas pertinentes para que possamos entender a conjuntura desse ofício dos vendedores e vendedoras do Pop Center.

### **3.5. Solidariedade, gênero, fiscalização e motivação: algumas reflexões sociológicas a partir dos dados da pesquisa**

Nesta parte realizarei algumas reflexões sociológicas a partir de alguns dos dados obtidos no campo de estudo. As considerações serão realizadas da seguinte forma: primeiro objetivar-se-á enfatizar as redes de solidariedades sociais entre os trabalhadores durante a atividade no comércio popular, com base na teoria antropológica de Marcel Mauss, especialmente com base na obra *O ensaio sobre a dívida* (2003), onde o autor salienta a importância da reciprocidade (dar-receber-retribuir). A partir disso, se seguirá uma abordagem sobre a construção de gênero no trabalho informal, e a condição da mulher neste espaço social. Dando prosseguimento a essas reflexões, caberá ressaltar a importância de se abordar a questão da fiscalização do trabalho dessas pessoas, pois o Pop Center fica localizado em frente à Receita Federal. É importante ressaltar aqui a desvalorização simbólica das mercadorias e principalmente do labor no comércio popular. Por

último, tratarei sobre uma questão que não se pode deixar de abordar, isto é, o porquê de continuar trabalhando no comércio popular, apesar de tantas dificuldades, da intensidade das jornadas de trabalho e das crises econômicas.

Conforme mencionado, a abordagem começará pelas redes de solidariedade social entre os trabalhadores durante suas atividades no Pop Center. Para analisar essas redes recorro à contribuição teórica dos estudos antropológicos de Marcel Mauss. Em seus estudos sobre o conceito de dádiva entre as sociedades ditas arcaicas, o autor destacou a importância das relações sociais de então. Contudo, também pode se perceber a existência de redes de solidariedade nas ditas sociedades modernas, que estabelecem reciprocidades entre os indivíduos. Assim realizo a seguinte interpretação sociológica do objeto pesquisado: os atores sociais investigados nesta pesquisa têm uma espécie de rede de solidariedade social formada pelos colegas de banca. Nos relatos obtidos nas entrevistas, as pessoas mencionam que há uma parceria entre os colegas como, por exemplo, a indicação de uma banca vizinha quando não se tem uma mercadoria, o cuidado da banca de um colega quando ele precisa sair (especialmente, dos que trabalham sozinhos), ou o empréstimo de uma mercadoria para outra banca, para que o colega possa realizar a venda.

Uma outra questão que também é muito comum – e que foi constatada durante a observação participante – é a de emprestar a máquina de cartão para o colega. Quando o cliente realiza o pagamento apenas com cartão, os vizinhos de banca acabam se ajudando entre si para que o colega não perca a venda. Apesar da concorrência entre os trabalhadores, os mesmos desenvolveram uma forma solidária entre os vizinhos de banca, constituindo uma reciprocidade entre eles. Os relatos de “Alice” e “Bento” denotam essa forma de reciprocidade e parceria.

Não, é tranquilo, nos respeitamos. Um ajuda o outro quando precisa, indica uma banca, indica mercadoria que o pessoal pergunta. Às vezes a gente precisa de troco ou precisa que alguém repare para nós dar uma saída, né? Ir no banheiro. É tranquilo, meus colegas assim, são tranquilos. Às vezes tem alguma desavença entre, né, desacordos, né? Em relação ao Pop Center, que... Taxas ou abrir, diminuir o horário ou aumentar o horário, mas acaba depois todo mundo tranquilo trabalhando em harmonia. Eu indico, ah, às vezes até levo no local, a gente um se indica o outro (“ALICE”, 41 anos”).

Sim, sim, se é um produto que eu não trabalho e que não vai vim para mim, eu indico. Por causa que aqui todo mundo está para se ajudar, mas se é uma coisa que eu sei que tá chegando amanhã, eu falo para ele, tento segurar ele um dia: “Não, amanhã está aí, se o senhor quiser comparecer

amanhã, já deixar reservado, a gente já vai deixar reservado para o senhor já” (“BENTO”, 25 anos).

Ah, aqui somos bastantes amigos assim, bastante companheiro, um ajuda o outro, quando não tem a mercadoria, empresta ou vende mais barato que o outro, aqui a gente tá sempre se ajudando, a gente tem um espírito de união pra se ajudar. Às vezes não pra resolver os problemas daqui propriamente né? Mas quando a gente tem dificuldade à gente é bastante unido aqui. Ah, sim. Sempre, sempre... Quando um não tem uma mercadoria, sempre indica pro outro né? Sempre a gente tem esse laço de amizade aqui (“PEDRO”, 38 anos).

Sim. Sim, o pessoal se ajuda todos aqui se ajuda, a gente vive daqui de dentro. Às vezes eu não tenho, o colega tem. Então querendo ou não a gente acaba sempre ajudando uns aos outros (“GABRIEL”, 50 anos).

A partir desses relatos, denota-se uma afinidade com a teoria articulada por Mauss. Para o antropólogo francês, “(...) obrigação de dar, de um lado, obrigação de receber, de outro”. Esta é a solidariedade social que existe entre estes trabalhadores. Presume-se que o espaço físico e social, em que eles realizam seus ofícios, precisa ter uma reciprocidade, e também é uma forma de conviver e sobreviver no comércio popular. Mauss enfatiza que, em primeiro lugar, não são indivíduos, são coletividades que se obrigam mutuamente a essas trocas (MAUSS, 2003, p. 190). Na elucidação das redes de solidariedade social entre os trabalhadores, percebi que apesar dos desentendimentos ressaltados pelos sujeitos sociais sobre os problemas do shopping popular, há um espírito de coletividade por parte deles, principalmente durante o exercício de suas atividades que concerne em ser solidário com um colega de ofício, sendo que carregam consigo as mesmas dificuldades diárias nesse espaço – as quais são amenizadas pela solidariedade entre eles. Mas a dívida tem um fator preponderante que opera no funcionamento de suas atividades, pois só assim conseguem sobreviver e manter nessa ocupação.

Continuando a proposta inicial nesta seção, segue-se a abordagem sobre a construção de gênero no comércio popular. Percebe-se que há uma construção de gênero entre estes trabalhadores, principalmente por existirem mulheres vendendo produtos eletrônicos. É preciso destacar que existe uma diferenciação em relação à venda de produtos eletrônicos. Nas bancas em que se comercializam capas e películas de celulares só há mulheres trabalhando. Já nas bancas em que se faz a assistência técnica, existem apenas homens realizando esta atividade.

Durante as entrevistas, foi abordada a questão da construção de gênero na realização das funções laborais entre homens e mulheres. Nos relatos obtidos,

alguns trabalhadores relataram que não há uma diferenciação de gênero, argumentando que existem mulheres vendendo eletrônicos ou mesmo fazendo assistência técnica no Pop Center. Em decorrência destes relatos, procurei mulheres que desempenhassem essas tarefas, porém não encontrei nenhuma nessa situação. Em relação a isto, pude observar na entrevista de “Joana D’Arc” como foi difícil assumir a sua banca sozinha, depois que se separou do seu esposo, pois alguns clientes ainda o procuravam. Ela afirmou que teve que lutar e trabalhar bastante para adquirir seu espaço no comércio popular. Conforme a fala da entrevistada:

Olha! Trabalhar eletrônico, no início eu tive muito preconceito, tinha cliente que não queria ser atendido por mim, eles vinham: “cadê o Fulano”? Eu digo: fulano não tá, “mas eu quero Fulano”, mas, o fulano não vem? E na época que eu separei, eles queriam muito meu ex-marido, né? “Cadê o fulano”? Ah Fulano não tá, “ah mais quando é que ele vem”? Ele não vem, “ah, mas eu vou querer falar com ele”. E eu digo: “olha quer saber experimenta, me pergunta”, faz à pergunta, qual é a tua dúvida? “Aí a pessoa me perguntava”, eu dava uma lição sobre produto. Até porque eu lia sobre tudo, tudo... Para ficar tudo na ponta, não tem esse problema, né? Pra dizer só ele que saberia, mas eu sabia mexer em tudo, tudo, tudo... Pra eu poder entrar no mercado e com tempo, os clientes acabaram me conhecendo, vendo que sabia e teve uma época, que eu virei um ícone porque é... Chama a Joana D’Arc, manda pra Joana D’Arc, tudo a Joana D’Arc sabe? Até que me cansou um pouco minha cabeça. Mas houve sim, e era um horror e ninguém queria comprar comigo no início. Eu tive que lutar muito pra ganhar meu espaço, o meu lugarzinho, mas ganhei. Não, não com minha identidade como mulher, é até esquecida, aqui no meu trabalho, e digamos que eu não tenho nem sexo. Que não importa entendesse? Falo de igual pra igual, e, na verdade e que minha estética eu sempre... Sou feminina, que eu sou mulher né? Mas o meu modo de falar o meu tom, eu tento ser o mais objetiva, afirmativa ou mais assim que o dom da palavra na hora de me comunicar entendesse? Eu não sei a palavra certa para te dizer, mas eu sempre me imponho e, se eu ficar muito mimimi.... Já não vende entendesse? Eu tenho que me impor como um homem se impõe, e eu aperto mão de homem e se tiver que apertar de mulher também. Agora não por causa da pandemia, mas eu sempre fui: “oi como é que tá”? Aí já chego apertando a mão mesmo. Eu acho isso até meio masculino entendesse? Mas aqui tem que ser assim, tem que ter uma pegada, tem que ser tu que comanda o troço entendesse? Então, isso eu acho que é meio masculino, mas eu tive que fazer isso, me impor pra poder vender (“JOANA D’ARC”, 45 anos).

