

**CONCURSO DE PROYECTOS – Transformaciones en el Mundo del Trabajo
BOLSISTA (BECARIO): Gustavo Antonio das Neves Bezerra
Artigo: “Mercadores Ambulantes das Praias do Rio de Janeiro: Subjetividades e
Economia Política”.
Categoria: Junior**

ARTIGO FINAL

*** Índice**

Introdução.....	2
Início da Jornada: encontro com mercadorias e mercadores.....	4
Entre Autonomias, Redes Sociais e Teias Pegajosas.....	6
O Mosaico dos Mercadores Andarilhos.....	11
A Opção “Ambulante” na Crise Salarial Brasileira: antes só do que mal remunerado.....	14
“Tragédia” Sazonal: a insegurança cíclica, sujeita a chuvas e trovoadas.....	17
Concorrência, Concorrência, Concorrência... Ressentimentos	20
Liberdade Subjetiva e Subsunção Formal do Trabalho dos Vendedores no Capital - a funcionalidade abstrata.....	22
Dos “Vizinhos Capitais” ao Longínquo e Onipresente Capital - a funcionalidade concreta.....	25
Conclusão.....	28
Referências Bibliográficas.....	29

Introdução

A grande maioria dos supérfluos tornam-se vendedores ambulantes. É principalmente ao sábado à noite quando toda a população operária sai para a rua, que vemos reunidas as pessoas que vivem disso. Atacadores, suspensórios, galões, laranjas, bolos, em resumo, todos os artigos imagináveis são-vos oferecidos por homens, mulheres e crianças; nos outros dias também vemos constantemente estes vendedores ambulantes pararem nas ruas com laranjas, bolos, *Ginger Beer* e *Nettle Beer* ou afastarem-se para um pouco mais longe. Fósforos e outras coisas deste gênero, cera, isqueiros, também constituem artigos de venda para toda esta gente. Outros ainda, chamados *jobbers*, circulam pelas ruas tentando encontrar alguns trabalhos ocasionais. Alguns conseguem; muitos outros não são tão felizes (ENGELS 1975, p. 124 e 125).

O texto acima foi escrito há mais de 150 anos, mais precisamente durante o inverno compreendido entre 1844 e 1845. Em *A Situação da Classe Operária Inglesa*, de Friedrich Engels, encontramos o registro de que a existência de vendedores ambulantes pobres é um fenômeno social que tem intrigado os observadores desde os primórdios do capitalismo. Certamente, o tamanho desta população variou no tempo e no espaço. Mas pode-se dizer que ela sempre existiu, às vezes com mais e outras com menos relevo na geografia do capitalismo mundial. Não obstante, o capitalismo contemporâneo tem observado um novo período de crescimento de tal contingente ocupacional.

Desde os tempos de Engels, os vendedores ambulantes costumam estar associados a uma noção mais abrangente de população “supérflua”, conforme fica bem explícito no texto do colega de Karl Marx. Desde então, muitas vêm sendo as tentativas de interpretar qual o estatuto deste grupo social em relação ao modo de produção capitalista. Seria tal população, aparentemente excedentária em relação ao modo de produção dominante, um “acidente” desfuncional transitório que a própria progressão do capitalismo eliminaria? Ou, pelo contrário, seria um estrato populacional funcional ao desenvolvimento do capitalismo na medida em que ajuda a manter a pressão sobre o mercado de trabalho? Uma terceira possibilidade, mais contemporânea: esta população seria perenemente supérflua na medida em que o capitalismo “desqualifica” de tal modo esse grupo que seus membros deixam de servir até mesmo como “exército industrial de reserva”? Além do problema da “funcionalidade” desta população para o capitalismo, temos ainda a questão da “causalidade”: os comerciantes ambulantes estariam relegados a tal ocupação por falta de alternativas ou seriam trabalhadores em busca de autonomia frente aos dissabores do assalariamento? As respostas para todas essas questões também variaram no tempo, tanto em função do desenvolvimento do debate acerca do tema (por exemplo, da disputa entre concepções mais estruturalistas ou historicistas), quanto das próprias transformações históricas no âmbito do objeto de estudo.

A presente pesquisa constitui um estudo de caso referente às atuais condições de trabalho e de vida dos vendedores ambulantes na cidade do Rio de Janeiro. Sabe-se que o universo dos vendedores ambulantes numa grande cidade, além de ser qualitativamente hiper-diversificado, é também quantitativamente expressivo. Assim, o estudioso terá necessariamente que reduzir o escopo de sua investigação, fazendo uma seleção com base num recorte setorial (um tipo de mercadoria, por exemplo) ou com base num recorte sócio-espacial ou, ainda, um recorte que combine as duas variáveis. No presente caso, primeiramente, fez-se a opção de empreender um recorte setorial, selecionando apenas o grupo dos vendedores de bebida como objeto de investigação.

Entretanto, conforme se aprofundou o reconhecimento do “campo” de pesquisa, percebeu-se que o recorte setorial iria obscurecer uma das questões mais interessantes no que diz respeito ao estudo dos vendedores de rua: a razão pela qual “escolhem” o tipo de mercadoria a ser vendida. Além do mais, o grupo dos vendedores de bebida não se mostrou o mais profícuo para a apreensão empírica das formas de “assalariamento camuflado” nas atividades de vendedores de rua, o que constitui parte do objetivo da presente investigação. Dizendo de outro modo, encontramos outros segmentos de trabalhadores sobre os quais seria possível observar que, sob a aparência de uma horizontalidade subjacente a relações mercantis que teoricamente não teriam o trabalho por objeto (mas sim a mercadoria), estaria consolidada uma relação de trabalho quase-tradicional, caracterizada pela subordinação do empregado ao empregador e pela separação entre o trabalhador e os meios de produção, com o agravante de ser uma relação completamente destituída das proteções típicas das relações formais de assalariamento. Desse modo, optou-se aqui por fazer um recorte geográfico: o grupo de vendedores concretamente estudado foi o dos ambulantes que circulam pelas praias da “zona sul” da cidade.

A pesquisa foi feita a partir de entrevistas formais guiadas por um questionário (cerca de 60 ambulantes foram entrevistados em diferentes meses do ano de 2006), e de observação etnográfica. A narrativa do texto tem como base um dia de trabalho verídico de Silvério, um vendedor de sorvetes e biscoitos de polvilho que atua de costume na praia do Leblon. Nenhum evento ou pronunciamento é inventado, tendo sido submetido apenas ao filtro dos lapsos de memória (o tempo de ver ou escutar e depois passar para o diário de campo). De todo o modo, pode-se dizer que a narrativa está construída como uma espécie de texto ficcional “baseado numa estória real”: embora toda a jornada (de trabalho e não-trabalho) de nosso personagem principal, Silvério, seja minuciosamente descrita (embora seja impossível reproduzi-la em toda a sua riqueza de detalhes), um ou outro evento, bem como diversas informações coligidas, não tiveram exatamente o mesmo dia de primavera como base.

Buscou-se coletar o máximo de informações de um dia de trabalho específico de Silvério, no intuito de fazer desse dia aleatório um “estudo de caso” expressivo de algo semelhante àquilo que ocorre todos os dias com boa parte dos vendedores ambulantes que trabalham nas praias do Rio de Janeiro. Este dia não pode ser considerado atípico, pois cada dia de trabalho de Silvério é, na verdade, um capítulo intrinsecamente *contido* num fluxo mais permanente, que é o do ofício de vendedor ambulante nas praias da zona sul carioca.

Mas não se engane o leitor sob a aparente “despretensão” que a narração de uma jornada aleatória vivida por Silvério às vezes sugere. Na verdade, a descrição está o tempo inteiro investida da intenção de destacar questões sociológicas relevantes, tais como: as condições de subordinação formal ao Capital nas quais um vendedor ambulante pode estar inserido; a indissociabilidade empírico-concreta entre as dimensões da reprodução das condições de trabalho e da reprodução das condições de subsistência na vida de um trabalhador “por conta própria” (na medida em que ele é seu próprio “empregador”, mesmo que exista assalariamento “camuflado”); os dramas físico-psíquicos encontrados no exercício diário da ocupação (onde o sonho subjetivo de autonomia é limitado por constrangimentos econômico-objetivos diversos); e a relação desse microcosmo dos vendedores ambulantes com algumas das recentes

transformações no mercado de trabalho brasileiro engendradas por uma via específica de inserção do país no capitalismo pós-fordista mundial.

INÍCIO DA JORNADA: encontro com mercadorias e mercadores

Num dia qualquer da primavera, o vendedor ambulante Silvério acorda às 03h40min. Ele já havia intuído, desde a véspera, que o sol enfim voltaria a aparecer após quatro ou cinco dias de chuva. Ele mora em *Comendador Soares*, distrito de Nova Iguaçu, cidade pertencente à região metropolitana do Rio de Janeiro. Mora com sua esposa numa casa de um quarto e uma sala. Paga 180 Reais de aluguel, cerca de 14 Reais de abastecimento de água e mais 38 Reais de luz elétrica. Ele e a esposa, também vendedora ambulante, costumam mandar cerca de 600 Reais mensais para os três filhos pequenos que ficaram em Salvador, Bahia. O filho mais velho não recebe, já está casado. Silvério veio trabalhar nas praias do Rio de Janeiro há dois anos e meio, depois que um irmão que já exercia tal atividade nesta cidade lhe dera incentivo para vir.

Até aqui, Silvério é um vendedor ambulante de tipo comum nas praias da zona sul carioca: imigrante nordestino recente, morador da Baixada Fluminense e vinculado ao trabalho a partir de laços familiares. Muitas outras características típicas surgirão ao longo do texto. Mas não se pode omitir aqui as “originalidades” de Silvério: ele se destaca em qualquer ambiente, com os seus longos *dreadlocks*, seu bigode, sua altura acentuada e seu porte de ex-capoeirista e ex-lutador de boxe, de onde tirava também algum dinheiro em Salvador. Por que você largou a capoeira e o boxe, Silvério? “Mulher né...mulher pega filho e vira a vida gente”. Em Salvador, ele também trabalhava como ambulante, desde que teve filhos. Nunca teve emprego formal. Essa característica é bem comum entre outros vendedores ambulantes das praias que encontrei: nunca ter tido um trabalho formal. Mas não chegam a ser maioria dos que conheci. Conforme veremos, a maioria dos vendedores com quem tive contato era constituída por “desalentados” do setor formal, por razão de desemprego ou, principalmente, em função de receberem remuneração muito baixa, em geral um salário mínimo¹. Silvério também possui grau de instrução bem acima da maioria dos seus demais companheiros de ofício praiano, tendo chegado ao segundo ano do ensino médio brasileiro, o que corresponde a mais de dez anos de estudo. O seu jeito de falar, seus trejeitos, sua forma de raciocínio, tudo isso também destaca Silvério por onde passa. Seus colegas e fornecedores costumam fazer “chacota” de seu estilo, entendido como de um baiano muito típico: vaidoso, excessivamente falante, “malandro”, desregrado. Sua imensa disposição para trabalhar, entretanto, é respeitada por seus fornecedores e temida por seus colegas vendedores de sorvete que o vêem como um concorrente “difícil” por causa da grande velocidade com que Silvério vara as areias da praia e faz diversas vendas, dominando os bolsos dos fregueses mais rápido que os demais vendedores. Silvério faz questão de evocar, entre seus colegas do depósito de sorvete, a sua alta velocidade e a reconhecida resistência física para confrontar as acusações de que “baiano é tudo preguiçoso”.

Mas Silvério ainda não chegou ao trabalho. Ainda está longe. Por volta de 04h20min, ele ainda está a bordo de um trem. Ele salta do transporte e pega um ônibus que o deixará próximo de seu primeiro destino, o primeiro fornecedor, às 05h30min da

¹ O valor do “Salário Mínimo” é estipulado pelo governo Federal. Trata-se um piso salarial que nenhum empregador do país poderia, em tese, desobedecer.

manhã: a confeitaria Mandarin, que fabrica o famoso *Biscoito Globo*. Essa é uma rotina para mais metade de todos os vendedores ambulantes das praias cariocas. O *Biscoito Globo* é um produto tradicionalmente vendido nas areias do Rio de Janeiro, de aceitação generalizada por parte dos banhistas. Por isso mesmo é amplamente disputado por um grande contingente de vendedores ambulantes da cidade. A outra razão do sucesso do biscoito junto aos vendedores é o seu parco peso físico. Dessa forma, fica fácil conjugar a venda do biscoito com outras mercadorias, como latas de bebidas ou sorvetes. Não são apenas os vendedores da praia que buscam o *Globo*, mas também alguns que vendem o produto em sinais de trânsito, nas portas de escolas e nos arredores do estádio do Maracanã nos dias de partidas futebolísticas. Feito de polvilho, é vendido em sacos de 30 gramas, nos sabores salgado e doce.

