

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE ARQUITETURA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E  
REGIONAL**

**THAÍS AMORIM ARAGÃO**

**DOCE SOM URBANO:  
O triângulo e as territorializações dos  
vendedores de chegadoinho em Fortaleza**

**Porto Alegre  
2012**

THAÍS AMORIM ARAGÃO

**DOCE SOM URBANO:  
O triângulo e as territorializações dos  
vendedores de chegadoinho em Fortaleza**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PROPUR-UFRGS), na linha de pesquisa Cidade, Cultura e Política, como requisito para a obtenção do título de mestre em Planejamento Urbano e Regional.

Orientador: Prof. Dr. Eber Pires Marzulo

Porto Alegre  
2012

THAÍS AMORIM ARAGÃO

**DOCE SOM URBANO:  
O triângulo e as territorializações dos  
vendedores de chegadoinho em Fortaleza**

Dissertação defendida e aprovada como requisito a obtenção do título de Mestre em Planejamento Urbano e Regional pela banca examinadora constituída por:

---

Prof. Dr. João Farias Rovati (PROPUR-UFRGS)

---

Prof. Dr. Francisco Gilmar Cavalcante de Carvalho (UFC)

---

Dra. Viviane Vedana (BIEV-UFRGS)

Porto Alegre  
2012

A Cléunia, José Maria e Ceci,  
que me ensinaram os primeiros caminhos.

## AGRADECIMENTOS

A Germán.

A meus pais, pelo gosto por aprender. A Cléunia e Ceci, pela fundamental assistência. A José Maria, pela música. Aos meus irmãos: Thêmis pelos mapas, Thales pela fotografia – só para resumir.

A Eber Marzulo, por ter acreditado na proposta, por ter me apresentado a fantásticos livros, a uma generosa rede de pesquisadores; por todo o aprendizado e também pelo companheirismo, não só na relação entre estudante e professor mas entre colegas, nesses meus primeiros anos de UFRGS.

A Renata Machado, que me apresentou ao PROPUR. A Taiana Pitrez Tagliani, pela companhia afetuosa ao longo de todo o percurso.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa Identidade e Território – GPIT/UFRGS e aos mestrandos e doutorandos do PROPUR, especialmente os da turma de 2009, pela riquíssima convivência.

Aos professores do PROPUR, especialmente João Rovati pela inspiração, e Eva Samios Barbosa pelas orientações na estruturação do projeto. À professora emérita Merion Campos Bordas, pelas aulas na Faculdade de Educação.

A Decio Rigatti e Viviane Vedana pelas considerações no momento da qualificação, importantíssimas para enfrentar o trabalho de campo com mais segurança.

A Mariluz Grando, Sonia dos Santos Cogo e todo o pessoal da Secretaria do PROPUR, pelo suporte permanente.

A todos os colaboradores que se sensibilizaram e sensibilizaram seus ouvidos, ajudando a localizar os vendedores de chegadoinho no extenso território da cidade e fazendo com que eu sentisse Fortaleza vibrar, mesmo estando fisicamente muito distante dela.

Ao produtor audiovisual Djaci José Morais Alves, que me concedeu acesso ao áudio integral do seu documentário “Lá vem o chegadoim!”, antes mesmo de editar a obra (tendo um documentário a finalizar, compreendo o valor desse gesto). A Pedro Mauro de Morais Sousa Firmiano, por disponibilizar seu vídeo sobre vendedores de chegadoinho em Fortaleza. A Monic Saboia e Eduardo Palhano, por compartilharem como chegaram aos vendedores.

Ao livreiro Abimael Silva, que me conseguiu uma publicação que julgava esgotada, com dedicatória do próprio autor, a quem também agradeço a grande cortesia. Trata-se de “Memórias quase líricas de um ex-vendedor de cavaco chinês”, de Inácio Magalhães de Sena. Foi editado pelo Sebo Vermelho, de Abimael.

A Alicia Moya-Sánchez e Alejandra de Miguel Moreno, por autorizarem a inclusão de suas fotografias na apresentação da pesquisa. Também a Ana Arbués Moreira e à equipe do Museu do Brinquedo de Cintra, pelo mesmo motivo.