No excerto elucidado por “Joana D’Arc” é importante destacar como a construção de gênero é proposta nesse ofício. A entrevistada foi deslegitimada ao iniciar nas vendas de eletrônicos – primeiramente pelo fato dos clientes duvidarem da sua capacidade intelectual enquanto mulher, em conhecer ou mesmo saber explicar sobre determinado produto tecnológico. Apesar de ter sofrido para ganhar seu espaço, “Joana D’Arc”, afirma “não ter sexo”, ao ter que cumprimentar e apertar

a mão com mais firmeza dos clientes, a mesma diz não se importar em ter que se caracterizar com uma atribuição dita e pelos homens. Desde a pesquisa de Silva (2015), esses papéis sociais atrelados ao homem e mulher no camelô, foram constatados, quando alguns proprietários de banca preferiam contratar mulheres para vender especialmente capas e películas de celulares, por serem consideradas mais delicadas. Já para executarem vendas de determinados produtos que exigem um raciocínio lógico sempre o homem é requisitado e legitimado nessa atividade. Na sociedade esta construção de gênero sempre se dá pelo fato das mulheres serem mantidas para realização de trabalhos manuais e homens a ocupações técnicas, de fato como ocorre no shopping popular. Pode-se afirmar que, mesmo existindo mulheres nesse ofício, e vendendo produtos de eletrônicos, há uma duradora concepção de gênero prevalecente nessa atividade.

Com base nessa concepção relacionada à construção de gênero no comércio, notam-se as dificuldades das mulheres, principalmente quando engravidam, por se tratar de um comércio popular, onde não se tem carteira de trabalho assinada e, portanto, não se possui o direito de licença maternidade. No caso de “Joana D’Arc”, na sua segunda gestação, ela obteve o salário maternidade, porque paga contador e também por ter um registro de Microempreendedor Individual (MEI). Assim, ela obteve este salário maternidade e conseguiu se afastar do ofício, mas só conseguiu este feito por ter alguém de confiança para poder assumir a sua banca, no caso, a sua filha “Capitu”. Porém, nem todas as mulheres têm essa oportunidade. Existem mulheres que ficam com seus filhos enquanto trabalham no comércio popular, por não ter ninguém com quem deixá-los e, principalmente, por não ter outra renda para se manter durante o período de puerpério.

Dando sequência a proposta inicial desta seção, passo a abordar as questões em relação à fiscalização. Cumpre ressaltar que o Pop Center está localizado em frente ao prédio da Receita Federal. Surge então a questão de como é a relação entre os trabalhadores e esta instituição. Percebe-se pelos relatos que há uma flexibilização por parte da Receita Federal. Eles argumentam que foram realocados para este espaço em uma parceria público-privado, e geralmente quem fiscaliza é a prefeitura. Por sua vez, as fiscalizações da Receita Federal ocorrem nas estradas durante as viagens, nas quais são transportadas as mercadorias que serão

comercializadas no Pop Center. A seguir, abordo os relatos dos atores sociais para entender a sua relação com a Receita Federal neste estudo.

Olha, assim o que acontece, eu acho que é uma coisa que não é legal né? Porque eles são os nossos maiores fiscalizadores né? E a gente recebe fiscalização deles né? E as pessoas, a população também entende que é uma afronta pra Receita Federal né? Mas os camelôs, os trabalhadores, ninguém pediu pra vim pra esse local aqui. A gente foi colocado aqui pela prefeitura, à gente trabalhava no centro né? A gente trabalhava na volta do Mercado, aí o governo, que foi o governo do Anselmo nos colocou nesse local aqui, e aqui a gente tem que vir, então não foi uma coisa, ah... Os camelôs foram pra lá né? O governo que nos colocou aqui. Então a gente não tem o que fazer, é o nosso local de trabalho aqui e o local de trabalho dele entendesse? Um respeita o outro, entendeu? Acho que tem que haver respeito ("PEDRO", 38 anos).

Olha, a gente trabalha sempre com aperto, né? Não, por causa que a gente nunca sabe o dia que eles vão vir, né? Eles podem vir a qualquer momento, mas a gente assim, não tem muita preocupação por causa que... acredito que eles tenham coisas para estarem se preocupando, coisas mais graves. Claro, que eles têm que vir aqui, uma vez no ano (...) eles vão ter que fazer o serviço deles por causa que às vezes é muita pressão em cima deles. Mas, para nós assim, é tranquilo, só é... só quando rola os boatos que a gente fica na pressão porque a gente não sabe o que eles vão fazer, né? Assim, quando vem a Polícia Civil também, estaciona um monte de viatura aí, a gente não sabe o que eles querem. Não sabe se é em cima de eletrônico, em cima de celular que apareceu roubado aí dentro por causa que os camelôs tinham uma fama muito o pessoal dar em cima disso aí: "Ah, roubaram o meu celular" "pode ir lá nos camelôs que tu vai achar lá". Hoje, não é assim, o pessoal ainda tem esse pensamento, mas hoje o pessoal não está mais é... Como é que eu vou te explicar? O pessoal não está pegando mais celular já por causa que quem pegava, já se incomodou bastante. Então, ele já está analisando melhor essa situação, ele está pensando que é melhor ele perder cem, duzentos reais que ele ganhava, mas não se incomodar. Porque ele ganhava duzentos reais e gastava mil reais de advogado, eles não pensavam dessa forma, eles achavam que nunca ia dar nada... É aquilo, né? Eles acham que vão fazer isso aqui hoje e amanhã não vai dar nada. Não, sempre vai vir uma consequência depois, mas hoje os camelôs mudaram muito essa visão tanto que nas apreensões, nas últimas apreensões que tiveram, na minha faculdade até foi falado sobre isso, que eu faço faculdade de segurança. Na minha faculdade foi falado isso aí e eu contestei até o professor na hora por causa que o meu professor ele é da Brigada, na verdade, quase todos os meus professores são da Brigada e ele falou: "Ah, teve uma operação nos camelôs, foi apreendido mais de mil celulares" e quando ele falou isso na sala de aula, eu até questionei ele por causa que eu falei: "Professor, se foram mil celulares, mas quantos celulares de clientes ali, mas quantos são roubados?", se pegou três ou quatro telefones que eram roubados, foi muito e outra não tem como a gente saber porque eu trabalho com conserto, não tem como eu saber o celular do cliente que ele deixou aqui para trocar a tela dele, se o celular dele é roubado ou não é. Se caiu na minha banca e a Civil pegou, infelizmente deu a infelicidade, mas nós comprar telefone, a gente não compra. A gente pode fazer o conserto, mas não tem como eu ficar exigindo de todos os clientes que ele me traga a nota até porque tem clientes aqui que tem celular há dez anos, o mesmo telefone e não deve nem mais existir o ofício da nota, entendeu? Então, não tem... acho que era mais isso aí ("BENTO", 25 anos).

A gente nunca teve problema em relação a esse daí, mesmo porque não é nós que somos vizinho deles, eles que são nossos vizinhos, [brincando...] Porque, nós que chegamos primeiro aqui, mas é bem tranquilo, é bem tranquilo. Porque como eu falei lá atrás também em seguida que a gente... Que foi construído foi feito bem antes do Pop Center aqui. Quando era o camelódromo mesmo ele, teve bastante gente que se enquadrou aqui como pequena empresa também entendeu? Então há um tempo atrás também, já ficou meio inviável, a mercadoria que vinha do Paraguai, que era uma mercadoria mais ilícita, mais ilegal, e a gente arrumou outros meios também entende? Hoje em dia a maior parte da mercadoria que a gente trabalha aqui é nacional, a mercadoria, vestuário, coisa assim, que vem de São Paulo. Então a gente consegue nota fiscal, e bem tranquilo, a gente não tem problema com nossos vizinhos não, aqui na frente (“JOSE”, 50 anos).

Olha, essa relação é muito tranquila. Eu acredito que por ser um centro de empresários de poder aquisitivo alto, é com sócios de poder aquisitivo alto na cidade, “eu acho que eles devem ter alguma parceira ali”, porque é muito difícil é a Receita Federal tá ali dentro. Mas a Receita Federal perturba fora, na estrada né? Mas ali dentro do pop, necessariamente não, temos muitos problemas não (“JOANA D’ARC”, 45 anos).