O biscoito é exclusivamente fornecido de uma só maneira: o vendedor compra o biscoito da confeitaria no próprio dia em que ele é preparado, cujo valor unitário é de 45 centavos de Real, 25 unidades custa 11,25 Reais, 40 unidades custa 18 Reais e 50 unidades (o mais vendido) custa 22,50 Reais. O dono da confeitaria, senhor Milton Ponce, só permite que cada vendedor compre no máximo um saco de 50 unidades, para que não falte para os outros (sua produção não é elástica). Hoje, Silvério deu sorte: a procura pela mercadoria foi pouca. Mesmo chegando “tarde”, foi o terceiro da fila. Parece que a maioria dos vendedores não acreditou que o sol apareceria. Assim, o vendedor pede dois sacos de 50 unidades e é atendido, embora com uma certa demora (que o próprio Silvério garantiu ser necessária, em função do modo como o atendimento está organizado pela confeitaria). Receber dois sacos é raro. Um era para ele e o outro para a sua mulher, que não o acompanha na viagem à confeitaria desta quinta-feira de sol ainda duvidoso.

Hoje a procura pelo biscoito foi pouca. Durante o verão, Silvério costuma dormir num “hotel popular”² no centro da cidade, próximo à confeitaria. Dessa forma, ele pode chegar na fila às 2 horas da manhã e ser um dos primeiros a comprar a mercadoria. Na estação mais quente do ano, quem não chega na fila ainda de madrugada “perde o dia de trabalho” pois, mesmo se tiver sorte de conseguir a mercadoria, somente poderá ser atendido tão tarde que perderá o tempo de sol e terá que tentar vender o biscoito (já menos crocante) no dia seguinte.

Comprados os sacos de biscoito, Silvério pega mais um ônibus para o seu próximo destino: o depósito de sorvetes da *Sumos*³, bairro do Leblon, perto da praia onde trabalha. A *Sumos* é uma das marcas de sorvetes mais famosa do país. Pertence à uma multinacional poderosa no mercado brasileiro de alimentos, bem como de produtos de limpeza e perfumaria.

Na verdade, foi a especificamente a possibilidade de se vincular a esse depósito da *Sumos* que trouxera Silvério ao Rio de Janeiro, a partir das mãos de seu irmão, também “sorveteiro”. O depósito representava a possibilidade de ter acesso a mercadorias com facilidade de locomoção e pouco risco financeiro, diferente de sua antiga condição de vendedor ambulante de roupas em Salvador, onde era obrigado a arcar com todos os “riscos” do empreendimento sozinho (basicamente, o risco de ter que voltar com as mercadorias para casa, caso não vendesse todas num mesmo dia de trabalho, e de ter

² Trata-se de um albergue público financiado pelo Governo do Estado, que custa ao cliente o preço simbólico de apenas um Real.

³ Nome fictício.

algumas roupas encalhadas em seu estoque pessoal). Some-se a isso dois atrativos: trabalhar na “Cidade Maravilhosa” (embora Salvador também tenha uma fama parecida) e ganhar mais dinheiro, segundo seu irmão lhe prometia.

Desço do ônibus junto com Silvério bem na porta da galeria onde fica o depósito, numa área pouco valorizada do Leblon. Ele encontra, ainda na calçada, um dos responsáveis pelo estabelecimento. Este diz: “calma, pô, ainda são 6:30h”. Silvério já estava na rua havia pelo menos duas horas. O sol já começa a brilhar forte no céu. A pequena porta de metal do estabelecimento ainda está abaixada. Não demora muito, entretanto, logo chega Aldo, o dono do depósito.

Não dava ainda para Silvério adiantar muita coisa. O fornecedor de gelo seco ainda não havia chegado. Assim, ficamos conversando os três, mais outros vendedores que chegavam. Este prelúdio da venda das mercadorias serve também para que os ambulantes possam trocar de roupa. Silvério veste blusa, short e boné amarelos, todos com a logomarca da Sumos. Seus colegas fazem o mesmo. Silvério aproveita para fazer uma refeição. Será a única até chegar em casa, por volta de 20h:30min da noite. Em tal entremeio, apenas beberá a água que comprar e tomará um sorvete retirado de seu próprio isopor. Mas nessa refeição, consumida por volta das 07h05min da manhã, o vendedor da Sumos come dois salgados de galinha (a famosa “coxinha”), um pedaço de bolo que trouxe de casa, e toma uma vitamina de banana, mel e aveia num pequeno estabelecimento da mesma galeria. Tudo (excetuando o pedaço de bolo caseiro) sai por cerca de 5 Reais.

Entre Autonomias, Redes Sociais e Teias Pegajosas

Quando o gelo seco chega, começam enfim as negociações referentes ao dia de trabalho. O vendedor ambulante informa a Aldo, seu fornecedor, quais os valores de uso que pretende vender: picolés de fruta variados, picolés de chocolates também diversos, copinhos de *sundae* etc. Mas Silvério não mexe no próprio dinheiro para adquirir os sorvetes. Não ainda, pois o depósito trabalha com ele num regime de “consignação”. Ou seja, Silvério paga apenas pelos sorvetes que tiver vendido ao final do dia. Nesse momento, o responsável pelo depósito apenas anotará os sorvetes pedidos pelo vendedor e, no final do expediente, quando o vendedor retornar ao depósito, devolverá os sorvetes não vendidos e pagará o valor dos sorvetes que efetivamente tiverem chegado ao consumidor final. O preço que Silvério paga por cada sorvete ao depósito é igual ao cobrado por qualquer estabelecimento que recebe sorvetes da Sumos, como padarias e supermercados. Conforme disse o responsável pelo depósito, o preço é “tabelado”. Desse modo, o vendedor ambulante não possui qualquer acesso privilegiado ao sorvete, em termos de preço. Para obter algum ganho, o vendedor ambulante precisa vender o sorvete por um preço maior ao cliente final, um preço mais alto que as padarias costumam cobrar. Silvério costuma cobrar um acréscimo de 1,50 a 3,00 Reais sobre o valor de cada sorvete vendido ao consumidor final. Voltaremos a falar da renda obtida por Silvério mais tarde, bem como sobre as relações entre o vendedor, o depósito de sorvetes e a Sumos. Não podemos nos perder na jornada desse dia.

Silvério arruma os sorvetes cuidadosamente dentro da caixa de isopor, que está forrada com jornal que também serve como isolante térmico e impede, segundo ele, o amolecimento dos sorvetes que ficam no fundo da caixa. Os sorvetes são ordenados em função de critérios “térmicos” e de “propensão à venda”. Depois, Aldo pergunta-lhe

quanto de gelo seco Silvério gostaria de comprar. Repare-se que o fornecedor de gelo (que passa pelas manhãs com um caminhão) vende a mercadoria direto ao depósito e só depois o gelo é revendido mais caro aos ambulantes. Silvério pede um kilo e meio, o que lhe desfalca em 13,50 Reais (o kilo de gelo seco custa 9,50 Reais). Segundo Silvério, esse mesmo kilo custa 5 Reais no local onde é produzido. De posse do gelo, Silvério bate os cubos esfumacantes entre si para que se despedacem e se espalhem pelas diversas áreas do isopor. Ele faz isso com todo o volume de gelo adquirido via compra.

Repare-se que em toda a atividade descrita nos dois parágrafos acima, Silvério teve aí total autonomia. Dito de outra forma, trata-se de uma dimensão “autônoma” de seu trabalho, do ponto de vista da organização do mesmo. Dado o tipo de relação que possui com o seu fornecedor, as únicas limitações de Silvério quanto à organização de seu trabalho seriam referentes à sua renda para comprar os sorvetes e o gelo, bem como a sua capacidade física para carregá-los. Ocorre que estas limitações orçamentárias são desprezíveis na prática, considerando que o acesso aos sorvetes, mesmo que não seja facilitado pelo preço, está garantido pelo fato de Silvério jamais precisar de “capital inicial” para começar a trabalhar, excetuando o dinheiro para adquirir o gelo. É óbvio que Silvério gasta muito antes da jornada de trabalho, em relação à sua própria renda costumeira, considerando que além do gelo ele precisa pegar diversos transportes e alimentar-se. Até aquela hora da manhã, o vendedor ambulante já gastou entre 40 e 50 Reais (contando também o biscoito Globo, mas descontando o saco reservado a sua esposa). Ele ainda vai gastar mais antes de começar a vender, como veremos mais adiante. De qualquer forma, o acesso ao sorvete não é propriamente um problema, por causa do regime de consignação. Na verdade, a questão é *como* conseguir se inserir em tal regime.

A entrada no regime de consignação não está facultada a qualquer um que se candidate a tal. Afinal, o regime de consignação envolve riscos para o depósito (mas jamais para Sumos), que pode ter as suas mercadorias “afanadas” por um vendedor que não retorna para “prestar contas”. “Isso é o que mais acontece”, segundo Aldo, o dono do depósito. Assim, ele condiciona a entrada no “sistema” a algum tipo de vínculo social extra-econômico que o vendedor “candidato” possua com um vendedor já antigo. De preferência, o novo vendedor deve ser parente de um antigo. Foi o caso do próprio Silvério.

Usando o jargão sociológico contemporâneo, um vendedor de sorvete vinculado à Sumos não precisa ter capital-econômico prévio, mas *capital social*, que é um tipo de recurso vinculado a redes de relações sociais, que dão acesso privilegiado a informações ou a “lugares” do mundo social. Este é o primeiro elemento importante a ser destacado em termos da determinação dos limites do “mercado de trabalho” dos vendedores ambulantes das praias do Rio de Janeiro. Aqueles que não detêm algum tipo de capital social, ou seja, que não estão inseridos em alguma das redes sociais “objetivas” pré-existentes nos mercados de oferta de mercadorias que agem especificamente nas praias, não são capazes de entrar nos regimes de fornecimento por consignação. O vendedor precisará compensar este déficit a partir do dispêndio de outros dois tipos de capitais, a saber, o capital-econômico, necessário para comprar todas as mercadorias antes de cada jornada de trabalho, e o “capital-corporal”: o vendedor necessitará comprar as mercadorias num lugar distante da praia (ou pagar mais caro por comprar nos bairros “nobres da zona sul”), levar até o local da venda e depois retornar com todos os

produtos não-vendidos para casa. Na verdade, o esforço físico requerido pelo comércio ambulante nas praias é tão alto que a maioria dos vendedores “sem depósito” que conheci prefere pagar mais caro na zona sul.

O acesso a uma rede de relações sociais, que faculta a entrada de um vendedor no ramo da venda de sorvetes de uma grande multinacional em regime de consignação, traz ainda mais uma vantagem, em termos de minimização do esforço físico: o próprio *valor de uso* vendido é intrinsecamente leve. Em relação à venda de latas de bebida, por exemplo, vender sorvete significa levar um estoque maior de “valores de troca” (o preço unitário de alguns sorvetes é bem alto) dentro de seu isopor por um peso também menor. Ou, de outro modo, significa levar um estoque igual de valor a um peso físico inferior e, talvez principalmente, concorrendo com um número menor de vendedores. Afinal, as latinhas de cerveja ou refrigerantes podem ser compradas com facilidade e há muitos vendedores dessa mercadoria. Já o sorvete necessita do esquema com um depósito específico que detenha fornecimento regular de gelo seco, o que filtra as oportunidades de entrada.

O uniforme que Silvério veste é fornecido a ele gratuitamente pela Sumos. Mas pode ser adquirido também via compra: a blusa, o short e o boné custam respectivamente oito, cinco e três Reais. Na verdade, o depósito aceita tratar com vendedores de fora da “rede” de conhecidos, tanto que pode vender o uniforme. Pode-se admitir qualquer vendedor, desde que o mesmo compre tudo adiantado: sorvetes diversos, gelo seco e o uniforme (considerado artigo essencial para qualquer vendedor, pois os fregueses não gostam de comprar com sorveteiros que pareçam não ter uma espécie de chancela “oficial” do fabricante). Nesses casos, o depósito também não empresta dinheiro quando o vendedor está em dificuldades e nem concede brindes se o vendedor avulso atingir as “metas” de venda. Sim, existem metas de venda ocasionais (esse assunto será explorado mais tarde). Mas, na prática, o depósito não vem recebendo ninguém disposto a pagar adiantado, todos os dias, por uma boa quantidade de sorvetes que podem derreter antes mesmo de serem vendidos. A venda por consignação ameniza esse risco, porque o vendedor pode devolver rapidamente os sorvetes não vendidos ao depósito, que fica a dois quilômetros da praia. O sorveteiro também tem a necessidade de levar sempre muita variedade de preços e sabores para a praia, não adianta ficar com poucas mercadorias e tentar “empurrar” para o freguês, até porque a concorrência entre os sorveteiros não é irrelevante. Isso encarece muito a tentativa de vender sorvetes sem o sistema de consignação. O isopor também é fornecido gratuitamente pela Sumos ao vendedor “autônomo”. “Isopor é caro”, ensina Silvério, 18 Reais. Como se pode perceber, os sorveteiros constituem uma espécie de elite dos vendedores ambulantes da praia: concorrência bem regulada, pouco peso físico relativo, renda um pouco mais alta e risco quase zero de investimento (a não ser que tenham problemas com o gelo). Acima deles, existe apenas um tipo de vendedor em situação melhor na média, a saber, os artesãos. Mas só os encontraremos mais tarde.