Ao pesquisador Emy Maia, por enviar os artigos solicitados e pelas dicas de como encontrar os vendedores. A Edlisa Barbosa, Júlio Lira, Augusto Cesar Costa, Leonardo Bomfim,

Claudia Klein, Daniel Fonseca e Juliano Florczak, pela atenção e considerações. A Flávio Santos e Robson Braga, pelas leituras e comentários. A José Paulo Araujo, por tirar dúvidas sobre uma matéria de jornal publicada já há mais de vinte anos. Aos professores Gilmar de Carvalho, Sulamita Vieira, Pedro Eymar, Sebastião Rogério Ponte e Peregrina Capelo, da Universidade Federal do Ceará (UFC), pelo apoio e prontos esclarecimentos quando foram necessários.

Aos meus professores de espanhol e francês, Henry Daniel Lorencena Souza e Pascal Lelarge, respectivamente, que me deram a chave para encontrar e explorar meu objeto de pesquisa em suas línguas e culturas mães, abrindo imensamente meus horizontes.

À inumerável equipe do Ceará Original Soundtrack e Ceará Original Soundfashion, especialmente Glauber Uchoa, Mark Greiner, Thales Aragão, Chico Neto e Guga de Castro, que ajudaram a preparar o caminho para o presente trabalho.

A Chico Neto, mais uma vez, por elaborar uma imagem visual que se somará aos esforços para difundir esta pesquisa.

A Márcio Câmara, que me deu aulas no Instituto Dragão do Mar de Arte e Indústria do Audiovisual e com quem percorri cinemas em toda Fortaleza para uma matéria do jornal O Povo, em que avaliávamos a qualidade da projeção sonora de um mesmo filme em várias salas. Tais experiências, ainda que pareçam distantes, certamente me prepararam para encontrar o objeto tratado no presente trabalho.

Às equipes dos bancos de dados dos jornais O Povo e Diário do Nordeste, em Fortaleza, e ao Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (Funarte/MinC), pela disponibilização do acervo presente em sua hemeroteca.

A meus colegas de trabalho na Secretaria de Comunicação da UFRGS, que ofereceram incentivo e apoio para que fosse possível conciliar as tarefas junto à Universidade.

À equipe da Pró-Reitoria de Pesquisa da UFRGS, que concedeu auxílios por meio do Programa de Fomento à Pesquisa para que a investigação, durante seu desenvolvimento, pudesse ser apresentada no ENANPUR - Encontro Nacional da ANPUR (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional) e na Reunião de Antropologia do Mercosul (RAM).

A todos os pesquisadores que, durante os cursos e encontros acadêmicos aos quais estive presente nesse período, se dispuseram a trocar informações e palavras de incentivo.

A todos os vendedores de chegadoinho do mundo, por existirem.

Este trabalho é resultado destas e de outras inumeráveis trocas.

“Mas para meu desencanto o que era doce acabou  
Tudo tomou seu lugar depois que a banda passou  
E cada qual no seu canto, em cada canto uma dor  
Depois da banda passar cantando coisas de amor”

**Chico Buarque**, compositor

“Tudo que é imaginado tem, existe, e é.”

“Tem o eterno, tem o infinito, tem o além,  
tem os além dos além.

O além dos além vocês ainda não viram.  
Cientista nenhum ainda viu os além dos além.”

“O cientista tem um medidor que controla.”

“Vocês não aprendem, na escola.  
Vocês copiam.

Vocês aprendem é com as ocorrências.”

“A criação toda é abstrata.  
Os espaço inteiro é abstrato.  
A água é abstrato.  
O fogo é abstrato.  
Estamira também é abstrato.”