Ah, diversas né? Já perdi muita mercadoria né? Já perdi em estrada, já perdi aqui. Teve uma vez que a gente foi para o Paraguai, à gente foi de ônibus, e nos tiraram todo do ônibus né? A gente teve que ir até na receita, e na receita a gente recebeu a notícia que o ônibus todo ia ficar né? Que só tinha que tirar nossas roupas né? E aí nessa ocasião eu vinha trazendo um presente pra minha filha, e aí o agente não deixou nem eu trazer o presente pra minha filha, então foi uma coisa me marcou bastante né? Eu vinha trazendo uma alguma coisa pessoal pra mim e umas coisas pessoais pra minha esposa e pra minha filha, e ele nem me poupou nem o presente que eu ia trazendo pra uma criança, entendeu? Me deu uma cota zero, e quando eu... Nessa época eu tava indo com muito pouco dinheiro, então não guardava muito dinheiro para despesa né? Então eu vim do Paraguai até aqui só com uma bolachinha recheada e um suco, só foi só que eu me alimentei de lá para cá, sem nada, e a gente não tinha como vir porque o ônibus ficou preso e teve que alugar uma van para poder se deslocar até aqui, e aí imagina do Paraguai até aqui com uma Van e vinha sentado no corredor da van, aí para mim foi uma coisa bem, bem, bem... Seria assim sabe, mas teve outras várias que sofri aqui... No Pop Center também de perder mercadoria no Paraguai, em São Paulo, e uma coisa bem triste que acontece com a gente, que sempre nos deixa muito aborrecido, mas nem por isso nos deixa com a cabeça baixa, que a gente não possa trabalhar nem sempre levanta a cabeça e volta de novo a trabalhar né? Superando sempre (“PEDRO”, 38 anos).

Acho que é tranquilo, é como eu te falei, entendeu? Hoje já se tem empresa hoje e se gera emprego. Hoje se tem nota de vários produtos, hoje tem o contador tem... Então já não tem mais essa coisa tanto assim de bah! “Olha a gente sonega”, sabe que tem muita, a gente tem um pouco de mercadoria realmente tem, entendeu? Mas tem muita mercadoria com nota. Hoje às vezes já é mais vantajoso tu comprar com nota hoje, entendesse? Porque tu vai parcelar em várias vezes né? E vai conseguir vender para o cliente, e tua garantia é maior, então te ajuda mais... Entendeu? Mas é uma situação tranquila, tranquila com a receita é tranquila. Não, porque existe um detalhe, hoje existe um sistema chamado RTU, que as pessoas não conhecem, não sabe o que significa hoje tu compra no Paraguai com nota, tu paga 32% de imposto lá no Paraguai e traz os teus eletrônicos, tu traz com nota hoje. Nós estamos cadastrados no RTU aqui, alguns estão cadastrados, entendeu? Então é que as pessoas não têm conhecimento



que são coisas que não vai muito para frente, porque não a interesse que vai para frente, não é interesse em ter conhecimento, porque que deveria em ajudar em cima desse sistema não tem muito interesse que isso ande, ande para frente entendeu? Que melhore a situação, mas é um sistema novo muito bom o... Bom que o governo proporcionou que a receita proporcionou ajuda bastante (“GABRIEL”, 50 anos).

A partir desses relatos percebe-se que, apesar da Receita Federal ser um dos fiscalizadores, há um consenso de predominar uma relação de flexibilidade. Os excertos enfatizados de “Pedro”, “Bento”, “José”, “Joana D’Arc” e de “Gabriel”, demonstram que devido uma concessão de uma parceria público-privado, esses trabalhadores foram inseridos nesse espaço. E que mesmo sendo em frente à Receita Federal, é possível ter uma relação de respeito entre as partes. Dada essa relação, esses sujeitos sociais têm a consciência de não comprar celulares para revender, como relata “Bento” – eles já tiveram grandes problemas com esse tipo de venda, e por isso hoje não executam mais isso nas suas bancas. No relato de “José”, a mudança para esse espaço do Pop Center foi uma forma de legalizar as mercadorias, principalmente pela sua localização. Para “Joana D’Arc” essa flexibilidade se tornou possível devido a localização estratégica, por ser próximo aos centros comerciais e ter executivos com alto poder aquisitivo. Entretanto, nas estradas, a realidade é totalmente inversa; lá é onde ocorrem maiores fiscalizações pela Polícia Federal. Assim, as maiores preocupações destes atores sociais em relação à fiscalização são nas estradas, como no relato de “Pedro”. O entrevistado relata que infelizmente, devido ao ofício de ser camelô, perdas de mercadorias podem ocorrer nas estradas. Alguns desses trabalhadores desenvolvem estratégias particulares nas compras de mercadorias, como no relato de “Gabriel”, pois alguns fornecedores vendem com notas fiscais, e com isso pode ser ter o recolhimento de impostos, por meio do cadastro do RTU (Regime de Tributação Unificada). Assim, eles podem ter uma tranquilidade para comercializar suas mercadorias no comércio popular.

Em decorrência disso, cabe abordar agora a desvalorização simbólica e o preconceito contra trabalhadores do comércio popular. Apesar das mudanças ocorridas com a categoria laboral de se ter um espaço físico e social, com bancas ofertando cartões de visita, ou mesmo tendo uniformes personalizados com o nome do box, como se vê em algumas lojas dentro do Pop Center, mesmo assim ainda existe um considerável preconceito e desvalorização simbólica, pois como afirmam as pessoas

entrevistadas à sociedade ainda remete a estereótipos e desvaloriza seu trabalho. Como elemento de demonstração destas afirmações, apresento os seguintes relatos.

Ah, o que eles pensam? Ah, é que a gente trabalha de uma maneira errada, que a gente só trabalha com coisa falsificada, o que não é verdade, que nós não pagamos impostos, o que também não é verdade porque a grande maioria tem empresa. Pode trabalhar com alguma coisa vinda do Paraguai, São Paulo, sei lá, sem ter nota porque eles não nos fornecem nota, mas boa parte das coisas a gente tem nota, mas o pessoal não quer saber. Eles gostam de ficar nos comparando com as lojas do centro sendo que a gente vende as mesmas coisas, a gente dá até mais garantia, a gente auxilia muito mais porque, assim, ah, eu dou três meses de garantia em um produto e a loja dá um ano, mas se tu for ali uma semana depois na loja, ele não vão te ajudar. A gente ajuda depois de dois anos que comprou o produto, a gente está te ajudando ainda. Então, assim, o pessoal é muito preconceituoso, eles nem se permitem conhecer o lugar, nem a loja, a banca, muito menos o produto. Tem muito preconceito, muita desvalorização, a gente não tem valor nenhum, né? Quando tu vai atender uma pessoa que tem muito mais condições do que tu, é, eles te tratam como se tu fosse assim, a pior pessoa do mundo, como se tu fosse um lixo, como se tua obrigação – não que não seja, né? Mas, por exemplo, tua obrigação fosse fazer tudo que eles querem e aceitar qualquer desaforo, qualquer comentário inútil, qualquer coisa. Tu é obrigada a sorrir e a pessoa tá te apedrejando. Já! Já sofri, já sofri até pelo fato de que eu não tenho faculdade, eu só fiz ensino médio, as pessoas acham que eu sou menos do que todo mundo, como se fosse inferior, como se eu fosse a menos inteligente, como se eu fosse à preguiçosa sendo que ali tu tem um trabalho escravo, mas eles acham que eu estou ali porque eu não estudar, porque eu não quero trabalhar de verdade. Como se ali não fosse um trabalho de verdade. Já, já sofri bastante! (“CAPITU, 24 anos”).

É, a gente é bastante desvalorizado, né? A gente sofre bastante preconceito, ah pelas pessoas. Eu... Já sempre, sempre sofri preconceito pela parte da população, parte de amigos assim, entendeu? Que sempre as pessoas perguntam: “onde é que trabalha”? “Quer que tu faz”? Ah eu sou camelô, as pessoas já têm olha com outros olhos, sabe, tem um olhar marginalizado, namoradas também, sabe? Comecei a ter relacionamentos com namoradas, aí já te perguntava: “onde é que tu trabalha”? Ah, trabalho no Pop Center e já te olha com outros olhos. O cliente quando vem, nos comprar aqui, ele já... Também ele mesmo comprando de nós, ele tem preconceito, sabe? Ele sempre fica sempre assim... “Ah, essa mercadoria é boa”? “Essa mercadoria não é”? “Tu vai me dar garantia”? Sempre pergunta a respeito da garantia, se tem garantia? Sem não tem garantia, sabe? Até o próprio tratamento que o cliente nos dá, não é um tratamento com respeito, sabe né? Ele já vem já, com o ar mais de agressividade assim sabe? Já não te respeitando. Teve várias vezes que eu me desentendi com o cliente, por que o cliente achava que eu sou camelô, tem que ser desrespeitado, que não mereço o mesmo respeito, se ele for numa loja sabe. Não que eu não vá resolver o problema dele, mas ele já, ele já... Não trata a gente com o mesmo respeito, entendeu (“PEDRO”, 38 anos).