Porém, existe um preço para pertencer à “proto-elite” dos ambulantes. O Capital cobra o seu quinhão, não faz favores. Aqui começa a dimensão mais explicitamente não autônoma do trabalho de Silvério. O vendedor mostra a todos do depósito a técnica que inventou para preservar por mais tempo a integridade de seu isopor já muito gasto (denotando que o fornecimento do mesmo não é assim tão farto): Silvério tem colocado dentro da caixa de isopor, por cima dos sorvetes, uma placa também de isopor (aparentemente a tampa de uma caixa menor) que tem exatamente o tamanho do vão

interno da caixa usada por ele. Essa tampa consegue impedir que as paredes da caixa se enverguem para dentro conforme Silvério faz sua locomoção tendo a caixa colada ao corpo. Ele me mostra ambas as bordas laterais de sua caixa já gastas e levemente rachadas, permitindo uma certa perda da capacidade de reter a temperatura interna apropriada. Essa seria uma tendência natural de deterioração deste utensílio de trabalho, conforme os vendedores vão usando os seus respectivos. Ocorre que, durante a demonstração de sua nova “tecnologia”, Aldo percebe que a tampa de isopor interna possui, na verdade, uma dupla função para Silvério: ela também serve para o vendedor ambulante exibir o cartaz com os sorvetes e os preços da marca concorrente, que está colado ao isopor com fitas adesivas transparentes. “Porra, Silvério, já não disse que o homem lá de cima não gosta que vocês mostrem a marca do concorrente!”.

Silvério trabalha junto a mais um depósito, o do sorvete *Mediterrâneo*. Segundo ele, quem compra o sorvete Sumos são os turistas, que têm mais dinheiro e não conhecem bem o sorvete Mediterrâneo. Os cariocas mesmo compram é o Mediterrâneo, diz ele, porque é mais barato e mais gostoso. Aldo, que também não é assalariado da Sumos, dado que ganha em função das próprias revendas aos ambulantes (porém tem todos os seus equipamentos de refrigeração fornecidos pela Sumos em regime de *comodato*), continua a sua bronca: “Juarandir, você está querendo ser muito esperto, não é? Mas quem quer ser muito esperto acaba virando malandro demais!”. O vendedor ambulante começa a tentar explicar, no seu jeito peculiar de falar muitas palavras sem ir direto ao assunto e o fornecedor se irrita. Silvério diz para ele ter calma que a resposta já vem. Enfim o ambulante mostra que o cartaz do concorrente fica guardado dentro do isopor e só sai de dentro se o próprio freguês perguntar se o sorveteiro possui os sorvetes Mediterrâneo. Aldo continua indignado e fala que o “vendedor” responsável pelas vendas da Sumos (uma espécie de seu “superior”) já havia reclamado de ter visto na praia muita “mistura” das marcas no visual dos vendedores. Silvério contra-argumenta: assegura exibir o imenso cartaz da Sumos sempre na frente (ele mostra como) e que o cartaz da Mediterrâneo está sempre escondido.

Silvério está, portanto, submetido a certas normas induzidas de cima, por quem, “formalmente”, não é seu patrão. Aparentemente, a relação dele com o depósito é meramente comercial. Na prática, entretanto, existe subordinação do vendedor a certas diretrizes que não são sequer formuladas pelo seu fornecedor imediato, com quem possui contato cotidiano. Elas vêm do funcionário da multinacional que fabrica os sorvetes. O dono do depósito atua como mero intermediário dessas ordens, assegurando a passagem da informação e a fiscalização do cumprimento das mesmas. Pode-se afirmar que o próprio dono do depósito, que aparentemente possui uma relação de “Pessoa Jurídica” com a multinacional, possui uma margem de autonomia não muito elástica frente ao fabricante, dada a dependência econômica real que lhe impõe o tipo de contrato (explícito e implícito) firmado junto a Sumos. Aldo não pode, por exemplo, armazenar qualquer outro tipo de mercadoria no seu depósito. No fim das contas, o trabalho de Aldo se assemelha muito ao de um assalariado encarregado de controlar a força de trabalho situada num nível organizacional inferior ao dele. Mas Aldo não recebe salário ou garantias. Ele compartilha dos riscos do empreendimento, tendo a sua renda inteiramente condicionada à realização do valor das mercadorias junto ao mercado. Mas Aldo repassa essa relação aos vendedores ambulantes que estão sob a sua responsabilidade, bem como todas as regras formuladas pela matriz produtiva aos seus vendedores “autônomos”.

Mas não se trata apenas de assegurar que a marca Sumos apareça monopolisticamente no uniforme e nos cartazes dos vendedores. A Sumos também estipula metas de vendas. O regime de metas funciona da seguinte maneira: a empresa fornece ocasionalmente uma verba adicional ao depósito, para que Aldo use como investimento nos ambulantes, a título de incentivo a um maior engajamento nas vendas; Aldo possui liberdade total para gerenciar tal verba, o importante é que a meta seja atingida; assim, o dono do depósito promete aos ambulantes alguma recompensa, que pode ser em dinheiro ou em valores de uso, como aparelhos de televisão, dependendo da demanda do próprio ambulante, que é aferida por Aldo.

Do depósito da Sumos rumamos a pé para o depósito do sorvete Mediterrâneo, no início de Ipanema. São alguns quilômetros, mas o isopor de Silvério ainda não está tão pesado quanto possível, pois reservou certo espaço para colocar os sorvetes que serão adquiridos no segundo depósito. Chegamos no depósito às 8:40h. As coisas por ali ainda estão sendo organizadas. O caminhão de gelo seco tinha que descarregar a mercadoria ainda. Esse depósito é bem maior. O depósito de Aldo conta com cerca de uns trinta vendedores (mas existem outros tantos vinculados a Sumos pela cidade). Esse depósito da Mediterrâneo conta cerca de 50 regularmente. Mas ainda há poucos por ali. Na verdade, são muitos os marcadores ambulantes que trabalham apenas nos finais de semana e feriados, e isso não se refere somente aos vendedores de sorvete. Alguns porque possuem alguma outra ocupação nos dias de semana e outros porque a venda é mais garantida mesmo nos finais de semana, minimizando possibilidades de prejuízo ou de se cansar à toa. O interessante é que o trabalho de vendedor nos finais de semana não costuma ser a fonte de renda secundária da pessoa, mas a renda principal, tamanho é o salto nas vendas aos sábados e domingos de sol.

O clima é o assunto das conversas entre os vendedores. Um feriado estava chegando e seria muito ruim se chovesse. Chega o momento das negociações com o depósito. A venda também é por consignação. Entretanto, os vínculos não possuem a mesma intensidade. Silvério teve que comprar o cartaz com os sorvetes, não há obrigatoriedade de se exibir a marca na roupa ou no cartaz, não há metas de venda e Silvério não pode pedir dinheiro emprestado. O interessante é que a sorveteria Mediterrâneo começou sendo um pequeno estabelecimento no final da década de 1970 que dependia quase exclusivamente do trabalho dos ambulantes para realizar no mercado o valor de suas mercadorias. Hoje, entretanto, é uma marca “nobre” e conhecida, que conta com 16 sorveterias exclusivas, sendo 14 delas franquias abertas desde o ano 2000. A abertura de cada franquia rende à matriz, nos preços de hoje, 25 mil Reais (contrato de 5 anos), mais uma taxa mensal de três salários mínimos (cerca de 1.200 reais). Mesmo com toda a valorização da marca, ela continua se servindo do sistema de venda por consignação aos revendedores ambulantes. Mas o sistema é amplamente considerado mais “leonino” pelos vendedores. O Ambulante Tadeu já havia me advertido lá na Sumos: “Ih, aquele depósito da *Mediterrâneo* é muito ruim de jogo”. Todos os vendedores inseridos exclusivamente no sistema de consignação da *Mediterrâneo* possuem menos sorte que Silvério no que diz respeito às despesas para trabalhar: precisam comprar uniforme (amplamente desejados para dar legitimidade à venda), cartaz e isopor próprios. À diferença do depósito da *Sumos*, entretanto, os vendedores levam o sorvete por um preço um pouco mais baixo do que os clientes comuns quando aparecem para comprar diretamente no balcão do depósito (no de Aldo não há vendas diretas, mas seu preço para os ambulantes é o “tabelado” para qualquer revenda da Sumos). Por exemplo, um

picolé de 1, 20 Real no balcão da *Mediterrâneo* é vendido por 1 Real ao ambulante. Semelhante ao depósito da multinacional, esse depósito de Ipanema não influi nos locais onde cada ambulante vai trabalhar, nem nos horários ou nos preços da revenda ao consumidor final. O responsável do depósito da *Mediterrâneo* chega a se queixar (talvez por alguma espécie de autodefesa contra alguma eventual reclamação sobre os preços finais) de que os ambulantes deveriam vender o sorvete por apenas 2 Reais e não por 2,50 Reais.

Silvério comprou os novos sorvetes (entre picolés e copinhos), depositou-os com os cuidados necessários no lado até então vazio da caixa de isopor. Também comprou mais um pouco de gelo seco, gastando mais cerca de 5 reais, em função do dia promover ser muito quente, chegando a uns 35°. Celsius no final da manhã. No final da tarde terá que retornar ao depósito para “prestar contas” dos picolés que conseguiu vender. Partimos do depósito em direção à orla marítima, onde chegaremos em cinco minutos. Silvério cumpre ainda seu último ritual antes de começar a trabalhar: pede um côco gelado num quiosque do calçadão do Leblon, sorve toda a sua água e ensina-me que aquele quiosque tem o menor preço da praia (1,50 Real antes do verão). Assim, está concluído todo o processo de preparação para a venda, que envolvera o consumo voltado para duas coisas: a reprodução de sua força de trabalho e a reprodução dos fornecedores de biscoito e sorvete. No caso dos sorvetes o processo somente será completado no final da tarde, quando os depósitos receberão o dinheiro pelas vendas na praia.

Começa agora uma nova etapa da circulação das mercadorias. É o momento delas chegarem ao consumidor final. Às 09h30min, Silvério entra com ímpeto na areia, num ritmo impossível de ser acompanhado por um “leigo” como eu. Mas ainda é cedo e estamos numa quinta-feira: há poucos possíveis fregueses por enquanto. De qualquer forma, em cinco minutos Silvério consegue vender o seu primeiro picolé do dia. Trata-se de um sorvete *Mediterrâneo* de Tangerina, que pertence ao nível mais baixo de preço. Mais um minuto, Silvério vende o segundo, desta vez um de chocolate da *Sumos*. Preço intermediário para o padrão da marca. Mas ainda não é momento de nos fixarmos no desempenho individual do nosso “estudo de caso” Silvério. É momento de olharmos para o lado. Estão ali os trabalhadores da mesma estirpe de Silvério. Existem seus “irmãos” próximos, que vendem sorvetes e biscoito *Globo*, vestidos de amarelo. Mas há ainda tantos outros não muito semelhantes. Ainda não são visíveis todas as “espécies”, talvez nem compareçam em toda sua diversidade nessa quinta-feira, mas é chegada a hora de conhecê-las.

O Mosaico dos Mercadores Andarilhos

A famosa orla marítima da zona sul da cidade do Rio de Janeiro recebe cotidianamente, além de um grande volume de turistas e de transeuntes residentes na própria cidade, também um contingente expressivo de vendedores ambulantes, que trabalham com as mais diversas mercadorias. Esse mosaico é constituído por vendedores de bebidas em lata (refrigerantes e cervejas), de bebidas portadas em “galões” (limonada e chá-mate) e servidas em copos descartáveis, de biscoito de polvilho, de sorvetes industrializados e artesanais, de óculos de sol, roupas, artesanato, brinquedos, camarão assado, doces, queijo assado, entre outros menos típicos. Alguns adquirem as suas mercadorias mediante a compra direta, outros mediante fornecimento por consignação, alguns vendem e depois recebem comissão, há aqueles que fabricam a própria mercadoria e existem até mesmo aqueles que vendem mercadorias contrabandeadas ou adquiridas via

furto. A prefeitura exige que os vendedores paguem uma taxa semestral de 22 Reais para trabalharem na praia como ambulante, bem como o uso de um crachá com a licença para o exercício do trabalho. No entanto, a esmagadora maioria deles não paga a taxa nem possui o crachá. Proíbe-se também que os vendedores fiquem fixos num ponto da areia. Porém, isso é obedecido de bom grado, pois é melhor procurar clientes do que ficar parado. Existem sim vendedores que ficam fixos em pontos da areia, mas esses pagam uma taxa de 170 Reais à prefeitura e são obrigados a manter barracas de lona branca, nas medidas especificadas. Também não é uma atividade para qualquer um⁴.