**Estamira**, catadora  
(1941-2011)

## RESUMO

Este estudo propõe que nos debrucemos sobre o ambiente sonoro da cidade, a fim de investigar o que dele pode emergir, que seja chave para a compreensão da sociabilidade contemporânea em aglomerados urbanos. Investigamos o som como elemento central de um processo de territorialização, constituindo uma tática de apropriação do espaço público. O recorte apreendido foi o vendedor de um biscoito chamado *chegadinho*, os percursos que ele empreende para cobrir extensas áreas da cidade de Fortaleza em sua atividade, e o hábito de tocar um instrumento musical – o triângulo – para comunicar sua passagem e estabelecer contato com a população. Foram mobilizados informantes para localização desses eventos sonoros, formando um mapa de pontos de escuta. Paralelamente, ambulantes foram entrevistados e itinerários, traçados. Foi também realizada uma pesquisa histórica e memorial que forneceu um panorama da constituição daquele território e dos sons da capital a partir da primeira metade do século XX, assim como dos antecedentes, rebatimentos e reverberações da própria prática ambulante observada. Identificou-se que os vendedores abordados, quando em atividade, tendem a realizar um movimento do Centro em direção ao bairro Aldeota, reproduzindo ou acompanhando o vetor de deslocamento de residências e varejo característicos de camadas mais altas que se estabeleceu na dinâmica urbana de Fortaleza a partir da segunda metade do século XX. Foi possível perceber também a tendência de que os fluxos que emergiram dessas enunciações pedestres partem da zona oeste para a zona leste de Fortaleza, de áreas residenciais das camadas populares para áreas residenciais de camadas de média e alta renda. A partir da investigação, chegou-se à conclusão de que a passagem dos vendedores de *chegadinho* em Fortaleza se conforma como um padrão de fenômeno social associado à hierarquização do espaço físico como espaço social. O estudo se dedicou ao cotidiano, especialmente ao espaço banal de Milton Santos e à historicidade cotidiana de Michel de Certeau, para analisar como práticas humanas não apenas envolvem o uso do espaço mas também o criam. Assim como sugere Certeau, para quem a cultura popular é um conjunto móvel de táticas, os relatos de espaço coletados junto aos vendedores de *chegadinho* serviram de base de análise para entender o uso que esse grupo de sujeitos faz do repertório oferecido pelo sistema urbanístico – uso que é assumido como produção do espaço e que, para o autor, é uma atividade cultural de sujeitos não produtores de cultura convencionais.

**Palavras-chave:** som; cidade; cotidiano; vendedores ambulantes; cultura popular

## ABSTRACT

*This study proposes to look into the urban soundscape, to investigate what it may emerge from it that it might be the key to understanding the contemporary sociability in urban conglomerates. We investigated the sound as a central element of a process of territorialization, constituting a tactical appropriation of public space. The selected object was the seller of a cookie named *chegadinho*, the routes he takes to cover large areas of the city of Fortaleza with the intention of performing his job, and the habit of playing a musical instrument - the triangle - to communicate his passage and establish contact with the population. Informants were mobilized to locate these sound events forming a map of listening points. In addition, vendors were interviewed and routes traced. We also carried out a historical and memorial research that provided an overview of the constitution of that territory and sounds of the capital from the first half of the twentieth century as well as the background, repercussions and reverberations of the observed peddler activities. We identified that the approached vendors, when performing their activities, tend to make a move from Downtown towards the Aldeota neighborhood, reproducing or following up the displacement vector of residences and retail characteristic of higher classes that was established in the urban dynamic of Fortaleza from the second half of the twentieth century. It was also possible to notice the trend of the flows that emerged from these pedestrians utterances start from the west to the east of Fortaleza, from lower classes residential areas to the middle and high class residential areas. From the research, we came to the conclusion that the passage of the *chegadinho* vendors in Fortaleza conforms to a pattern of social phenomenon associated with the hierarchy of physical space and social space. The study is devoted to daily life, especially Milton Santos banal area and the everyday historicity of Michel de Certeau, to analyze how human practices not only involve the use of space but also create it. As Certeau suggests, for whom popular culture is a mobile set of tactics, the spacial stories collected from the *chegadinho* vendors formed the basis of analysis to understand the use that this group of subjects makes of the offered urban system's repertoire – a use which is assumed as production of the space, and that for the author is a cultural activity of subjects who are non-producers of conventional culture.*