A partir da elucidação dos relatos de “Capitu” e “Pedro”, denota-se como ainda ocorre o preconceito por parte da sociedade com relação ao exercício desse ofício, principalmente por ser uma atividade que não requer uma formação

profissional. A entrevistada “Capitu” enfatiza que sofre prejulgamento por não ter uma profissão reconhecida socialmente ligada a um *status* profissional, além de afirmar que por não ter feito uma faculdade as pessoas a deslegitimam na sua atividade com falta de respeito. Para ela a sua atividade no comércio popular ocorre como em qualquer trabalho formal, fornecendo nota fiscal e garantia das mercadorias, como em qualquer outra loja formal. A entrevistada enfatiza que o seu ofício é um trabalho de verdade, apesar das pessoas não o considerarem dessa forma. Enfim, o entrevistado “Pedro” afirma ter sofrido preconceito durante toda a sua trajetória no comércio popular, desde amigos a namoradas. Para ele a sua atividade está exposta e sofre pelo desrespeito generalizado por parte da sociedade.

Em consonância com os relatos feitos pelas pessoas entrevistadas passo a questionar porque continuam exercendo suas atividades no comércio popular, apesar de tantas dificuldades econômicas, das fiscalizações, da desvalorização simbólica e pelos obstáculos decorrentes da crise sanitária em virtude da pandemia de Covid-19. Essa questão não foi abordada durante a gravação das entrevistas, porém em conversas informais com algumas pessoas, obtive relatos de porquê elas não mudam de ocupação. Algumas relataram que as suas trajetórias de trabalho foram propriamente apenas no comércio popular, como no caso de “Joana D’Arc”, “Pedro”, “José”, “Bento” e “Capitu”, entre outros (as) entrevistados (as) neste estudo. Em decorrência disso, não conseguem exercer outro ofício para o qual precisariam de outras experiências profissionais exigidas pelo mercado de trabalho.

Cabe ressaltar, como foi dito anteriormente, que alguns desses atores sociais foram socializados neste espaço social. O comércio popular foi à estrutura social que interiorizaram e adquiriram seus primeiros conhecimentos sobre como obter uma forma de sobrevivência à realidade em que estavam expostos. Como a própria entrevistada “Joana D’Arc” me relatou, o ofício no comércio foi determinante para sair da situação precária em que vivia, as suas conquistas financeiras e pessoais foram obtidas por meio dessa árdua jornada de trabalho – como a casa própria e o carro. Assim, a maioria dos trabalhadores afirmou e justificou esse mesmo propósito, por isso com o decorrer do tempo passaram a se firmar e a se estabelecer nessa atividade, sendo que grande parte das pessoas entrevistadas vieram do comércio de rua ou mesmo do antigo camelódromo, pois nessa época se vendiam mais e com

isso foram realizando seus objetivos pessoais, e por isso não conseguiram ir para outras ocupações profissionais ofertadas pelo mercado de trabalho.

Dois fatores adicionais seriam determinantes para essa avaliação: a extensa carga de trabalho, que inviabilizaria o tempo para estudar ou mesmo realizar cursos após o expediente de seus ofícios; e a idade. Nas entrevistas da “Tia Clarice”, “José” e “Joana D’Arc”, os mesmos afirmam que a faixa etária deles não permitiria ter condições de exercer outras atividades fora do comércio popular. Já “Capitu”, relatou que tentou buscar outra ocupação, mas não obteve sucesso, devido não ter outras experiências profissionais, e com isso foi se estabelecendo no comércio popular. Estes fatores seriam determinantes para esses atores sociais. Em conformidade com estas afirmações, a última seção deste capítulo é composta pelos relatos dos trabalhadores sobre as suas perspectivas laborais e o futuro no comércio popular.

### **3.6. As perspectivas e o futuro no comércio popular**

As perspectivas e o futuro no comércio popular tornam-se temas necessários a serem abordados, devido principalmente às crises socioeconômicas e ao cenário epidemiológico atual. O comércio foi um dos setores mais afetados pela pandemia em âmbito mundial. Por isso, é importante ressaltar as expectativas e as aceções dos trabalhadores estudados em relação ao futuro no comércio popular, isto é, se irão ou não continuar exercendo seus ofícios.

O trabalho é uma atividade de bens e serviços produzidos pela população, e essa atividade torna-se necessária para satisfazer as nossas necessidades individuais e coletivas. Para Holzmann (2014, p. 148), a inserção no mundo do trabalho permanece um fator de integração social, que assegura a reconhecer-se cada um como parte fundamental, construindo-se identidades apoiadas em laços sociais. No decorrer deste estudo enfatizei a importância e a participação dos atores sociais no mercado de trabalho informal, afirmando seus processos de socialização, suas trajetórias laborais e a construção de suas identidades “socioprofissionais”. A partir das observações obtidas e com a realização das entrevistas, inferi as suas perspectivas e anseios em melhorar as suas condições de trabalho no comércio popular. Conforme afirma Jessé de Souza

a capacidade de planejar a vida e de pensar o futuro como mais importante que o presente é privilégio das classes em que o aguilhão da necessidade de sobrevivência não as vincula à prisão do presente sempre atualizado. A 'ralé' é refém do 'presente eterno', do incerto pão de cada dia e dos problemas que não podem ser adiados (SOUZA, 2012, p. 52).

Com base nessas análises sociológicas, no Brasil, a respeito da importância e efetividade do trabalho nas vidas dos indivíduos, se reproduzem as falas dos (as) entrevistados (as) em relação a suas expectativas e ao futuro no comércio popular, aprofundando na questão da permanência no ofício; pois estes trabalhadores almejam dias melhores em relação à situação econômica, para a qual um dos maiores empecilhos é o alto valor do aluguel no espaço físico do Pop Center. Mas, para objetivar a proposta inicial, são abordados os quinze relatos destes atores sociais.

Isso. Na verdade, eu pretendo não sair do local onde eu tô...E sim abrir um negócio fora, talvez até na área de elétrica, porque uma área que dá bastante dinheiro de manutenção e montar uma equipe para trabalhar com manutenção elétrica fora daqui, mas permanecer onde eu tô... ("FERNANDO", 24 anos).

Não sei ainda o que eu vou fazer, só sei que eu quero ir embora daqui ("CECILIA", 45 anos).

E, eu espero assim ter uma loja assim conhecida né? Que todo mundo... Referência tipo todo mundo chegar vim nos camelôs, e saber não, vai lá na... Que é uma loja que eles têm todo o atendimento é bom, até dos próprios colegas né? Considerar nós, já acontece muito isso, mas poderia acontecer mais né? Nós estamos trabalhando para isso, acho que é essa nossa expectativa ("ASSIS", 34 anos).

Ah, as expectativas são sempre as melhores, entendeu? E a gente almeja sempre melhorar, sempre crescer, crescer todos os dias, evoluir e ir pra frente, é assim que o ser humano tem que viver, é assim que o ser humano tem que pensar ("GABRIEL", 50 anos).

Minha expectativa, é que eu vou continuar no Pop com certeza, eu vou continuar vendendo eletrônico sim. Eu quero cada vez melhorar o atendimento, o nível de mercadoria, cada vez agradar mais o cliente. Eu torço que a moeda valorize pra a gente poder comprar melhor, vender melhor, porque não tem como tu vender muito bem quando os produtos são muito caros né? Espero que tudo melhore nesse sentido, e a minha expectativa é que a minha lojinha no Pop cada vez venda mais, vou me esforçar, sempre mais. Que essa lojinha aqui que eu abri com um chute da pandemia né? Pandemia que me deu um chute na bunda e eu tive que correr atrás de um espaço para trabalhar, porque sempre colocada lá dentro daquele camelô, né? Eu tive que sair à caça de uma porta. E eu achei uma portinha, então se não for aqui... Na expectativa é em outro lugar melhor, ter duas rendas agora né? Eu sei que tá caminhando devagar, vamos falar cada dia mais bonito, é melhor, mais cliente, e a lojinha engatinhando crescendo para que seja uma renda, que me sustente, sustente um funcionário e sustente o aluguel ("JOANA D'ARC", 45 anos).

Minha expectativa são sempre melhorar, sempre adquirir mais, né? É terminar, ajudar minha filha agora, a minha filha com esse negócio da pandemia a faculdade tá fechada, no caso ela se formaria este ano né? Minha expectativa são sempre as melhores (“IRACEMA”, 50 anos).