Poder-se-ia especular que a venda de mercadorias num espaço público como da orla marítima do Rio de Janeiro é uma atividade altamente atomizada, com grande margem de decisão para o vendedor em termos de escolha da mercadoria, de acesso a essa mesma mercadoria, de estipular o preço de venda, etc. Ou, ao mesmo tempo, aquele massivo contingente de vendedores pode aparentar ser muito homogêneo, em termos de oportunidades e dificuldades para cada vendedor, como se aquele fosse um mercado de “concorrência perfeita”, conforme concebido na cabeça dos economistas neo-clássicos. A heterogeneidade pareceria, portanto, um mero efeito de escolhas racionais individuais. A própria OIT, a partir da 15^a. Conferência de Estatísticos do Trabalho (1993), definiu o trabalho informal pela “quase inexistente separação entre capital e trabalho enquanto fatores de produção” (OIT *apud* Melo e Telles 1999, p. 4 e 5), visão que levaria a associar este tipo de trabalhador à noção de trabalhador “autônomo” e autárquico.

No entanto, a presente pesquisa empírica tem flagrado que o grande mercado de trabalho informal do Rio de Janeiro está fortemente submetido a regulações e segmentações. Ou seja, as condições de trabalho, envolvendo aí a renda, a mercadoria, o esforço físico despendido, a interdependência e a cooperação com outros vendedores, entre outros fatores, são fortemente determinados pelo lugar que o trabalhador ocupa em determinadas “redes”.

Ou seja, parte da heterogeneidade é menos um efeito de escolhas “autárquicas”, feitas atomizadamente por cada vendedor, do que um produto de uma distribuição desigual das oportunidades de se trabalhar com as mercadorias mais cobiçadas pelo conjunto dos vendedores. Cabe ressaltar que os vendedores possuem preferências, acerca de quais mercadorias preferem vender, que não levam em conta meramente a “demanda” dos consumidores finais pelos produtos, mas sim as próprias condições de trabalho e de oferta da mercadoria: o peso do produto e a forma de acesso ao mesmo (por compra direta, aquisição por consignação etc.) estão entre as principais variáveis em jogo.

Na praia, podemos enfim conhecer alguns companheiros de profissão de Silvério que vivem em condições absolutamente distintas à dele, excetuando o mesmo sol sob a cabeça, e a mesma insegurança frente à sazonalidade dos ganhos, bem como tiveram trajetórias laborais marcadas por eventos também inteiramente diversos. É lá que se pode encontrar Marcos, que trabalha todos os dias de sol como vendedor de bebidas em lata e copos de plástico, além dos biscoitos *Globo*. Ele tem 45 anos, trabalhou mais de 15 como assalariado vinculado aos setores de comércio e serviços (faxineiro, vendedor, atendente de balcão de padaria) e há 6 veio trabalhar na praia. Motivo: demitiu-se por

⁴ Uma exposição do intrincado caminho para a obtenção de uma licença para se abrir uma barraca permanente, num ponto específico da areia, não poderá ser feita neste artigo. Deter-nos-emos nos vendedores ambulantes.

causa do baixo salário. Queixou-se de que ficara exatamente cinco anos sem receber aumento de salários na padaria, último emprego “formal” onde esteve. Oscar, vendedor de óculos de sol, concorda com Silvio quanto à falta de perspectiva financeira no setor assalariado da economia. Este vendedor de 29 anos, que possui a peculiaridade de perambular apenas pelo “calçadão” sem jamais descer na areia, trabalhou como assistente de cozinheiro por mais de três e resolveu ser ambulante para não ficar mais subordinado a ninguém por tão pouca renda como contrapartida.

Uma das coisas que mais chama a atenção do observador é o fato de que as mulheres estão praticamente ausentes do universo dos vendedores da praia. Quando eu mostrava estranhar o fato, os vendedores, com ou sem razão, apontavam o esforço físico como barreira à entrada das mulheres no espaço de vendas praiano. Uma das poucas mulheres que entrevistei foi Maria: mulher, idosa e migrante nordestina. Trabalhava num supermercado fazendo “serviços gerais”, mas havia sido demitida uma semana antes. Assim, foi a uma loja de doces e perguntou no balcão quais os doces que “vendiam mais”. Comprou os doces e veio para a praia. Aquele era o seu segundo dia na área e parecia confusa, quadro que apenas se agravava com o prosseguimento das minhas perguntas.

Francisco tem 38 anos e é um ambulante completamente diferente de todos os descritos até aqui: ele é artesão. Os artesãos costumam estar em condições de trabalho e renda distintas dos demais ambulantes. Isso se deve fundamentalmente a uma razão: não estão tão apartados dos meios de produção quanto seus colegas que vendem produtos manufaturados. Muitos utilizam matérias-primas sem custo algum, coletadas diretamente da natureza, como sementes, folhas de bananeira, conchas do mar etc. Ao mesmo tempo, como o valor de uso de seu trabalho é “artístico”, o próprio valor de troca pode ficar altamente dissociado do tempo de trabalho que foi socialmente necessário para empreendê-lo e assumir altas cifras no momento da venda concreta. O produto de seu trabalho não é, portanto, uma “mercadoria” como as outras, pois seu valor é altamente “subjetivo”. São, inclusive, aqueles que menos se preocupam com a “concorrência”: consideram que cada produto é único, não sujeito à reprodução em massa. Isso concede, ao menos para os artesãos que conheci, uma renda bem superior a dos demais ambulantes.

Situação inteiramente diversa enfrentam os vendedores de outras mercadorias, dado competirem na venda de produtos similares entre si e já manufaturados, sobre os quais não possuem grande margem para diminuir o preço (pois não dominam o processo produtivo dos mesmos). Assim, as técnicas de controle dos mercados dessas mercadorias vendidas na orla são inteiramente diferentes, passando, como regra universal, pelo “tabelamento” tácito dos preços, cuja desobediência pode redundar na punição verbal ou mesmo física do “infrator”. Os relatos sobre agressões físicas entre ambulantes, por causa de flagrantes de desobediência ao preço “correto”, não foram raros.

Mas se existem vantagens, por qual razão não há um número maior de ambulantes que opta pelo artesanato? Será sempre simplificador tentar responder a uma pergunta como essa. De qualquer forma, não é difícil notar que o artesanato é uma atividade relativamente “fechada” por causa da necessidade prévia de um aprendizado técnico que alguns monopolizam. Assim, os artesãos são aqueles que entraram, ao menos em algum momento, numa determinada rede de relações sociais que dá acesso a alguma técnica

artesanal. Depende-se, portanto, da “boa vontade” de alguém que lhes possa ensinar o saber-fazer (não encontrei nenhum artesão que tenha pagado pelo aprendizado). Essa ambivalência entre interdependência (ao menos no momento da aprendizagem) e “autarquia” (domínio dos meios de produção) inerente ao trabalho do artesão, parece contribuir para um grau relativamente elevado de intercâmbio afetivo e profissional entre eles, sendo comum a troca de matérias primas e a troca de informações sobre oportunidades de venda.

Alguns artesãos, que dominam inteiramente todos os momentos da realização do “valor” de sua mercadoria (produção e circulação), afirmam ganhar bem mais que a média dos vendedores ambulantes, um pouco acima dos mil Reais mensais. Já os vendedores que têm acesso às suas mercadorias mediante o empréstimo “por consignação”, obtidos junto a depósitos de bebidas ou sorvetes, constituem uma faixa de renda intermediária, nunca ficando abaixo de 350 reais, mesmo no inverno. O grupo que informou receber as mais baixas taxas de remuneração são os vendedores de mercadorias manufaturadas que não usufruem de qualquer “cobertura” por parte de um fornecedor. Isso se explica porque os custos de trabalho para esse grupo é maior, em termos de “investimento” e esforço físico, reduzindo a própria propensão dos mesmos a “arriscar” as vendas nos dias de menor movimento: os vendedores desse grupo têm que assumir os custos da compra das mercadorias, e muitas vezes precisam carregar as mesmas desde suas residências, fazendo com que priorizem apenas os dias de maior movimento de banhistas e transeuntes na praia. Esses vendedores também costumam estar situados numa faixa etária mais idosa. A condição de “migrantes” também é comum entre esses vendedores que auferem menos renda, que estão alheios às redes sociais de acesso facilitado às mercadorias.

A Opção “Ambulante” na Crise Salarial Brasileira: antes só do que mal remunerado

Mas estávamos falando do artesão Francisco. Ele foi vendedor num estabelecimento formal e eletricitista numa refinaria de petróleo. Mas ganhava apenas um “salário-mínimo” nos empregos em que possuía a carteira de trabalho. Hoje, chega a ganhar três vezes mais do que recebia como assalariado. Na verdade, esse desalento em relação à remuneração no setor “salarizado” foi tão ou mais citado que o problema do desemprego entre aqueles que já haviam experimentado algum tipo de ocupação com carteira assinada. Os ambulantes das praias do Rio de Janeiro estão, portanto, entre aqueles que alimentaram as estatísticas nacionais referentes à estagnação nominal dos salários e mesmo à contração dos salários reais ocorrida no setor terciário da economia brasileira. A estagnação dos salários é bem visível nos setores de comércio e serviços desde o ano de 1998.

Mas para entender tais indicadores gerais, precisamos abrir aqui um breve parêntese acerca das políticas econômicas adotadas no período, bem como a repercussão das mesmas sobre o comportamento do emprego e da renda. O poder executivo induziu a ocorrência de uma forte recessão entre 1990 e 1992 (especialmente pelo confisco de recursos financeiros do empresariado e da classe média), como uma tentativa de combater a escalada inflacionária do período, além de iniciar um processo de liberalização econômica e privatização. O resultado foi uma grave crise no emprego. No entanto, o desemprego do período teria sido em grande parte amortecido pelo achatamento dos salários reais, especialmente nos ramos de comércio e serviços

(CAMARGO, NERI e REIS, 1999, p. 3). O nível salarial em 1992 voltou a subir, na medida em que a economia retomava o crescimento. De 1994 a 1998, os setores de comércio e serviços, de onde veio a maioria dos ambulantes que experimentaram o assalariamento, viveram um relativo *boom* salarial nos seus respectivos setores (cf. PESQUISA MENSAL DE EMPREGO/IBGE apud INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA, página eletrônica), dado o êxito de um novo plano de estabilização inflacionária (embora com efeitos perversos em outros níveis macroeconômicos, especialmente a longo prazo). No mesmo período, os dois setores tiveram ainda a capacidade de absorver, em grande medida, a força de trabalho desligada do setor industrial por conta da “reestruturação produtiva” induzida pela abertura econômica.

Entretanto, é flagrante a estagnação salarial tanto no comércio como nos serviços desde 1998⁵. Esse quadro sugere que, a partir da crise asiática do mesmo ano, as empresas brasileiras passaram a adotar estratégias mais “defensivas” de inserção no mercado. Se imediatamente após a estabilização aceitavam o aumento do custo real do trabalho como contrapartida do aumento da produtividade dos assalariados (na indústria e serviços), a nova conjuntura transformou o rebaixamento real dos salários reais em regra em todos os setores econômicos. O decréscimo da remuneração real por praticamente seis anos seguidos entre os assalariados do Estado de São Paulo⁶ (IBIDEM) foi politicamente possível por causa do agravamento da sensação de insegurança no emprego mesmo entre trabalhadores formais e sindicalizados (BEZERRA 2006, p. 98).

Portanto, não é “coincidência” alguma o fato de que diversos vendedores ambulantes das praias do Rio de Janeiro tenham procurado esta ocupação justamente a partir da virada da década de 1990 para a da década de 2000, como forma de recusar um padrão de assalariamento considerado autoritário e indigno do ponto de vista da renda, conforme está explícito em diversos discursos. O caráter de “opção” pelo não-assalariamento aparece ainda mais nos seguintes casos: há ex-assalariados que afirmam ter, como ambulantes, renda equivalente ao período no qual eram empregados com carteira, mas vêm preferindo a informalidade por causa da “autonomia”, mesmo em detrimento dos benefícios atrelados ao trabalho formal⁷.