**Keywords:** *sound; city; everyday life; peddlers; popular culture*

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Primeira planta de Fortaleza . . . . .	p. 21
Figura 2 – Planta Exacta da Capital de Fortaleza de 1859, de Adolfo Herbster . . . . .	p. 28
Figura 3 – Planta Topográfica de Fortaleza e Subúrbios de 1875, por Adolfo Herbster . . . . .	p. 29
Esquema 1 – Modelo Teórico da Ocasião . . . . .	p. 52
Esquema 2 – Leituras da seriação do Modelo Teórico da Ocasião . . . . .	p. 53
Figura 4 – Edital da Prefeitura Municipal de Fortaleza para Matrícula de Vendedores Ambulantes . . . . .	p. 65
Figura 5 – Cartaz de Jean-Pierre Chabloz para a campanha de alistamento dos Soldados da Borracha . . . . .	p. 66
Figura 6 – Cartaz utilizado em marcha cívica em Fortaleza, em julho de 1943 . . . . .	p. 67
Figura 7 – Matéria de jornal sobre ambulantes no Centro . . . . .	p. 68
Figura 8 – Imprensa local põe em debate os usos do espaço público em Fortaleza . . . . .	p. 70
Figura 9 – Bairros com população de média e alta renda em meados do século XX . . . . .	p. 71
Figura 10 – Nota na imprensa com declaração do humorista Renato Aragão . . . . .	p. 81
Figura 11 – <i>Barquillera</i> em praça espanhola, em fevereiro de 2011 . . . . .	p. 87
Figura 12 – Caixa de barquinhos portuguesa, em folha litografada . . . . .	p. 91
Figura 13 – Vendedor de chegadoinho no Ceará e vendedor de casquinha no Rio Grande do Sul . . . . .	p. 93
Figura 14 – Vendedor de chegadoinho em Fortaleza e vendedor de barquillos em Puebla, no México . . . . .	p. 99
Figura 15 – Conversações pela internet . . . . .	p. 106
Figura 16 – Mapa de pontos de escuta . . . . .	p. 107
Gráfico 1 – Número de colaborações por mês . . . . .	p. 108
Figura 17 – Fotografias registradas por ouvintes-informantes . . . . .	p. 109
Figura 18 – Localização dos eventos registrados nas fotografias, cronologicamente . . . . .	p. 110
Figura 19 – Alguns utensílios e maneiras de fazer chegadoinho . . . . .	p. 116
Figura 20 – Mapa de fluxo entre mesorregiões . . . . .	p. 118
Figura 21 – Letra de música de um vendedor de chegadoinho . . . . .	p. 129
Figura 22 – Postagem no Twitter sobre vendedor ouvido no estádio Castelão . . . . .	p. 132
Figura 23 – Vendedor atravessando avenida para passar a áreas residenciais . . . . .	p. 136
Figura 24 – Postagem de internauta sobre vendedor que toca triângulo sem ter	

chegadinho .....	p. 138
Figura 25 – Mapa do Percurso 1 .....	p. 142
Figura 26 – Mapa do Percurso 2 .....	p. 143
Figura 27 – Mapa do Percurso 3 .....	p. 144
Figura 28 – Mapa dos Percursos .....	p. 145
Figura 29 – Mapa de percursos e de pontos de escuta coincidentes .....	p. 147
Tabela 1 – Frequência de passagem de vendedores a partir de dois pontos de escuta .....	p. 148
Figura 30 – Mapa geral de pontos de escuta e de percursos .....	p. 149
Figura 31 – Mapa de bairros citados por vendedores ou com pontos de escuta ....	p. 150
Figura 32 – Mapa de fluxos entre zonas de moradia e zonas de percursos .....	p. 151
Figura 33 – Pontos de referência para compreender a conformação das periferias .	p. 160
Figura 34 – Mapa de fluxos entre zonas de baixa renda e alta renda .....	p. 171
Figura 35 – Rua do Pensamento, Conjunto Palmeiras, em Fortaleza .....	p. 180

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APROVACE – Associação Profissional do Comércio de Vendedores Ambulantes e Trabalhadores Autônomos do Ceará

BIEV – Banco de Imagens e Efeitos Visuais

BNB – Banco do Nordeste do Brasil

CARPS – Comissão de Aplicação das Reservas da Previdência Social

CDMAC – Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura

Ceart – Centro de Artesanato do Ceará

COHAB – Companhia de Habitação do Ceará

COMHAP – Companhia Municipal e Habitação Popular

DNOCS – Departamento Nacional de Obras Contra as Secas

FCP – Fundação da Casa Popular

IACC – Instituto de Arte e Cultura do Ceará

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

OS – Organização Social

PLANDIRF – Plano de Desenvolvimento Integrado da Região Metropolitana de Fortaleza

RVC – Rede de Viação Cearense

SDE – Secretaria de Desenvolvimento Econômico

Secult-CE – Secretaria da Cultura do Estado do Ceará

SEMTA – Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia

SSU – Secretaria de Serviços Urbanos

Sudene – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste

WSP - *World Soundscape Project* (Projeto Paisagem Sonora Mundial)