A minha expectativa é sempre conseguir... Quer que eu almejo sempre conseguir manter a minha lojinha aí, como meu sustento, minha fonte de renda que eu levo pra casa todos os dias, essa é minha expectativa e o que almejo também. E nosso trabalho aqui continuar também, graças a Deus assim, é prevalecendo assim sempre tem uma clientela, sempre tem a satisfação de vir aqui e nós procurar e tal. Também porque assim como eu também, somos 500 famílias diretas e indiretas com funcionários também tem aqui dentro que trabalha com nós aqui, são muita gente que eu levo o sustento de cada dia daqui de dentro desse local aqui entendeu? Um local de trabalho, um ambiente de trabalho também, uma empresa como qualquer outra aí, fora aí, que a gente vê, muita gente depende daqui desse local aqui. A maioria das pessoas tão aqui depende daqui né? Entendeu? Senão não estaria aqui (“JOSÉ”, 50 anos).

Bom, minha expectativa é que... Sinceramente é sair daqui de dentro do Pop Center, eu... E o anseio, é uma vida melhor né? Trabalhar mais, receber, ganhar mais, usar o que eu aprendi aqui fora, esse é o que espero (“PETER”, 26 anos).

Olha, eu tenho expectativas que minhas coisas melhorem, porque esse ano foi um ano muito difícil em função da pandemia né? Não sei que 2021 seja um ano mais próspero assim... Por causa que a economia também do país comece a melhorar, porque tudo resulta na gente, né? Se a economia do país vai bem, as pessoas têm mais emprego, têm mais dinheiro e conseqüentemente vão vir pra comprar mais, né? Eu tenho... Eu tento criar essa expectativa de que o ano que vem vai ser um ano bem melhor, em relação a isso com um ano muito difícil, acredito que para todo mundo para todos os setores, não só para quem vive do Comércio (“ALEXANDRE”, 40 anos).

É, aqui, normalmente a gente fica esperando pro situações externas, né? Que mude a economia, que a economia volte a melhorar. Porque se a economia... Que a gente trabalha muito com a economia né? Com dólar né? Os fatores aqui são todos externos né? Se o dólar tá baixo, a gente consegue comprar a mercadoria com preço muito bom e vender com preço muito bom. Então as pessoas começam a comprar mais né? Se o dólar e a economia tiver alta, a gente não consegue um preço muito bom na mercadoria, e acaba vendendo a mercadoria mais cara, e consiste realmente... A gente não consegue vender muito, entendeu? Então aqui os fatores são muitos externos né? Muito... Praticamente a gente trabalha com a economia aqui né (“PEDRO”, 38 anos).

É, esse mês eu alcancei um sonho meu. Hoje eu tô realizando a pesquisa contigo, e à tarde vou realizar um sonho meu. Só não posso falar porque é uma coisa minha, mas é um sonho que eu luto por ele há quase cinco anos, e agora hoje vai se concretizar se Deus quiser, então pra mim é uma vitória (“TIA CLARICE”, 65 anos).

É expectativa é sempre poder tá melhorando né? Em si como pessoa, tá podendo ajudar a loja a melhorar também, né? A crescer que é uma questão, às vezes, que tu tem que ter com a loja ou funcionário, é... Tem funcionários que só vão para cumprir horário, né? Ele não pensa no crescimento da loja, não é: “Ah, eu estou enriquecendo o dono” não, não é que tu está enriquecendo o dono, tu tá enriquecendo a si mesmo também, né? Porque tu ajudando a loja a crescer, tu, a tendência é tu crescer

também: “Ah, mas o fulano de tal aumentou o salário” “Ah, por que?” “Porque de repente ele está se esforçando mais do que tu, tu não tá fazendo... o patrão não está vendo o teu esforço diariamente” Então, a gente procura sempre o melhor pra tá crescendo juntamente com a loja, né? (“BENTO”, 25 anos).

Olha, eu pra mim tá, olha, só Deus me dá realmente saúde pra continuar trabalhando, sustentar meus filhos, dar tudo para eles. Amanhã, se Deus quiser, eu consigo dar faculdade pra eles. Então, isso aí é sonho meu, tá, realmente pensamento para o futuro. Eu já estou com sessenta e poucos anos, já tranquilo, sabe? Graças a Deus, eu estou tranquilo (“KALIL”, 62 anos).

Ah, eu gostaria muito de abrir o meu próprio negócio ou ajudar a minha mãe a crescer muito mais no negócio dela, mas é que tá muito complicado. Eu já pensei em talvez a gente mudar de ramo, vender outra coisa, trabalhar com outras coisas, mas hoje em dia é tudo tão difícil. Assim, parece que não tem movimento para nada porque se tu analisar ali dentro do Pop Center, é, é muita concorrência, né? Todo mundo vendendo as mesmas coisas, mas é variado. Já pensei em trabalhar com roupa, mas roupa é complicado. Porque muda a moda e a pessoa não quer mais aquilo. Já pensei em trabalhar com comida, mas eu não sei fazer muita comida, não, teria que contratar alguém, um cozinheiro, alguma coisa. Então assim, tipo assim, tudo muito difícil, não sei a gente vai ter muito futuro trabalhando com eletrônico, mas eu vou trabalhar com qualquer outra coisa? O que? Não sei. E eu tenho expectativa de que a gente cresça tanto profissionalmente como pessoa, mas está tudo tão difícil, que eu já nem sei se eu já não estou desmotivada, sei lá, já estou chateada com alguma coisa, não sei. Não tenho mais motivação para nada, eu não sei (“CAPITU”, 24 anos).

É, é que agora com essa pandemia fica tudo difícil de falar futuramente, né? A gente pensa assim, um dia após o outro, né? Porque nós estamos hoje aqui trabalhando, eu não sei como vai ser semana que vem, depois das eleições, né? Mas, eu me vejo, eu me sinto, como é que eu vou te dizer? Eu acredito né? Que vai melhorar, eu acho que vai melhorar depois que passar toda essa, né, essa pandemia, vai melhorar, eu acho que tem tudo para melhorar. Eu acredito nisso, né? É isso que eu penso todos os dias, que vai melhorar, todos os dias eu penso que vai melhorar (“ALICE”, 41 anos).

Sobre os relatos dos quinze trabalhadores e trabalhadoras, sobre continuar ou não nessa atividade, começo com o relato do “Fernando”. Esse entrevistado possui pouco tempo nesse ofício, e apesar desse curto espaço em exercer esse ofício, o mesmo diz que quer continuar nessa ocupação, mas com a possibilidade de expandir seus negócios. Já “Cecília”, diferentemente, não quer mais continuar nessa atividade. A entrevistada sempre relatava as dificuldades das vendas, e como o pagamento de impostos torna inviável a continuidade nesse espaço. Por isso, ela almeja buscar outro local para continuar no comércio popular. Para o entrevistado “Assis”, o seu maior desejo é o reconhecimento de sua loja, seja pelos clientes, ou

mesmo pelos seus colegas de ofício. O entrevistado diz querer continuar trabalhando no shopping popular. Apesar de todas as dificuldades, afirma que gosta do que faz, e que como não tem formação profissional, quer continuar a manter essa atividade. Já “Gabriel” sempre diz ter as melhores expectativas em relação ao seu ofício, ele quer permanecer nessa atividade. A entrevistada “Joana D’Arc” afirma também querer continuar exercendo sua atividade no shopping popular, expandindo seus negócios, melhorando no atendimento e principalmente na mercadoria. Para a “Iracema”, a oportunidade de trabalhar no comércio popular foi a sua melhor chance de trabalho, pois através disso conseguiu pagar a faculdade para seus filhos. A mesma afirma que apesar de todas as dificuldades no período de fechamento do Pop Center, por causa da pandemia, quer continuar, já que devido à idade não seria viável tentar procurar outra ocupação. Para “José”, o seu trabalho no shopping popular tem melhores perspectivas – sendo essa atividade uma fonte de sustento para outras famílias que dependem da sua banca, por isso o mesmo almeja continuar nessa ocupação. Já “Peter” não quer continuar nesse ofício; mesmo trabalhando em duas bancas, ele estuda, e com isso almeja terminar a sua faculdade de Ciências Contábeis para seguir outra profissão. O entrevistado “Alexandre” diz que tem as melhores expectativas e acredita em melhorias para o comércio, e com isso pretende continuar nessa atividade. Para “Pedro”, o fator preponderante do comércio popular é a espera pela melhora da economia, só assim eles conseguem ter maiores rendimentos. Ele diz que pretende continuar mesmo mediante a todas essas dificuldades, já que realiza essa atividade desde criança, e com isso não saberia fazer ou mesmo exercer outro ofício. Para “Tia Clarice” o seu exercício no comércio popular vai continuar a prevalecer, pois devido a sua idade (tema já abordado nesse capítulo), não teria condições para procurar outra profissão, e por isso continuará no comércio popular. Já o “Bento” deseja expandir seus negócios, juntamente com seus funcionários. Apesar de estudar em um curso de técnico em segurança, ele diz gostar de trabalhar nesse ofício e por isso vai continuar ajudando o seu pai na administração da sua banca no shopping popular. No relato do “seu Kalil”, prevalece a vontade de querer continuar nessa atividade, principalmente para o sustento dos seus filhos, e assim poder pagar a faculdade deles. Já “Capitu”, mesmo desmotivada, pretende continuar no shopping popular, expandido seus negócios, ou quem sabe vender outro tipo de mercadoria mais



rentável, devido a concorrência nas vendas de eletrônicos. E por último enfatizo o relato de “Alice”, que diz esperar por dias melhores, como a melhora da economia para impulsionar as vendas e assim prosseguir nesse ofício. A entrevistada confidenciou também que gostaria de exercer outra atividade, como a de vigilante, por ter feito o curso, e com isso se tivesse a oportunidade de ir para esse trabalho sairia do comércio popular.