O desemprego, é claro, esteve presente nas “motivações” mais constantemente apresentadas pelos ambulantes para terem abraçado o “auto-emprego” como estratégia. Entretanto, este era um resultado mais esperado e fazia parte das próprias “pré-noções” com as quais o presente pesquisador entrou em “campo”. Mas, contrariando toda a literatura que explica o crescimento do setor informal enquanto resultado de uma falta de oportunidades ao nível da obtenção de postos de trabalho formalmente assalariados, o contato com esse grupo social específico indica que tal resposta não capta algo ainda mais profundo: a “precariedade” do mundo de trabalho que tem condicionado o crescimento continuado de trabalhadores “por conta própria” no ramo comercial não diz

⁵ Mesmo que o setor de serviços tenha assistido a certo aumento nominal nos salários entre 1998 e 2002, certamente ele se deu fundamentalmente nas ocupações de mais alto grau de instrução ou organização dos trabalhadores, o que certamente não foi o caso de nossos ex-faxineiros, por exemplo.

⁶ É comum que as estatísticas econômicas brasileiras abarquem apenas o Estado de São Paulo, onde se concentra parte significativa dos parques industriais e de serviços do país.

⁷ Tais benefícios eram, em geral, profundamente valorizados. Muitos ambulantes tinham grande nostalgia em relação ao tempo que tinham 13º. terceiro salário e férias remuneradas. Entretanto, costumavam confrontar tais perdas com os ganhos em liberdade no trabalho.

respeito meramente a uma suposta diminuição da oferta de empregos formais, mas a uma oferta “precarizada” de postos de trabalho ao nível da renda.

A constatação empírica de que os vendedores vêm “recusando” o trabalho assalariado nas condições nas quais estão sendo ofertadas as vagas desafia as antigas teorias da “marginalidade”, tanto nas versões mais evolucionistas (com matriz na teoria da modernização) ou críticas (matriz marxista). Como se sabe, as teorias da marginalidade nascidas na década de 1960 estiveram apoiadas, inicialmente, na idéia de que o pólo dinâmico urbano-moderno seria portador de um projeto de desenvolvimento capaz de absorver as populações marginais (em múltiplos sentidos) da América Latina após submetê-las a preparação normativa-cultural adequada. A relação de continuidade com a “teoria da modernização” era clara. Por sua vez, José Nun tentou reconverter o tema da marginalidade numa abordagem marxista acerca do problema de uma população que poderia ser chamada “massa marginal”, que não mais parecia ser funcional ao capitalismo monopolista na América Latina (NUN, 2001, p. 19-29). Pode-se dizer que tanto uma quanto outra padeciam de uma abordagem excessivamente “estruturalista”, que pré-fabrica as motivações dos agentes envolvidos, desconhecendo o caráter eventualmente (ou sistematicamente) “ativo” da “opção” por ocupações situadas fora dos circuitos principais da acumulação capitalista. O próprio José Nun empreendeu, mais contemporaneamente, uma tentativa de auto-crítica e superação de sua teoria da *massa marginal*. Reconheceu, por um lado, que sua matriz marxista comprometia a teoria com um viés determinista-produtivista (que exatamente negligenciava a “agência” dos atores sociais) e, por outro, chamou atenção para o fato de que boa parte daqueles que podem ser considerados “excedentes populacionais” para o capitalismo mais avançado podem ter relações com “processos subordinados ou secundários de acumulação aos quais a literatura sobre o *fim do trabalho* tende a não prestar atenção suficiente” (NUN, 2001, p. 278).

Praticamente nenhum ambulante encontrado em campo é ex-assalariado dos setores mais dinâmicos do capitalismo monopolista. Portanto, em função do próprio nível de instrução dos trabalhadores, bem como da própria diminuição da utilização do trabalho vivo na atual composição orgânica do Capital nos setores de ponta, pode-se dizer que estes contingentes seriam completamente afuncionais para a acumulação monopolista, não tendo sequer o *status* de exército industrial de reserva. Por outro lado, o padrão da experiência laboral desses vendedores foi fundamentalmente o do assalariamento em setores ainda “concorrenciais”⁸ do capitalismo, como restaurantes, padarias, lojas, escritórios, etc. Pode-se firmar que, em relação a esses setores no Rio de Janeiro, tal contingente não se encontra, de modo algum, numa posição de “excedentária”, dado que muitos teriam pedido voluntariamente o desligamento de seu último emprego assalariado.

Portanto, em contraste com os pressupostos da teoria da marginalidade, o crescente engajamento na ocupação de vendedor ambulante tem mostrado que não se trata de mera existência de uma crise na quantidade do emprego no Brasil, mas também ou principalmente de uma crise na qualidade do emprego, na ótica dos próprios ambulantes.

⁸ Para uma distinção entre setores “monopolistas” e “concorrências” no capitalismo, tomo por base Nun 2001.

“Tragédia” Sazonal: a insegurança cíclica, sujeita a chuvas e Trovoadas

Façamos agora uma breve interrupção na descrição da jornada primaveril de Silvério. Para falar da dimensão fundamentalmente “trágica” da vida de um vendedor ambulante é preciso que passemos para um dia de chuva. “Trágico”? Fala-se aqui em tragédia no seu sentido estético mesmo. Uma das dimensões fundamentais das tragédias gregas era o fato de que os eventos mais marcantes da vida do personagem já estavam pré-estabelecidos, a tal ponto que eram revelados sempre por um “oráculo”: Édipo tentou fugir do seu destino previsto, mas acabou matando seu pai e esposando sua mãe. Do mesmo modo, todo o vendedor ambulante sabe, de antemão, que o abraçar dessa “carreira”, por opção ou necessidade, implica a submissão objetiva aos desígnios dos deuses do trovão, do tempo cronológico, do mar e de todos os demais aspectos que determinam a presença maior ou menor de seus fregueses nas praias.

É final de inverno, domingo. De manhã, o sol ameaçava aparecer depois de muitos dias chuvosos. Eu estava ansioso para voltar ao “campo”. Foi curioso sentir na pele o mesmo drama dos ambulantes: se eles não podiam trabalhar eu também não podia. Ficava me perguntando como aqueles que dependem apenas dessa ocupação para sobreviver estavam se virando nessa longa temporada de recesso. Não estava chovendo, mas ventava e fazia certo frio. Resolvi arriscar e ver se algum ambulante, também ansioso, havia arriscado. Antes mesmo que eu chegasse à praia já estava caindo uma garoa fina e gelada do céu.

Areia vazia. Algumas pessoas caminhavam pelo calçadão molhado. Desolação. Bati algumas fotos no deserto da areia. Apareceu um vendedor de bebidas em lata e de biscoito *Globo* caminhando pelo calçadão, arriscando alguma venda entre os transeuntes que vestiam casacos e portavam guarda-chuvas. Era Antonio, um dos mercadores mais inusitados que conheci. Ele tem formação universitária completa em Educação Física, é professor numa escola municipal e chegou a ser treinador de equipes de natação. Ele mora ali mesmo no Leblon (jamais imaginei que conheceria um vendedor que morasse no próprio bairro), tem 54 anos e veio do estado do Ceará em 1969, quando ingressava na fase adulta. Por que Antonio é vendedor ambulante se possui um emprego público? “Porque contraí uma doença e a diretora recomendou que abandonasse a docência. Eu aceitei, mas eu poderia ter me negado”. A “doença” permaneceu para mim misteriosa e nada mais pude saber acerca disso. Ele continua recebendo uma remuneração da prefeitura, mas trata-se de um parco “salário-base”, sem a complementação proporcional às “horas-aulas” ministradas. Não está propriamente infeliz com a condição de ambulante, já que considera a vida de assalariado uma “escravidão”, em suas próprias palavras. Ele explica: recebe-se pouco proporcionalmente ao quanto se trabalha. Essa tal “escravidão” lhe é conhecida já há 31 anos. Nas praias, também já está veterano, tendo mais de 15 anos de experiência.

Antonio não participa de nenhum esquema de venda por consignação com “barraqueiros” da praia. Afirma fazer isso para manter a sua “autonomia”, valor tão evocado pelos vendedores. Entretanto, cabe ressaltar que o próprio fato de Antonio morar no Leblon cria-lhe condições materialmente mais favoráveis para que possa ficar indiferente aos esquemas de aquisição de mercadorias em depósitos próximos à praia. Dado o menor esforço físico que precisa empreender, pode estocar as mercadorias não vendidas em sua própria casa. Isso também deve lhe gerar vantagens financeiras, dado que os supermercados, mesmo os do Leblon, vendem as bebidas por preços mais baixos

que aqueles praticados pelos barraqueiros⁹. Aliás, alguns barraqueiros compram bebidas em supermercados do Leblon e precisam revender mais caro (em relação aos bairros de origem de todos esses “personagens”) para os ambulantes. Estes últimos compram dos barraqueiros pela mera vantagem de não ter que carregar estoques para casa. No entanto, pode-se especular que, caso os barraqueiros resolvessem vender por um preço muito alto aos ambulantes, estes deixariam de lado o sistema da consignação para comprar diretamente no supermercado. De fato, um barraqueiro contou-me que ganhava apenas 10 centavos por lata, em relação ao preço que comprara no supermercado. Ou seja, os barraqueiros ganham na “escala” de venda mesmo, quando se trata de revender aos ambulantes, dado que vendem as mercadorias com um ganho unitário muito baixo. Os barraqueiros cobram preços muito superiores aos consumidores finais, clientes de suas “barracas”¹⁰.

Antonio acredita ganhar cerca de 1.000 Reais num verão, mas apenas metade disso no inverno. Neste dia chuvoso, só arriscou vir trabalhar porque mora próximo à praia. Mas já estava prestes a ir embora, dado que a chuva engrossava (e encharcava meu caderno de campo). Geralmente, fica de 8 a 10 horas perambulando pelas areias, mas hoje nem adiantaria esperar o final da tarde. Até ali, mesmo sendo um dos únicos vendedores presentes na orla, havia conseguido vender apenas 32 Reais, mas seria preciso descontar daí o valor pago no supermercado pelas bebidas e pelo gelo.

O outro único vendedor que encontrei naquela tarde foi Paulo, de 65 anos. Ele foi o único ex-trabalhador da indústria que conheci entre a centena de vendedores que entrevistei: Paulo trabalhava num estaleiro naval, ramo industrial que praticamente se extinguiu no Estado do Rio de Janeiro na década de 1990. Mas Paulo tinha tempo de serviço suficiente para se aposentar pela profissão. Hoje, o trabalho como ambulante apenas serve para complementar a sua segura renda expedida mensalmente pelo Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), vinculado ao Ministério da Previdência Social. “Sem a aposentadoria não daria para viver. Isso aqui é só um quebra-galho, porque a concorrência é muito alta”, afirma ele. O curioso é que ele já trabalhava como ambulante mesmo quando era um assalariado relativamente remediado para os padrões brasileiros, na década de 1980. Ele chegara a vender refrigerantes em lata no passado, mas passou a achar que o retorno financeiro não compensava o esforço físico. Hoje em dia vende apenas o biscoito *Globo* para evitar de carregar muito peso. A única razão pela qual veio à praia neste dia pouco promissor foi o fato de que já tinha saído de casa muito cedo para ser um dos primeiros a chegar na fábrica do biscoito *Globo*, aonde vai pelo menos uma vez por semana. Não precisa ir mais vezes do que isso, pois só trabalha nos finais de semana e feriados mesmo. Quando chegou na praia, o tempo havia “virado”, e estava ali apenas descansando antes de voltar para casa.

De um modo geral, todos os ambulantes enfatizam bastante o drama do trabalho fora dos meses de calor. Bastava que eu perguntasse quanto o vendedor costumava auferir de renda todos os meses: invariavelmente, indicavam a impossibilidade de uma resposta segura. Na verdade, eles mesmos pareciam não gostar de pensar sobre o assunto. Então, descartavam o raciocínio voltado para o cálculo mensal e falavam nas variações diárias

⁹ Estes “barraqueiros”, que possuem o ponto na areia mediante o pagamento à prefeitura, costumam exercer o papel de depósito-fornecedor para os vendedores de bebida.

¹⁰ Para os vendedores ambulantes de bebida, que são a maioria das praias do Leblon e Ipanema, os barraqueiros (seus fornecedores na areia) são os maiores concorrentes. Eles abrem uma “conta” para os clientes que ficam perto da barraca e atendem-nos como se estivessem num restaurante.

(por exemplo, “entre 20 e 70 reais”), por algumas razões básicas: não precisar contar as “perdas” dos dias em que ficam sem vendas por causa das chuvas e nem as variações mensais das vendas em relação às estações do ano e aos períodos de presença/ausência de férias escolares. Na verdade, é difícil pensar a longo prazo em face desse tipo tão variável de auferição de renda.

Em geral, a própria tentativa de responder a essa pergunta costumava revelar todo um repertório de angústias vividas por esses trabalhadores em relação à própria remuneração. Era normal o “queixume” e a resignação frente a essa grande incógnita permanente: “quanto ganharei esse mês?”. A resposta costumava vir acompanhada da descrição do número de contas a pagar e das respectivas datas de vencimento das mesmas. Quando eu perguntei a Antonio se era possível poupar dinheiro durante o verão para garantir a subsistência durante os meses de inverno, ele foi taxativo, como tantos outros vendedores com quem conversei: “isso é impossível!”. Definitivamente, se existe algum vendedor que consiga utilizar durante o inverno alguma parcela de renda poupada no verão, eu não o encontrei durante os meses de pesquisa. Ou seja, o padrão de subsistência invariavelmente sofre uma inflexão negativa durante os meses frios ou mesmo no verão quando chove excessivamente.