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	p. 15
<b>2 O LUGAR DE QUE SE TRATA</b>	
2.1 Dos fortes	p. 19
2.2 Centro das atenções	p. 26
2.3 Sons da capital	p. 33
<b>3 LANÇANDO BASES TEÓRICAS PARA A PESQUISA</b>	
3.1 Abordagens possíveis	p. 39
3.2 Sobre território	p. 42
3.3 Práticas cotidianas e cultura popular	p. 49
3.4 Buscando dados e apresentando resultados	p. 58
<b>4 ANTECEDENTES, REBATIMENTOS E REVERBERAÇÕES</b>	
4.1 Fortaleza ambulante	p. 63
4.2 Disputas centrais	p. 76
4.3 Doce som urbano	p. 79
4.4 Rastros de pão	p. 82
4.5 Baião de três	p. 92
<b>5 NA BATIDA DO TRIÂNGULO</b>	
5.1 Mobilizando ouvintes-informantes	p. 100
5.2 Tendo com os vendedores	p. 111
5.3 A fábrica do Henrique Jorge	p. 114
5.4 Vendedores e seus triângulos	p. 124
<b>6 OS VENDEDORES DE CHEGADINHO E A CIDADE</b>	
6.1 Os percursos	p. 140
6.2 Relações orientadoras	p. 152

6.3 O valor do chegadoinho para os vendedores \_\_\_\_\_ p. 163

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

7.1 Prática territorializante \_\_\_\_\_ p. 169

7.2 Recapitulando \_\_\_\_\_ p. 173

7.3 Refletindo identidade \_\_\_\_\_ p. 178

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS** \_\_\_\_\_ p. 182

## 1 INTRODUÇÃO

A audição é um sentido fortemente mobilizado pelo ambiente urbano e exerce grande influência na vida em espaços públicos, tendo importante papel na orientação espacial e nos sistemas de comunicação, além de influir na definição de territórios e suas identidades. No entanto, os sons da cidade não são dados frequentemente abordados nas investigações no campo do Planejamento Urbano e Regional, sendo muitas vezes trazidos à questão com uma carga de pré-julgamento baseado em ideias correntes no senso comum, que não dá conta de seu peso e complexidade.

Este estudo propõe que nos debruçemos sobre o ambiente sonoro da cidade, a fim de investigar o que dele pode emergir, que seja chave para a compreensão da sociabilidade contemporânea em aglomerados urbanos, com o esforço de transpor a experiência imediata, na tentativa de uma compreensão do espaço que o leve em conta como processo contextual. Importa aqui discutir a possibilidade de o som contribuir para a constituição de um território, ou de uma territorialidade, ou de uma territorialização – como veremos.

O lugar é a metrópole de Fortaleza, capital cearense. O recorte apreendido é o vendedor de chegadoinho, os percursos que ele empreende para cobrir extensas áreas da cidade em sua atividade, e a prática de tocar um instrumento musical (o triângulo) para comunicar sua passagem e estabelecer contato com a população – contato este efetivado, entre outros, na compra do produto que oferece: uma espécie de biscoito doce muito fino.

Apesar de ser um fenômeno que persiste por décadas e é reconhecido pelos habitantes da cidade – de outra forma, sequer se manteria como atividade econômica viável – não há muitas informações disponíveis sobre há quanto tempo esta prática se estabeleceu, vinda de onde, relacionada a que costumes; nem quantos vendedores percorrem a cidade, se o fazem de forma organizada ou não (e em que níveis), que percursos realizam, o que molda seus trajetos, como articulam códigos relacionados ao som e ao espaço; que conflitos surgem, ou se resolvem, ou simplesmente não dizem respeito à passagem desses ambulantes. Tampouco se discute em que medida o som do triângulo do vendedor do chegadoinho reverbera nas superfícies urbanas e se inscreve no imaginário popular.

Este estudo se situa no campo de pesquisa sobre como práticas humanas não apenas envolvem o uso do espaço como também o criam. Buscando frações do social nos espaços vividos, trataremos a passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas da cidade de Fortaleza como um fenômeno urbano que se constitui por meio de uma específica interação entre o

físico e o sócio-cultural, e que aqui se faz objeto. Desta forma, pretende-se partir das discussões em torno dos conceitos de território, territorialidade e territorialização, para chegar a uma análise do tema situada no âmbito do Planejamento Urbano e Regional, em que o vendedor de chegadoinho é entendido como fenômeno da cidade, tanto como categoria de comércio ambulante quanto como prática do cotidiano.