Nesta seção final, abordei e analisei as expectativas futuras destes atores sociais, em continuar ou não exercendo os seus ofícios no comércio popular. Nos relatos percebe-se que dos quinze trabalhadores, apenas treze pretendem expandir e manter suas atividades, apesar das dificuldades socioeconômicas. Já outros pretendem mudar de trabalho e exercer outra ocupação como no caso do “Peter”, que estuda e trabalha em duas bancas no Pop Center, para assim poder alcançar suas perspectivas em outra profissão. Há também o caso de “Cecília” que quer buscar outros caminhos ocupacionais, pois alega que a situação no Pop Center se tornou inviável pelo aumento do aluguel. Ela pretende alugar um local mais barato, mas pretende continuar no comércio.

Em conformidade aos relatos desses sujeitos sociais, mobilizo a análise do antropólogo Gilberto Velho para dar prosseguimento e continuidade a uma reflexão socioantropológicas. Nas ponderações deste autor, percebe-se como cada entrevistado (a) tem objetivamente um projeto, assim como a família da jovem Catarina (vide o segundo capítulo). É possível perceber dos relatos que, quando houve a transição do camelódromo para o shopping popular, esses trabalhadores tinham projetos e possibilidades de melhorarem suas condições laborais e progressivamente suas trajetórias sociais. O antropólogo reitera que “[...] os projetos, como as pessoas, mudam. Ou as pessoas mudam através de seus projetos. A transformação individual se dá ao longo do tempo e do contexto” (VELHO, 2003, p. 24). Compreendo, portanto que esses sujeitos sociais carregam consigo projetos individuais mesmo compartilhando todas as dificuldades desse espaço social.

Além disso, para Velho (2003), essas diferenças ocorrem especificamente pelas suas trajetórias, no caso familiar, principalmente por ser composta de geração no comércio popular, de gênero e faixa etária. No que concernem em suas trajetórias nesse ofício, percebi que mesmo tendo compartilhado e socializado nesse ambiente do comércio popular, e vivenciado a trajetória social herdada pela

identidade (camelô), esses trabalhadores sofreram uma descontinuidade nas suas trajetórias, devido aos processos sociais que vivenciaram nesse espaço físico e social, e principalmente por ter constituído novas gerações. Com isso alguns desses atores sociais incorporaram novas identidades. Apesar de serem afetados devido à situação socioeconômica, como é justificada por quase todos trabalhadores, eles (e elas) não desistem de suas atividades e almejam dias melhores para se reconstituírem nesse ofício – alguns desses trabalhadores têm projetos individuais, e por isso buscam outras possibilidades profissionais.

Esta última seção foi dedicada a analisar as perspectivas de atores sociais. Neste último capítulo, em seu conjunto, procurei realizar reflexões sociológicas por meio dos dados empíricos obtidos durante a realização das entrevistas e também da observação participante feita durante todo este trajeto de estudo com os trabalhadores e as trabalhadoras do Pop Center.

## Considerações finais

Esta dissertação teve como principal objetivo realizar reflexões sociológicas acerca do trabalho de vendedores e vendedoras que exercem seus ofícios no comércio popular (Pop Center), no município de Pelotas, Rio Grande do Sul. A pesquisa se propôs a mostrar como esses atores sociais construíram suas identidades mediante processos de socialização e trajetórias laborais, durante o exercício dos seus ofícios no comércio popular. Cumpre ressaltar que estes trabalhadores estão inseridos em um contexto de ocupações informais do trabalho atípico urbano. Nesse sentido, suas identidades foram construídas por representações subjetivas de si mesmo mediante o trabalho diário no Pop Center.

Este estudo expôs a transição que culminou no processo laboral da categoria estudada. No primeiro capítulo apresentei as mudanças ocorridas nos últimos anos, que permitem afirmar que esses trabalhadores foram inseridos em uma nova configuração do trabalho no Brasil. Durante a investigação sociológica percebi que eles expressavam sempre uma justificativa para as atividades que desenvolviam no comércio popular. Assim, relataram que se tratava de suas formas de sobrevivência diária, e que obtiveram suas conquistas pessoais mediante as extensas jornadas realizadas no Pop Center, mesmo vivenciando condições de trabalho difíceis e sem proteção ou direitos trabalhistas. Apesar das dificuldades relatadas, estes atores sociais gostam do ambiente de trabalho, por proporcionar a liberdade de trabalhar ouvindo música, assistindo vídeos, ou mesmo filmes. Eles destacam que têm a liberdade de conversar com colegas próximos as suas bancas, algo que muitas vezes não é possível fazer em uma ocupação formal, por existirem normas e regras associadas ao trabalho.

A pesquisa se baseou em uma sistematização dos dados obtidos no campo de estudo, que permitisse realizar uma reflexão acerca do objeto investigado, isto é, os trabalhadores do comércio popular. Em relação a isso, durante as conversas informais, as pessoas entrevistadas relatavam que mesmo o Pop Center tendo uma parceria público-privada, as suas condições laborais não melhoraram. Eles reclamavam do alto valor pago pelo aluguel, afirmando ser o metro quadrado mais caro da cidade, e que mesmo pagando um valor exorbitante, possuíam uma infraestrutura precária, com banheiros sem portas, sem ventilação adequada para

um ambiente de pouco espaço, sendo o verão a pior estação para se trabalhar nessas condições. Cumpre ressaltar que eles declararam perder muitos clientes por conta das condições inadequadas do local de trabalho.

Para a análise do material empírico recorri, primeiramente, à sociologia francesa de Claude Dubar, que foi o principal teórico para conduzir esta pesquisa. Seus conceitos sociológicos representaram um fator preponderante para operacionalizar o estudo com os trabalhadores. Contudo, em consonância com a teoria proposta pelo autor francês, aproveitei-me também das teorias de Berger e Luckmann, Norbert Elias, e dos antropólogos Gilberto Velho e Marcel Mauss, apresentadas no segundo e terceiro capítulo deste estudo. Neste sentido, recuperei a epistemologia de seus conceitos teóricos (socialização, trajetórias e formas identitárias) em contribuição a estes autores mencionados para levar adiante a investigação empírica, de acordo com a problemática proposta. Na metodologia estabelecida neste estudo recorreu-se a uma análise qualitativa com as entrevistas semiestruturadas, objetivando através das falas e relatos dos (as) entrevistados (as) a realização de uma perspectiva etnográfica, constituindo um estudo de caso que melhor se adaptasse a realidade social em que estão expostos estes sujeitos sociais.

Pode-se afirmar que as construções identitárias dos trabalhadores estudados ocorreram mediante ao processo de socialização e suas trajetórias laborais, principalmente, por meio das práticas e ações coletivas e individuais, durante suas jornadas no espaço social do comércio popular. Assim, a constituição de uma “identidade-para-si” e de uma “identidade-para-outro” se estabeleceu da seguinte forma: a “identidade-para-outro” foi constituída pelas representações sociais advindas das experiências anteriores relacionadas ao termo *camelô*, pois a sociedade ainda os reconhece assim, mesmo diante das transformações do trabalho que impactam nesta categoria. Neste sentido, o termo *camelô* não é outra coisa que uma representação social e simbólica do espaço do Pop Center. E a prova da presença dessa “identidade-para-outro” é que alguns trabalhadores ainda se identificam dessa forma. Ao mesmo tempo, pode-se dizer que *camelô* é uma trajetória social desenvolvida socialmente no decorrer do desempenho nos seus ofícios. A construção da “identidade-para-si” foi constituída por meio de suas trajetórias subjetivas, quando algumas dessas pessoas sentem dificuldades para se

identificarem, e por isso remetem a várias identificações visando à construção para si de novas identidades visadas como: microempreendedor, vendedora, autônoma, lojista, empreendedora, microempresário, comerciante. Por isso, é possível perceber que essas identidades emergem e dependem do contexto social ao qual estão expostos. Um exemplo disso foram os relatos feitos por “Joana D’Arc” e “Alice”, que alegaram realizar várias funções em suas jornadas de trabalho, e por isso ocorria esta dificuldade de ter apenas uma identidade laboral.

No estudo realizado por Goularte (2008), a autora relata que esses trabalhadores já tinham uma contradição ou mesmo dificuldade para se identificarem, desde a mudança para o antigo camelódromo, onde se tinha uma associação (ACAMPEL) e menos conflitos entre eles. Hoje se tem mais desentendimentos e às vezes sequer conseguem chegar a um consenso no conjunto da categoria laboral. Estas discordâncias ocorreram, aliás, muito depois da pandemia, quando houve o fechamento do espaço físico. Voltando à análise feita por Goularte, a autora afirma que naquela época já havia tal contradição. Segundo ela “[...] a contradição era latente ao representarem para si mesmos uma identidade (comerciante), mas se apresentarem perante os outros como camelô” (GOULARTE, 2008, p. 29).