O trabalho de vendedor ambulante na orla marítima possui, portanto, uma parcela de sofrimento econômico altamente previsível. Trata-se, certamente, de uma “condição” completamente avessa à idéia de segurança sócio-econômica que esteve de algum modo associada ao capitalismo *fordista*, seja nas suas versões centrais ou periféricas. No Brasil da segunda metade da década de 1980, por exemplo, a dinâmica social do país parecia tender à configuração de um capitalismo tipicamente fordista, ao menos no nível de seu modo de regulação. Por um lado, contava-se com sindicatos crescentemente fortalecidos que demandavam o aprofundamento das negociações coletivas entre patrões e empregados. Por outro, a Constituição Federal estabelecera as bases institucionais para a edificação de um Estado Social mais universalista (e não restrito a certos grupos profissionais urbanos), contando com um complexo sistema de Seguridade Social (Previdência Social, Assistência Médica e Assistência Social), que incluía o expediente do seguro-desemprego, além de um arcabouço de normas trabalhistas renovado para conceder mais liberdade de organização aos sindicatos e mais proteção aos trabalhadores contra os riscos de demissões involuntárias (BEZERRA, 2006, 105). No entanto, as promessas de segurança e bem-estar no assalariamento teriam perdido força aos olhos de muitos trabalhadores durante os “anos neo-liberais”, principalmente a partir do já aludido desgosto com o nível dos salários. Entre os mercadores ambulantes, a insegurança sazonal tem sido um dos mais pesados preços da autonomia almejada.

Concorrência, Concorrência, Concorrência... Ressentimentos

Silvério já está vendendo sorvetes e biscoitos há cinco horas e meia. Haverá mais duas horas de sol, mas o cenário não está nada promissor: segundo ele, a praia está cheia de “farofeiros”¹¹ sem dinheiro. As vendas foram melhores pela manhã, principalmente no início. Ele entrara na areia muito cedo, quando havia apenas mais um vendedor de sorvetes em ação na praia do Leblon. O interessante foi que na sua estratégia de locomoção na areia, tão ou mais importante do que observar os eventuais fregueses, era

¹¹ Forma pejorativa pela qual se designam os banhistas moradores de áreas pobres ou longínquas que trazem a própria comida e bebida de casa.

prestar atenção no comportamento do concorrente. Os dois praticamente apostavam corrida. Quando um freguês abordava um dos vendedores, o outro logo tentava se distanciar o máximo possível para tentar “abocanhar” sozinho todo o mercado que havia à frente. Silvério afirmou sempre fazer isso. Às vezes, a estratégia era inteiramente diversa: como o outro estava muito à frente, Silvério retardava a marcha ou mudava o sentido da caminhada, como se já tivesse perdido um determinado nicho de mercado e precisasse ir em busca do monopólio de uma outra fatia deixada para trás pelo sorveteiro concorrente.

À tarde, como as vendas estavam mais fracas, Silvério parava mais vezes para descansar, coisa que praticamente não fez durante três horas ininterruptas sob o sol já forte da manhã. “Cansa mais quando não se vende muito, o isopor não esvazia”, explica ele. Tomara água pela primeira vez às 11h30min. Agora sorvia um sorvete do próprio isopor, às 14h50min. Após esse descanso, a estratégia de locomoção voltou a se pautar completamente pela observação dos demais sorveteiros. Ele parava para descansar, mas quando um deles se aproximava, andando no mesmo sentido em que Silvério vinha fazendo até então, o baiano disparava para chegar à frente. “É preciso ter muita malandragem”, diz ele sobre o assunto.

O detalhe interessante é que Silvério conhecia todos esses sorveteiros e tinha um convívio relativamente próximo a eles, até porque a maioria dos sorveteiros do bairro do Leblon possui também o depósito de Aldo e do sorvete *Mediterrâneo* como base. Eles conversam, ajudam o colega no troco e trocam outros favores. No entanto, segundo Silvério, ninguém é amigo. Eu pergunto se eles ficam chateados quando alguém indica uma nova pessoa para trabalhar junto ao depósito de Aldo. “Claro que fica. Se alguém disser que não, a pessoa está mentindo. Não vai ter pra todo mundo”.

Em relação ao modo como os ambulantes subjetivam a relação com a concorrência, uma das coisas que mais me chamou a atenção foi o fato de que muitos receavam falar sobre a renda com medo de que a informação “vazasse” publicamente e estimulasse outras pessoas a trabalhar na orla, mesmo em face dos baixos rendimentos auferidos nos meses de relativo frio. Um vendedor, em especial, acabou sendo muito expressivo em relação a esse tipo de incômodo. Wilson perguntou-me se a pesquisa era para a televisão. Caso a entrevista tivesse esse destino, prosseguiu ele, ele se recusaria a respondê-la. A razão para isso, revelou ele, seria o ressentimento que guarda em relação a vendedores que, com vergonha da renda que recebem, declaram aos meios de comunicação de massa uma renda muito maior do que normalmente se auferem no cotidiano: “eles declaram o faturamento do carnaval, da festa de ano novo e não do inverno”. Ele resumiu o problema da seguinte forma: “dizer quanto ganho gera desemprego. A pessoa desiste do emprego que tem e vem para cá achando que vai ganhar bem o ano todo. Fica ruim para todo mundo”.

Conforme já se aludiu, a principal maneira de tentar tornar a concorrência menos daninha é a estipulação de um preço único para cada mercadoria: o biscoito *Globo*, por exemplo, custa 2 Reais tanto no Leblon quanto em Ipanema. É interessante constatar a existência dessa forma de regulação coletiva do preço, considerando que a maioria das falas dos ambulantes aponta para um grau relativamente elevado de atomização na realização do trabalho. Mesmo entre os vendedores mais novatos, não encontrei qualquer indício de que alguém desobedecesse ao preço único vigente em cada praia. Parece que a sociabilidade entre os vendedores, que quase sempre é qualificada pelos

mesmos como de baixa intensidade, é suficiente para ensinar rapidamente, a qualquer recém chegado ao ramo, que há um preço a ser respeitado.

Essa inusitada combinação entre um baixo grau de intercâmbio social com uma obediência quase universal à regra informal do preço pode ser interpretada como uma decorrência da condição de incerteza sócio-econômica partilhada por esses trabalhadores. A adoção tácita do preço único para todas as mercadorias industrializadas parece expressar o grande anseio por reduzir essa condição de incerteza: a concorrência não poderia ser feita mediante o preço, dado que a margem de manobra para a redução de custos é muito baixa nestas condições nas quais não se domina os meios de produção das mercadorias.

Isso não significa que, eventualmente, alguns vendedores não vendam por um preço mais baixo. Paulo, aquele ex-operário naval aposentado pelo INSS, queixou-se muito dos nordestinos que vêm para o Rio de Janeiro “sem nada” e precisam, segundo ele, vender as mercadorias a qualquer custo (inclusive abaixo do preço “coletivo”) para sobreviver. Nas palavras de Paulo: “antes mesmo de saber onde vão morar, os nordestinos já estão aqui na praia querendo vender de qualquer maneira”. Exagero ou não, o que nos importa é que a frase denota o quanto os ambulantes nordestinos, especialmente os mais recentes “concorrentes”, são estigmatizados e responsabilizados pela suposta decadência do outrora “paradisiaco” mercado das praias cariocas.

Liberdade Subjetiva e Subsunção Formal do Trabalho dos Vendedores no Capital (a funcionalidade abstrata)

Os vendedores da praia se auto-definem enquanto trabalhadores plenos de autonomia. De fato, suas declarações coincidem em parte com a descrição feita por Marx e Engels acerca da ambígua liberdade da força de trabalho sob o capitalismo: por um lado livres de um *status* “servil”, mas por outro são “livres” por não possuírem meios de produção. Ocorre que os ambulantes são trabalhadores ainda mais livres, em certo sentido, dado não estarem submetidos sequer ao regime disciplinar fabril, típico do capitalismo industrial. Esta liberdade é por eles cultuada, celebrada e perseguida. É a principal característica positiva enfatizada nos discursos. É o fator chave para que alguns optem por não se submeterem ao relativamente seguro assalariamento formal. O alívio de não estarem sujeitos aos caprichos de um patrão de aluguel seria mais recompensador do que as garantias de um salário fixo e de alguns benefícios em caso de doença e de velhice. Silvério concedeu-me declarações altamente entusiásticas acerca de seu trabalho: “eu adoro trabalhar na praia, muito melhor do que trabalhar para patrão. Aqui eu olho a bunda das mulheres, vejo os atores da televisão, ganho meu dinheirinho e se eu quiser não venho trabalhar. E ainda tiro onda!”

Não seria exagero afirmar que a maioria dos comerciantes ambulantes das praias do Rio de Janeiro podem ser definidos, subjetivamente, por serem pessoas que perseguem a liberdade acima de tudo. São “seres para a liberdade”. Expressão disso é o vendedor que, num dia de sorte, volta mais cedo para casa ao invés de buscar “recarregar” as suas mercadorias no fornecedor mais próximo. Os trabalhadores do comércio praiano não são vítimas passivas de um perverso mercado de trabalho que lhes empurraria, inexoravelmente, para o mundo da “informalidade”. Trata-se aqui, sem dúvida, de uma opção em diversos casos. Uma escolha que contesta a “racionalidade” esperada pela

economia neo-clássica: não agem primordialmente para maximizar ganhos, preferem diminuir a jornada, como regra.

Por outro lado, é comum que as cigarras¹² vocacionais que há mais tempo estão no ramo da venda ambulante na praia falem do passado como um momento idílico de trabalho mais leve e renda mais garantida. Mas o que teria ocorrido com o paraíso então, que estivera em suas mãos e agora parece escorrer por entre elas? O que ocorreu para que a maldição de Adão se abatesse sobre eles, que passaram a ter que se expor por cada vez mais tempo ao sol, à possibilidade do câncer de pele, ao esforço da caminhada por um número maior de léguas nas areias, ao peso físico crescente das mercadorias carregadas? O segredo do fenômeno, se é que ele constituiu realmente algo oculto para os olhos que observem um domingo de sol em Ipanema, está na multiplicação contínua das cigarras. São muitos os desalentados do assalariamento (por desemprego ou queda da renda) que querem provar da macieira da “liberdade associada à renda”, que é prometida pela vida de vendedor ambulante. São ex-trabalhadores de restaurantes, padarias, eletricitistas, peões da construção civil etc. que não agüentavam mais aturar os caprichos de seus patrões para ganhar tão pouco.

Essa terra prometida de um trabalho mais recompensador que o trabalho assalariado tornou-se objeto de desejo de contingentes “industrialmente” criados pelo capitalismo brasileiro. Os vendedores “antigos” muitas vezes maldizem essa chegada de verdadeiros exércitos de novos vendedores sedentos por renda, vida à beira-mar e fuga do autoritarismo patronal. De fato, o Brasil produziu massivamente esse tipo de trabalhador “por conta própria” nos últimos anos: segunda a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), os “trabalhadores por conta própria” cresceram 23% no país de 1993 a 2003 (PNAD *apud* NERI, 2005, p. 3).

Os vendedores antigos citam, especialmente, algumas “levas” de migrantes nordestinos, que teriam vindo na metade dos anos noventa e depois mais uma vez no início da década de 2000¹³. Conversei com alguns migrantes mais recentes. São eles os que se encontram nas piores condições de trabalho: como não estão inseridos nas redes de relações sociais costumeiras que facilitam o acesso às mercadorias (fornecedores que vendem por consignação), que permite aos mais velhos carregar menos peso e não arcar com os custos de mercadorias não vendidas naquele mesmo dia, tentam compensar tal situação trabalhando durante mais horas, carregando mais peso (os novos “paraibas” são conhecidos, pelos mais antigos da praia, como sendo pessoas próximas da animalidade: fortes e sem racionalidade) e, supremo sacrilégio para os vendedores mais antigos, atraindo consumidores através do preço mais baixo que a “tabela” de preços tacitamente conhecida por todos os vendedores da praia. O ressentimento dos ambulantes antigos, que já seria grande pela simples entrada de novos concorrentes, costuma ser amplificada pelo entendimento de que alguns novatos fariam concorrência “desleal”, motivados pela precariedade e a urgência de se estabelecer numa cidade nova.

Enfim, temos aí um paradoxo subjetivo para os vendedores ambulantes de beira-mar: são impelidos a se submeterem a rotinas de trabalho crescentemente estafantes

¹² As cigarras são simbolicamente associadas, desde a fábula de Esopo, a um comportamento hedonista (o gosto pela música) em contraposição a um comportamento “laborioso” das formigas (a estocagem de alimentos para o inverno, na fábula).

¹³ Registre-se que tais depoimentos “temporais” costumam enfatizar a falta de certeza quanto às datas enunciadas.

(exatamente quando a idade avança) e decrescentemente recompensadoras do ponto de vista da renda. Sonho de cigarra, trabalho de formiga. A imposição de jornadas crescentes por parte do patrão é substituída por uma imposição da concorrência que vai no mesmo sentido. Seria preciso trabalhar mais horas num mesmo dia, procurando eventuais compradores, para se conseguir a mesma renda adquirida anos antes. Em outras palavras, o *tempo de trabalho socialmente necessário para a reprodução sócio-material* tem aumentado, justamente em função da existência de um *tempo maior de trabalho não pago*.

No “capítulo inédito” de *O Capital*, Marx dedicou um trecho à reflexão sobre a existência de formas laborais formalmente *subsumidas* no Capital, mesmo que não fossem aquelas formas conhecidas do assalariamento. Marx afirma que a subsunção formal se dá quando há a mais-valia absoluta, independente do vínculo empregatício.

Denomino subsunção formal do trabalho no Capital à forma que se funda na Mais-Valia absoluta, pois que só se diferencia dos modos de produção sobre cuja base surge (ou é introduzida) diretamente, seja porque o produtor (producer. Ing.) atua como empregador de si mesmo (self-employing. Ing.), seja porque o produtor direto tem que fornecer sobretrabalho para outrem. O que muda é a coação que se exerce, isto é, o método pelo qual o sobretrabalho é extorquido (...) É apenas na sua condição de possuidor das condições de trabalho que, neste caso, o comprador faz com que o vendedor caia sob a sua dependência econômica; não existe nenhuma relação política, fixada socialmente, de hegemonia e subordinação” (Marx, 2004, p. 94).

Existe a formação de mais-valia absoluta na atividade de vendedor? Seria polêmico fazer tal afirmação, considerando tratar-se de uma atividade meramente comercial. Tende-se a interpretar que no comércio o valor da mercadoria é “realizado” e não “criado”. De qualquer forma, falar aqui em aumento da mais-valia absoluta serve, no mínimo, como uma ilustração (ainda que metafórica) da evidência objetiva da subsunção do trabalho dos vendedores no Capital. Afinal, pode-se observar (agora sem metáforas) que vem aumentando o *tempo de trabalho não pago necessário para a reprodução* desse tipo de força de trabalho. Por qual razão os ambulantes trabalham mais, considerando serem eles próprios os definidores da jornada diária? A resposta reside na necessidade de que cada ambulante venda um número “x” de mercadorias para assegurar sua subsistência. Desse modo, quando a concorrência aumenta, precisam alargar ao máximo possível a jornada, até que possam vender aquela mesma quantidade de mercadoria que, até então, era vendida em menos tempo.

Para tornar mais satisfatória a idéia da subsunção deste tipo de trabalho no Capital, pode-se evocar também o arrazoado, elaborado por Francisco de Oliveira, do surgimento de uma fusão histórica entre mais valia relativa e mais-valia absoluta no trabalho dos vendedores ambulantes, a partir do salto de produtividade vivido pelo capitalismo nas últimas décadas. Segundo o autor, o aumento da produtividade do trabalho nos setores de ponta (que Nun chamaria de monopolistas) de nada valeria sem a realização do valor dessas mesmas mercadorias, que é possibilitado pelos trabalhadores conhecidos como “informais”:

“aqui, fundem-se mais-valia absoluta e relativa: na forma absoluta, o trabalho informal não produz mais do que uma reposição constante, por produto, do que seria o salário; e o capital usa o trabalhador somente quando precisa dele; na forma relativa, é o avanço da produtividade do trabalho nos setores *hard* da acumulação

molecular digital que permite a utilização do trabalho informal” (Oliveira, 2003, p.136).

Ou seja, a concorrência entre os ambulantes pode sempre aumentar elasticamente, dado que o setor industrial é capaz de produzir mercadorias em tal proporção. Mais do que isso, pode-se dizer que a Indústria (que não é mais intensiva em força de trabalho) depende, para a realização do valor de suas mercadorias, da existência de um incremento constante da proporção de um exército que promova a circulação. Numa sentença lógico-formal: cada trabalhador precisa trabalhar por um tempo necessário, que é crescente, até que a última mercadoria seja vendida. Por isso, quanto mais o setor manufatureiro aumenta a sua produtividade, mais os trabalhadores ambulantes precisam aumentar a sua jornada de trabalho para enfrentar a crescente concorrência no seu próprio setor. Recorrendo mais uma vez àquele autor, temos aí a seguinte contradição: “a jornada da mais-valia relativa deveria ser de diminuição de trabalho não pago, mas é o contrário, pela combinação das duas formas. Então, graças à produtividade do trabalho, desaparecem os tempos de não-trabalho...” (Oliveira, 2003, p.136).

Se antes a funcionalidade de boa parte da força de trabalho, no fluxo de reprodução do Capital, estava à montante da “mercadoria” (na produção), hoje os ambulantes mostram como a funcionalidade do trabalho humano está em grande parte retomada à jusante da mercadoria (na venda). Isso explica, de um ponto de vista funcional, o viés “democrático” dos fornecedores: qualquer um pode entrar no esquema, desde que haja alguma certeza de que o vendedor não irá desaparecer. Temos aí uma luta de classe *sui-generis*: a luta dos vendedores é por impedir que as organizações continuem alargando a entrada de mais gente no circuito das mercadorias (a não ser que seja um ente querido de sua família). É o contrário da tendência lógica da economia formal que, quanto mais demanda por trabalho existe nas empresas, mais os trabalhadores ficam fortes para barganhar por melhores salários e condições de trabalho. No campo dos “contra-própria”, cada novo ser semelhante não é um companheiro, mas um competidor. Como não há população excedentária nesse ramo de atividade (nem exército de reserva), sempre caberia mais um trabalhador ativo. E os semelhantes são criados “industrialmente” pelo modelo de pós-fordismo brasileiro, com o seu padrão de pagamento de salário-mínimo para os assalariados do comércio e dos serviços e de diminuição dos contingentes de trabalhadores na indústria.

Tal afirmação “lógica” não quer dizer, necessariamente que todos ou mesmo a maioria dos vendedores estejam efetivamente fazendo isso, ou seja, que estejam realmente trabalhando mais do que no passado (em relação a si próprios ou em relação à média do conjunto dos vendedores ambulantes no passado). Alguns, foi possível notar, acabam resignando-se mesmo à própria deterioração de suas condições de vida. Preferem ganhar menos do que trabalhar mais, escolha que acaba alimentada pelo próprio avanço da idade, tão determinante para as condições de trabalho numa atividade laboral tão dependente do esforço físico. Prefere-se, neste caso, manter a liberdade e o gozo da ausência de um patrão que ordenaria o esforço físico a qualquer custo. De qualquer forma, principalmente durante o verão, quando o sol demora mais a se pôr, é possível observar um grande contingente de vendedores pelas areias ainda buscando fregueses retardatários no início da noite, por volta das 20:00h, perfazendo quase 12 horas de jornada de vendas (fora todo o tempo gasto na preparação prévia).

Dos “vizinhos capitais” ao longínquo e onipresente Capital (a funcionalidade concreta)

Se no tópico acima foi possível perceber o vínculo “abstrato” com o Capital, independente das formas concretas de aquisição das mercadorias junto a um fornecedor (cujos tipos vão de supermercados para consumidores anônimos a depósitos de fabricantes que fornecem de forma particularizada), veremos agora as distâncias e proximidades que os vendedores podem ter com o capital monopolista.

Começemos pelos casos mais simples indo aos mais complexos. João vende limonada e chá-mate em dois galões térmicos de metal, pesadíssimos, atados aos seus ombros por alças. Essa forma de venda era generalizada na década de 1980. Desaparecera por um tempo e ressurgiu com alguma força recentemente. Cada galão desses não custa menos que 600 Reais, segundo sua informação. Tratar-se-ia de um investimento considerável. João, que não tem dinheiro para comprar os galões, aluga os mesmos de um vizinho seu que também faz vendas na praia da exata mesma maneira que João. O preço desse aluguel do “meio de circulação” (o galão) é a divisão de metade do valor das vendas com o vizinho. Como o vizinho pode saber se João lhe entrega, efetivamente, metade dos ganhos? “Ele confia em mim, somos camaradas”. O vizinho também minimiza os custos de trabalho de João, concedendo-lhe carona para chegar à praia. Perguntei a João, provocativamente, se ele achava que seu vizinho era uma espécie “patrão”. Ele retrucou: “de jeito nenhum. Ele é só um colega que está me dando uma oportunidade para trabalhar e, em troca eu lhe pago metade das vendas”. Definitivamente, João e seu vizinho não se defrontam como Capital e Trabalho¹⁴. Suas relações são subjetivamente entendidas como de reciprocidade, mesmo que um detenha materialmente o que o outro não tem. Além disso, o vizinho não possui meios de produção em escala suficiente para ser designado como um capitalista. Para Marx: “Só uma vez alcançado um certo mínimo de Capital, deixa o capitalista de ser ele mesmo um operário e começa a ocupar-se unicamente com a direção do processo de trabalho e a comercialização das mercadorias produzidas” (Marx, 2004, p. 96). Por sua vez, o conteúdo que vai dentro dos galões é comprado no supermercado por ambos.

Temos agora um caso muito curioso, o dos vendedores de *Sucolé do Claudinho*. Este inusitado valor de uso, batizado com o nome do produtor e organizador do processo de venda, nada mais é do que suco de fruta misturado a leite condensado, vendido dentro de sacos plásticos. Mais inusitadas ainda são as relações de trabalho compreendidas na venda, orientadas desde cima. Os *Sucolés do Claudinho* são sempre vendidos por duas pessoas devidamente uniformizadas (cujos uniformes são sempre lavados pelo próprio Claudinho): uma manipula apenas o dinheiro (considerado o “ajudante”), enquanto a outra apenas manipula a mercadoria (considerado o “vendedor”). A remuneração é concedida via comissão sobre as vendas, sendo que o ajudante ganha 15% e o vendedor ganha 25%. Esta força de trabalho também não é recrutada aleatoriamente. É preciso ser “alegre, comunicativo, bem-disposto e diplomático...são todos escolhidos a dedo”, segundo um vendedor. Além disso, é preciso ser “qualificado” pelo Claudinho em competências comunicativas e na manipulação da mercadoria para o momento da

¹⁴ Mesmo que Marx estivesse se referindo ao capital produtivo de pequena escala na passagem a seguir, creio que ela também elucida a pequena forma de capital rentista que resulta da relação entre o vizinho de João e este. “Só no seu próprio ofício pode investir capital (...) O seu capital está ligado a determinada forma do valor de uso e, portanto, não se defronta com seus trabalhadores como capital” (Marx, 2004, p. 99).

entrega ao consumidor final em condições higiênicas. Após a admissão como vendedor ou ajudante, é preciso frequentar reuniões que debatem o desempenho individual de cada um dos cerca de 16 vendedores. “Pós-fordismo ambulante”? A *Sucolé do Claudinho Indústria e Comércio Ltda*, que já existe há cerca de 15 anos, foi formalizada recentemente e chega a faturar quase 20 mil Reais num final de semana de verão. Alexandre, vendedor de 28 anos, não considera que Claudinho seja seu patrão: “não, ele é mais um amigo. Conheço ele desde de criança lá em Caxias. Ele me dá até carona”. Não há carteira de trabalho, nem nada. Os jovens vendedores se consideram autônomos, apesar de toda a subordinação organizacional e econômica ao pequeno capitalista responsável pela empresa.

Como terceiro caso, tomemos as condições de trabalho de Sérgio. Este pega bebidas por consignação com um desses barraqueiros que possuem ponto fixo na areia da praia. O preço cobrado a Sérgio é um pouco mais baixo do que para os consumidores finais. A prefeitura proíbe que exista esse tipo de comércio “atacadista” nas areias. Mesmo assim, forma-se uma fila de mais de vinte vendedores em frente à tal barraca, no final da tarde, quando os vendedores vêm acertar as suas contas e devolver o que não foi vendido. O controle para evitar eventuais “perdas” por parte do barraqueiro é rigoroso; cada copo plástico de água, suco, guaraná ou mate é inspecionado: o barraqueiro aperta um por um, para verificar se a mercadoria que será devolvida ao estoque (que o barraqueiro leva de *Kombi* até o freezer de sua casa) não está danificada.