Em acordo com a afirmação feita pela autora, recorro ao relato de “Bento”, que sempre associava sua identificação socioprofissional ao termo *camelô*, pois todos saberiam onde ele realizava seu ofício, ou mesmo pelo termo *camelô* remeter às suas trajetórias sociais e fazer parte de sua história de vida. Em conformidade com isso, pode-se afirmar que *camelô* é uma “identidade herdada”. A partir daí decorrem “estratégias identitárias”, correlacionadas com a redução das distâncias entre a “identidade-para-si” e a “identidade-para-outro”, quando os sujeitos sociais têm a necessidade de resguardar identificações anteriores (identidades herdadas), como a de camelô, e assim os constituir para si novas identidades no futuro como a de se identificar “vendedor nos camelôs”. Uma análise pormenorizada, baseando-se na teoria sociológica de Claude Dubar (2005), através dos relatos dos sujeitos sociais estudados revela que suas identidades foram construídas a cada geração com apoio na posição de identidade herdada (camelô). Mas, por meio das transformações dos seus ofícios e por passar a ter um espaço social conquistado e legitimado para exercerem suas atividades perante o Estado, foram adquirindo estratégias

identitárias para projetar um futuro na incorporação de “novas identidades”, obtendo um reconhecimento social perante a nossa sociedade.

Encerra-se aqui uma breve conclusão deste estudo desenvolvido na virada da segunda para a terceira década do século XXI, e cujo objetivo e intuito foram os de buscar na teoria sociológica algumas reflexões que permitissem compreender a trajetória de vida dos trabalhadores do comércio popular, juntamente com a realidade social e profissional dessa categoria. Espera-se que possam surgir novas reflexões acerca deste tema, para repensar as transformações laborais no panorama da sociologia do trabalho no Brasil, em um contexto econômico e social onde a informalidade tende a estar cada vez mais presente.

## Referências bibliográficas

ALBORNOZ, Suzana. **O que é trabalho**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.

ALVES, Maria Aparecida; TAVARES, Maria Augusta. A dupla face da informalidade do trabalho: “autonomia” ou precarização. *In*: ANTUNES, Ricardo (org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006. p. 425-444.

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 5 ed. São Paulo: Boitempo, 2001.

\_\_\_\_\_. Trabalho. *In*: CATTANI, Antonio David; HOLZMANN, Lorena (org.). **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: ZOUK, 2011. p. 433-437.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

BERTUAX, Daniel. **Narrativas de vida**: a pesquisa e seus métodos. Tradução Zuleide Alves Cardoso Cavalcante, Denise Maria Gurgel Lavallée. Natal: EDUFRN, 2010.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas nas Ciências Sociais. **Em tese**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80. jan./jul. 2005.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

\_\_\_\_\_. Algumas propriedades dos campos. *In*: \_\_\_\_\_. **Questões de sociologia**. Tradução Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fim do Século, 2003. p. 119-126.

\_\_\_\_\_. O habitus e o espaço dos estilos de vida. *In*: \_\_\_\_\_. **A distinção** - Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007. p. 162-211.

\_\_\_\_\_. Compreender. *In*: BOURDIEU, Pierre (org.). **A miséria do mundo**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 693-732.

CARDOSO, Adalberto. **A construção da sociedade do trabalho no Brasil**: uma investigação sobre a persistência secular das desigualdades. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

CAMEJO. **Inauguração!** Pop Center chega a Pelotas. 12 dez. 2012. Disponível em: <[https://www.camejo.com.br/index.php?option=com\\_acymailing&ctrl=archive&task=view&mailid=2891&key=63a71a0ed5b96876c301411d7c24500c&subid=-&tmpl=component](https://www.camejo.com.br/index.php?option=com_acymailing&ctrl=archive&task=view&mailid=2891&key=63a71a0ed5b96876c301411d7c24500c&subid=-&tmpl=component)>. Acesso em: 9 fev. 2021.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Tradução Viviane Ribeiro. Bauru: Universidade do Sagrado Coração (EDUSC), 1999.

DRUCK, Graça. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? **Caderno do CRH**, Salvador, v. 24, n. especial 1, p. 35-54, 2011.

DUBAR, Claude. Trajetórias sociais e formas identitárias: alguns esclarecimentos conceituais e metodológicos. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 19, n. 62, p. 13-30, 1998.

\_\_\_\_\_. **A socialização**: Construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

\_\_\_\_\_. **A crise das identidades**: A interpretação de uma mutação. Porto: Afrontamento, 2006.

DURÃES, Bruno José Rodrigues. “**Camelô de Tecnologia “ou “Camelô Global”**”: novas formas de expansão do capital na rua. 2011. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade de Campinas, Campinas, 2011.

ELIAS, Norbert. **A Sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FLICK. Uwe. Dados verbais. *In*: \_\_\_\_\_. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. p. 141-200.

GALEAZZI, Irene; HOLZMANN, Lorena. Precarização do trabalho. *In*: CATTANI, Antonio David; HOLZMANN, Lorena (org.). **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: ZOUK, 2011. p. 259- 265.

GOULARTE, Cláudia Cardoso. **Cotidiano, Identidade e memória**: narrativas de camelôs em Pelotas (RS). 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Instituto de Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2008.

HIRATA, Guilherme Issamu; MACHADO, Ana Flávia. Conceito de informalidade/formalidade e uma proposta de tipologia. **Boletim Mercado de Trabalho**, Brasília, n. 34, p. 23-29, nov. 2007.

HOLZMANN, Lorena. A dimensão do trabalho precário no Brasil no início do século XXI. *In*: PICCININI, Valmíria *et al.* (org.). **O mosaico do trabalho na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2006. p. 71-92.

HOLZMANN, Lorena. O futuro do trabalho: perspectivas para 2021. *In*: CATTANI, Antônio David. (org.). **Trabalho**: horizonte 2021. Porto Alegre: Escritos, 2014. p. 147-166.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pelotas. **IBGE Cidades**. 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/pelotas/panorama>>. Acesso em: 10 fev. 2022.



KAUFMANN, Jean Claude. **A entrevista compreensiva**: um guia para pesquisa de campo. Tradução Thiago de Abreu e Lima Florencio. Petrópolis: Vozes; Macéio. Edufal, 2013.

KOPPER, Moisés. Tempos de Transição: A reconfiguração dos mercados de rua e a implementação de um shopping popular em Porto Alegre/RS. **Norus**, Pelotas, v. 1, n. 1, jan./jun. 2013.

\_\_\_\_\_. De camelôs a lojistas: a transição do mercado de rua para um shopping em Porto Alegre. **Caderno CRH**, v. 28, n. 75, p. 591-605, set./dez, 2015.

KREIN, José Dari; PRONI, Marcelo Weishaupt. **Economia informal**: aspectos conceituais e teóricos. Brasília: Organização Internacional do Trabalho, 2010.

\_\_\_\_\_; SANTOS, Anselmo Luis dos; NUNES, Bartira Tardelli. Trabalho no governo Lula: avanços e contradições. **Revista ABET** [online], v. X, n. 2, p. 30-55, jul./dez. 2011.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Tradução Heloisa Monteiro; Francisco Settineri. Porto Alegre, Artmed; Belo Horizonte. Ed. UFMG, 1999.

LEIBANTE, Thiago. Algumas considerações sobre o trabalho informal no capitalismo contemporâneo. *In*: Simpósio Lutas Sociais na América Latina, 3., 2008, Londrina. **Anais...** Londrina: UEL, 2008a. p. 1-8.

\_\_\_\_\_. Trabalho Informal e Acumulação Capitalista: autonomia ou Precarização? *In*: Seminário do Trabalho, 6., 2008, Marília-SP. **Anais...** Marília-SP: Unesp, 2008b. p. 1-11.

LEITE, Marcia de Paula. **Trabalho e sociedade em transformação**: mudanças produtivas e atores sociais. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 2003.

MACHADO DA SILVA, Luiz Antonio. Da informalidade à empregabilidade: reorganizando a denominação do mundo do trabalho. **Caderno CRH**, n. 37, p. 81-109, jul./dez. 2002.

MATSUO, Myrian. **Trabalho informal e desemprego**: desigualdades sociais. 2009. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2009.

MATTOSO, Jorge. **O Brasil desempregado**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Cosacnaify, 2003.

NEVES, Magda de Almeida. Dinâmicas de trabalho na cidade: informalidade e autogestão. *In*: LEITE, Márcia de Paula; ARAÚJO, Ângela Maria Carneiro. (org.). **O**

**trabalho reconfigurado**: ensaios sobre Brasil e México. São Paulo: Editora Annablume, 2008. p. 169-186.

\_\_\_\_\_. Trabalho atípico. *In*: CATTANI, Antonio David; HOLZMANN, Lorena (org.). **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: ZOUK, 2011. p. 440-445.