Por fim, no caso mais complexo, o dos sorveteiros, voltemos a Silvério. É final de tarde, e Silvério volta aos depósitos de sorvete para devolver os valores de uso não vendidos e para pagar pelos sorvetes que efetivamente chegaram ao consumidor final. Para uma abordagem inspirada em Marx, o que Silvério está fazendo é buscar o seu o “salário” que não fôra “adiantado” pelo capitalista (dado que o depósito de sorvetes é uma mera esfera mediadora da multinacional, uma espécie de terceirização da tarefa de submeter concretamente o vendedor). Para entender esse raciocínio, será preciso transcrever um longo trecho da reflexão de Francisco de Oliveira:

Marx chamou os salários de “capital variável”, exatamente porque se trata de um adiantamento do capitalista aos trabalhadores; é “variável” porque sua resultante na determinação do valor da mais-valia depende das proporções de emprego da mão-de-obra e dos tempos de trabalho pago e não-pago. Além disso, no lucro como recuperação da mais-valia, ela depende da realização ou não do valor. Ora, a tendência moderna do capital é a de suprimir o adiantamento de capital: o pagamento dos trabalhadores não será o adiantamento do capital, mas dependerá dos resultados das vendas dos produtos-mercadorias. Nas formas da terceirização, do trabalho precário, e, entre nós, o que continua se chamar “trabalho informal”, está uma mudança radical na determinação do capital variável. Assim, por estranho que pareça, os rendimentos dos trabalhadores agora dependem da realização do valor das mercadorias.... (Oliveira, 2004, p. 136).

Os exemplos, situados mais acima, são expressivos de toda a pletera de possibilidades de relações que podem existir entre vendedores e fornecedores: o fornecedor pode ser um pequeno rentista (que cobra aluguel pelos meios de circulação das mercadorias) e colega de trabalho com quem se tem relação de amizade ou parentesco; um pequeno capitalista imbuído da ideologia do “empreendedorismo” contemporâneo, que impõe uma subordinação organizacional não desprezível, configurando um pertencimento do vendedor à empresa sem que tal vínculo redunde na concessão de benefícios trabalhistas obrigatórios por lei; um “atravessador” (o barraqueiro) de mercadorias com uma

capacidade de estocagem superior à capacidade de venda própria, que sabe utilizar o trabalho dos ambulantes para multiplicar seus ganhos de escala; por fim, temos o caso da “quase-integração vertical” (QIV, no jargão econômico) dos ambulantes com uma grande empresa multinacional. Em todos eles há um vínculo indireto com algum ramo do capital monopolista (mesmo no caso do sucolé, que precisa utilizar o leite condensado industrializado). No entanto, no caso de Silvério não existe uma mera relação de funcionalidade abstrata entre o Capital monopolista e o vendedor, como é o caso dos vendedores de refrigerantes que não tem relação subjetiva alguma com as grandes empresas. A despeito de um grau elevado de autonomia, Silvério precisa exibir a marca exclusiva do fabricante e submete-se, eventualmente, a regimes de metas de venda. O próprio fornecedor de Silvério, Aldo, está situado numa posição de subordinação ao fabricante de sorvete, como se viu no início do texto. Por sua vez, aquele que ocupa uma posição imediatamente “superior” a Aldo dentro dessa estrutura de sub-contratação da *Sumos* (e que parece ser o único assalariado formal dessa estória), chamado de “representante de vendas”, já teria dito à Aldo: “Isso aqui é um sistema. Existe uma unidade entre Sumos, fornecedor e vendedor. Se um vai mal, todos vão mal”.

São 18:30h e Silvério poderá, enfim, voltar para casa, depois de ter retirado de sua carteira de dinheiro tudo aquilo que não era o seu “salário” e passado tal montante para os dois depósitos. Resumo da ópera: hoje, Silvério vendeu cerca de 150 Reais em sorvete, mas ficou com apenas 60 (descontando já os quase 20 Reais em gelo). Com a venda dos biscoitos, apenas recuperou o dinheiro empregado na compra pela manhã (seu lucro virá somente quando conseguir vender os 40 sacos que sobraram de hoje). Ele gastou cerca 8 Reais em transporte, 12 Reais em alimentação e gastará mais 8 de transporte para voltar para casa. Sua jornada de tantas horas lhe rendeu algo em torno de 35 Reais. Não foi um dia muito bom, vai precisar de mais sorte durante a semana. Silvério voltará no dia seguinte, se fizer sol.

Conclusão

Nem vítimas passivas da precarização, nem heróis da liberdade de uma sociedade do trabalho “imaterial” (HARDT e NEGRI, 2001) celebrada apressadamente. Os vendedores ambulantes das praias do Rio de Janeiro suam, expõem-se ao câncer de pele e à incerteza dos meses de frio em nome de seus sonhos de autonomia financeira e laboral. Remetendo aos termos de José Nun (NUN, 2001, p. 268-272), o crescimento vegetativo dos ambulantes de nosso estudo indica uma crise do “trabalho” muito mais relacionada à dimensão do “fim da sociedade salarial” (mecanismo de distribuição da renda e pilar da coesão social) do que do suposto fim do trabalho enquanto “fator produtivo” (mecanismo de acumulação de capital). As teorias de tipo “ação racional” têm para isso uma explicação simplista, segundo a qual os trabalhadores rumam para a informalidade motivados por salários mais altos “hoje” em detrimento de obter certos benefícios no futuro ou em certas contingências (apud Melo e Telles, 1999, p. 4). Ocorre que não se capta aí a outra enorme motivação em jogo, de natureza extra-econômica, que é a da insubmissão a um padrão. Resumindo, é possível afirmar que grande parte dos vendedores está explicitamente recusando em bloco o padrão brasileiro de assalariamento precário e autoritário.

Esse projeto de autonomia, entretanto, esbarra na falta oportunidades iguais de ser realizado por todos. As redes de acesso às mercadorias são inteiramente determinantes

para a proporção de “aventura” e “segurança” relativa que será vivida por cada um. Os vendedores “autônomos” estão definitivamente presos nas paredes objetivas da estrutura de distribuição das oportunidades de ganho. Não é de se estranhar que muitos mantenham um pé em cada canoa, combinado um emprego formal associado com a venda de mercadorias na praia nas horas vagas. Aqueles que são exclusivamente ambulantes temem a velhice e a doença. Aqueles que precisam manter um emprego formal muitas vezes sonham que a praia um dia lhes oferecerá condições de dar adeus ao patrão. Independente da maneira como subjetivam tal aventura, como ato compulsório ou escolhido, está cada dia mais difícil vivê-la por conta da chegada de novos adeptos, também desencantados com o mundo salarial por causa de dificuldades de conseguir emprego ou renda suficiente.

Há pensadores sociais que celebram a suposta emergência de um mundo contemporâneo “sem classes” e mesmo sem “sociedade” (Joyce, 1995), dado que as identidades agora seriam dadas exclusivamente por indivíduos auto-reflexivos. Ulrich Beck, por exemplo, argumenta que a erosão da classe é produto de um processo crescente de “individualização” no mundo social. Por individualização, o autor entende a liberação do indivíduo frente a antigas formas de determinação da subjetividade individual.

“Com o declínio da classe e dos grupos de status, o indivíduo deve converter-se em agente de sua própria identidade. O indivíduo, não sua classe, converte-se na unidade de reprodução do social em seu próprio mundo vital. Os indivíduos têm que desenvolver sua própria biografia e organizá-la em relação aos demais” (BECK, 2003, p.)

Tais abordagens são certamente empobrecedoras, dado que ignoram os processos sócio-econômicos que se impõem objetivamente como obstáculos à realização subjetiva de grandes contingentes humanos. Não se trata aqui de afirmar que os ambulantes se representem como uma classe, o que seria falso, mas de realçar a existência de processos sociais que, de certo modo, unificam as experiências particulares num mesmo drama coletivo: a tensão permanente entre a aspiração por autonomia e as dificuldades de realizá-la na prática. Nesse sentido, os ambulantes lembram um pouco o Wolfgang Mozart descrito por Norbert Elias, que vivia dividido entre seus sonhos de liberdade e as dificuldades de subsistir num mercado inadequado para as suas quimeras (ELIAS, 1994).

Mais uma vez é impossível não recorrer a Nun, que lembra a pertinência de não se cair numa postura de complacência perante as ocupações ditas “informais”. A constatação de que os ambulantes recusam o assalariamento nos marcos do Brasil contemporâneo não deve levar a mistificações positivas acerca destas formas de ocupação. Se é verdade que há um “escape” em relação às velhas formas da organização do trabalho típicas do fordismo periférico, é preciso frisar, por outro lado, que não se tem como regra, no comércio ambulante, uma reconciliação criativa entre os momentos de “execução” e “concepção” do trabalho. Afinal, os vendedores estão não apenas apartados do controle dos “meios de produção” das mercadorias, mas do próprio controle dos meios materiais de seu trabalho imediato. O sucesso da vida como ambulante depende muito menos da criatividade laboral que do fechamento dos mercados, que é muitas vezes operacionalizado pela própria ameaça de coerção física aos concorrentes.

É antiga e substantiva a discussão acerca da oposição ou complementaridade das formas “arcaicas” de trabalho para a dinâmica geral da acumulação. Trazendo a mesma para o âmbito do presente caso empírico, a pergunta poderia ser feita do seguinte modo: os milhares de vendedores ambulantes que trabalham na orla da zona sul carioca (semelhantes aos vendedores ambulantes de diversas áreas da cidade, do país e da América Latina) “alimentam” o capitalismo? Ou seriam irrelevantes ou mesmo “entraves” à acumulação de capital?

A resposta que se deu aqui possui vários níveis. Não poderia ser diferente, pois qualquer modo de produção possui vários níveis, quanto mais o capitalismo contemporâneo. Inspirados em Francisco de Oliveira, apontamos para uma funcionalidade em abstrato (o que não significa ausência de “efetividade”), remetida ao fato dos vendedores realizarem, com o seu trabalho coletivo, o valor das mercadorias crescentemente produzidas pelo setor industrial. Ao mesmo tempo, verificamos casos em que a funcionalidade também é “concreta” ou direta, dado que o vendedor se encontra virtualmente integrado a uma empresa específica, que mascara a subordinação real através do fornecimento de mercadorias por consignação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECK, U. BECK-GERSHEIM, E. **La Individualización**. Paidós. Madrid. 2003.

BEZERRA, G. **Normas Trabalhistas e Modelo de Desenvolvimento no Brasil Contemporâneo: um Capitalismo do Medo?** Dissertação (Mestrado) UFRJ/IFCS. Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia. 2006.

BOLTANSKI, L. CHIAPELLO, E. **El Nuevo Espíritu Del Capitalismo**. Akal. Madrid. 1999.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Bertrand Brasil, 7^a. edição. Rio de Janeiro. 2004

CAMARGO, J.M. NERI, M. REIS, M.C.. **Emprego e Produtividade na Década de Noventa**. Mimeo. 1999.

CASTEL, R. **A Insegurança Social – O Que é Ser Protegido?** Editora Vozes. Petrópolis. 2005.

ELIAS, N. **Mozart- Sociologia de um Gênio**. Zahar. Rio de Janeiro. 1994.

ENGELS, F. **A Situação da Classe Trabalhadora em Inglaterra**. Porto:Edições Afrontamento. 1975

HARDT, M. NEGRI, A. **Império**. Record. São Paulo. 2001

JOYCE, P. **Class**. Introdução, p. 3-16. Oxford University Press. 1995.

LEBORGE, D. LIPIETZ, A.. **O Pós-fordismo e seu Espaço**. Espaço e Debates – Revista de Estudos Regionais e Urbanos, ano VIII, no. 25, 1988.

MARX, K. **Capítulo VI – Inédito de O Capital**. Centauro Editora. São Paulo. 2004.

MELO, H. TELLES, J. **Serviços e Informalidade: o comércio ambulante no Rio de Janeiro**. VI Encontro Nacional de Estudos do Trabalho (ABET). Página eletrônica. 1999.

NUN, J. **Marginalidad y Exclusión Social**. Fondo de Cultura Econômica. Buenos Aires. 2001.

NÉRI, M. **Análise dos Negócios Nânicos a partir da Pesquisa Economia Informal Urbana – ECIF**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Página eletrônica: www.sebrae.org.br. Acesso em Outubro de 2006.

OLIVEIRA, F. **Crítica da Razão Dualista/O Ornitorrinco**. Boitempo. São Paulo. 2003.

PERO, V. URANI, A. **Os Trabalhadores Informais Querem Emprego com Contrato Formal de Trabalho?** In: Anais do III Encontro Nacional de Estudos do Trabalho. p 413-434. 1994.

PESQUISA MENSAL DE EMPREGO/IBGE. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, página eletrônica: www.ipeadata.go.br. Acesso em setembro de 2006.

URANI, A. **Ajuste Macroeconômico e Flexibilidade do Mercado de Trabalho no Brasil: 1981-95**. In: Flexibilidade do Mercado de Trabalho no Brasil/Camargo J.M.(Org.). Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.