\_\_\_\_\_. Anotações sobre trabalho e gênero. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 43, n. 149, p. 404-421, maio/ago. 2013.

ORGANISTA, José Henrique Carvalho. **O debate sobre a centralidade do trabalho**. São Paulo: Expressão popular, 2006.

PICCININI, Valmíria Carolina; OLIVEIRA, Sidinei Rocha de; RÜBENICH, Nilson Varella. Formal, flexível ou informal? – reflexões sobre o trabalho no Brasil. *In*: PICCININI, Valmíria *et al.* (org.). **O mosaico do trabalho na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006. p.93-117.

QUARANTA, Germán; NEIMAN, Guillermo. Los estudios de caso en la investigación sociológica. *In*: GIALDINO, Irene V. (org.). **Estratégias de investigación cualitativa**. Barcelona: Gedisa, 2006. p. 213-234

RANGEL, Felipe. **O trabalho informal no comércio popular**: Resignificando práticas na nova cultura do trabalho. 2015. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.

\_\_\_\_\_. A “empresarização” do comércio popular em São Paulo: formalização, empreendedorismo e exclusão. *In*: Encontro anual da ANPOCS, 42., Caxambu, 2018. **Anais...** Caxambu: Anpocs, 2018. p. 1-27.

\_\_\_\_\_. Problema e potência: o comércio popular entre a repressão e a empresarização. **Journal of Illicit Economies and Development** [online], v. 1, n. 2, p. 1-11, 2019.

REINECKE, Gerhard. Qualidade de emprego e emprego atípico no Brasil. *In*: POSTHUMA, A. C. (org.). **Abertura e Ajuste do Mercado de Trabalho no Brasil**. Brasília: OIT; MTE; São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 119-148.

ROCHA, Áureo Luiz, da. **As novas faces da informalidade**: de camelôs a “comerciantes populares”. O shopping popular e as transformações do trabalho informal em Pelotas-RS. 2014. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) - Instituto de Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornelia. Etnografia: saberes e práticas. *In*: Pinto, Céli Regina Jardim e Guazzelli, César Augusto Barcellos (org.). **Ciências Humanas**: pesquisa e método. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008. p. 9-31.

SANTANA, Marco Aurélio. Classe trabalhadora, precarização e resistência no Brasil da pandemia. **Revista Em Pauta**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 48, p. 70-91, jul./dez. 2021.

SILVA, Josué Pereira. **Trabalho, Cidadania e Reconhecimento**. São Paulo: Annablume: 2008.

SILVA, Neidiâne Cardoso da. **O trabalho dos vendedores de produtos eletrônicos**: organização, identidades e educação. 2015. Monografia (Licenciatura em Ciências Sociais) - Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2015.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros**: nova classe média ou nova classe trabalhadora? Belo Horizonte: UFMG. 2012.

TONI, Miriam de. Informalidade. *In*: CATTANI, Antonio David; HOLZMANN, Lorena (org.). **Dicionário de trabalho e tecnologia**. Porto Alegre: ZOUK, 2011. p. 221-225.

VASAPOLLO, Luciano. Pobreza típica de trabalho atípico. **Revista outubro**, São Paulo, n. 11, p. 23-43, 2004.

\_\_\_\_\_. O trabalho atípico e a precariedade: elemento estratégico determinante do capital no paradigma pós-fordista. *In*: ANTUNES, Ricardo (org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006.p. 47-57.

VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. 3 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

WEBER, Florence. **Trabalho fora de trabalho**: uma etnografia das percepções. Tradução Roberta Ceva. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

WAUTIER, Anne Marie. O trabalho em perspectiva: identidade e subjetividade. **Século XXI - Revista de Ciências Sociais**, Santa Maria, v. 2, n. 2, p.149-173, jul./dez. 2012.

## Apêndices

## **Apêndice 1 – Termo de consentimento livre e esclarecido**

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário (a), em uma pesquisa. Após ser esclarecido (a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assim ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável, em caso de recusa você não será penalizado de forma alguma. Em caso de dúvida você pode procurar o comitê de Ética em pesquisa da Universidade Federal de Pelotas pelo telefone:

#### **INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA**

Título da dissertação: Socialização, identidade laboral e trajetórias: O ofício dos vendedores e vendedoras de eletrônicos no Pop Center em Pelotas-RS.

Pesquisador Responsável: Pedro Robertt

Telefone para contato: xxxxxx

Pesquisador (a) participante: Neidiâne Cardoso

Telefone: xxxxx

**Apêndice 2 – Consentimento da participação da pessoa como sujeito****CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO SUJEITO**

Eu, \_\_\_\_\_, RG/ CPF/ n.º de prontuário/ n.º de matrícula \_\_\_\_\_, abaixo assinado, concordo em participar do estudo “Socialização, identidade laboral e trajetórias: O ofício dos vendedores e vendedoras de produtos de eletrônicos no Pop Center em Pelotas-RS”. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo (a) pesquisador (a) Neidiâne Cardoso da Silva sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade ou interrupção de meu acompanhamento/ assistência/tratamento.

Local e data

\_\_\_\_\_

Nome e Assinatura do sujeito ou responsável:

\_\_\_\_\_

### **Apêndice 3 – Roteiro de entrevista para os trabalhadores do centro de comércio popular (Pop Center)**

#### **Questão estímulo à memória**

Qual a primeira coisa que vem na sua mente quando pensa no seu trabalho de venda de produtos eletrônicos?

#### **Dia-a-dia de trabalho**

Sobre o seu cotidiano, e descreva, ou conte-me sobre um dia de trabalho seu.

Eu quero saber, como você preenche o tempo livre que sobra do trabalho no camelódromo.

#### **Relação com colegas de trabalho**

Fidelidade, companheirismo, amizade, solidariedade, situações que marcaram ao longo da sua vida no camelódromo.

#### **Ambiente de trabalho**

Descrição, satisfações e insatisfações, hierarquias.

#### **Representações sociais no camelódromo: A respeito do trabalho em certos centros de comércio popular ou camelódromo.**

Pra você o que é trabalhar num camelódromo ou num centro de comércio popular?

O que as pessoas pensam a respeito de quem trabalha em camelódromos ou centros populares de comércio, feiras abertas etc.?

Quem frequenta esses centros de comércio popular?

Você acha que há certa desvalorização ou preconceito em relação ao seu trabalho de produtos eletrônicos?

Como era o camelódromo de antigamente, houve muitas mudanças em relação a imagem dos trabalhadores informais?

**Interações com clientes**

Qual é o tipo de clientes que costuma frequentar um centro comercial?

Como você imagina que sejam as suas vidas?

Relacionamentos com clientes. Fidelidade, amizade, solidariedade.

Remonta conversas cotidianas, frequentes com clientes.

Situações marcantes vivenciadas com clientes.

**Novas formas de apresentação desses serviços: Internet, colocar produtos no mercado livre, camelôs, venda direta nas ruas ou nos domicílios.**

Qual a sua opinião sobre os novos aparatos tecnológicos? Ajuda na contribuição das vendas?

O que você acha que deveria mudar em relação aos centros de comércio popular para melhorar as vendas?

**Relação “oficial” de camelôs e clientes**

Normativo, como deve ser.

**O trabalhador de venda de produtos eletrônicos nesses ramos (centros de comércio popular).**

Questões jurídicas

Fiscalização comercial

**Gênero**

Trabalho majoritariamente masculino, por quê?

A atividade tem a ver mais com o masculino. A atividade colabora pra identidade como homem?

**História de vida/Trajeto ocupacional**

Empregos e trabalhos.



Motivação pra se tornar camelôs.

### **Identidade ocupacional**

Expectativas e anseios que tem frente á atividade exercida

Aspectos positivos e negativos.

Identificação.

Como seria a sua vida se não fosse um vendedor de produtos eletrônicos como que acha que estaria trabalhando.

Com que realmente gostaria de trabalhar, realização.

### **Subjetividade**

Relação com vida privada, doméstica, particular.

No tempo livre você costuma frequentar camelódromos.

### **Identidade social**

Defina-se como pessoa.

Como você se reconhece? O que você acha que é?

Como as pessoas te reconhecem?

Você acha que as pessoas o conhecem como você realmente é?

### **Sindicato, Fiscalização de mercadorias em camelódromos.**

### **Questões sobre estratégias de enfrentamento?**

Diante de pechincha?(O que você costuma fazer para que o cliente compre o produto?).

Diante da desvalorização simbólica (comércio ilegal, comércio que deveria vender mais barato etc.).

### **Finalização da entrevista.**

O que você acha de exercer esse trabalho?(aspectos positivos e negativos)

O que você faz para atender as expectativas e exigências da fiscalização?

O que é pra você um excelente dia de trabalho?

O que é um péssimo dia de trabalho para você?

**Agradecer o (a) entrevistado (a)**