É preciso retomar como me deparei com o objeto de pesquisa. Em 2008, de volta à cidade de Fortaleza, depois da mais longa ausência à qual estive submetida até então, voltei a escutar, com uma atenção diferente, um som que desde criança lembro vir das ruas onde moramos. Do lado de fora da atual residência de nossa família, emergindo do conjunto difuso formado por incontáveis sons, como trilha sonora das tramas se desenrolando naquele cenário urbano, comecei a distinguir um tilintar contínuo que soava extremamente familiar. Era o vendedor de chegadoinho que se aproximava.

Chegadoinho é um doce que se assemelha à casquinha dos sorvetes, sendo que possui a forma de uma pétala e é tão fina que se desmancha na boca. Suas porções são vendidas por ambulantes que os levam em tambores cilíndricos, presos às costas por uma correia apoiada em um dos ombros. Percorrendo bairros residenciais, eles precisam chamar a atenção dos potenciais fregueses e fazem isso tocando um triângulo, instrumento de percussão em metal muito usado na formação de grupos de música popular da região Nordeste do Brasil, marcando ritmos como o baião e o xote.

O vendedor de chegadoinho se mostrou – não num momento específico, mas ao longo de vários dias de fruição – um importante dado cultural do lugar. Desenvolvi um artigo com considerações a respeito deste fenômeno, como atividade do curso de especialização em Comunicação e Cultura, concluído naquele ano em Fortaleza. Nele tratei a passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas da cidade como evento sonoro tomado como experiência estética e social, e como parte do conjunto de músicas dos sons das ruas.

Este trabalho, por sua vez, me levou a inúmeras outras questões cujo desenvolvimento não poderia ser levado a cabo na especialização. Tomei o trabalho como pesquisa preliminar e o apresentei como projeto de mestrado ao PROPUR – Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da UFRGS, incentivada por Renata Machado, então mestranda do programa, com pesquisa que também abordava os sons ambientais no contexto urbano. Em seu trabalho, ela acabou verificando que os sons da cidade são tema de baixa recorrência na área do Planejamento Urbano e Regional (MACHADO, 2011), e a investigação preparou o terreno para que o presente estudo encontrasse uma casa mais sensibilizada à questão. Minha proposta foi acolhida pelo professor doutor Eber Pires

Marzulo, que não apenas orientou este trabalho como também me integrou à equipe do Grupo de Pesquisa Identidade e Território (GPIT/CNPq/UFRGS).

Nascida sob a abordagem sustentada por Fátima Carneiro dos Santos (2002) de uma escuta nômade que permite que se ouça música a partir dos sons da rua, a pesquisa sobre a passagem do vendedor de chegadinho pelas ruas de Fortaleza tomou rumo novo e complementar durante o mestrado. Desenvolvida na linha de pesquisa Cidade, Cultura e Política, a investigação se expandiu para a análise do som na produção de territorialidades e espaços dispersos, fluidos e fragmentados no território urbano.

O trabalho parte da análise da atividade deste ambulante como prática do cotidiano e prática do espaço, conceitos desenvolvidos por Michel de Certeau (2009). Talvez as perambulações do vendedor de chegadinho por Fortaleza seja o que o autor descreveria como um procedimento multiforme, resistente, astucioso e teimoso que escapa à disciplina sem ficar fora do campo onde é exercido. Neste sentido, o som poderia ser um dos elementos centrais de uma tática de apropriação do espaço público – tática enquanto maneira de driblar os aparelhos produtores de um espaço disciplinar.

Estas “maneiras de fazer”, como chama Certeau, encontram eco nas categorias de análise “território” e “saber local”, do geógrafo brasileiro Milton Santos (1999), para quem a quinta dimensão do espaço seria o cotidiano. Por sua vez, o cotidiano nutriria o saber local, que para o pesquisador é eminentemente urbano. Estes pontos de convergência nos permitiram enriquecer a discussão com a experiência de nosso país no campo do Planejamento Urbano e Regional.

Ainda tomando o território como categoria de análise, são mobilizados os estudos de Rogério Haesbaert (2004) e Frederico Araujo (2007) para a compreensão das diversas abordagens sobre o conceito, bem como sobre territorialidade, admitida como o poder social se expressando geograficamente em sua forma mais básica (HAESBAERT, 2004, p. 87), e outras modalidades de territorialização. A pesquisa tem entendido território em suas dimensões material e simbólica, aceitando a possibilidade de multiterritorialidades e de territórios-rede descontínuos e/ou sobrepostos, construídos no e pelo movimento. Em adição, Araujo aponta para o fato de que, muitas vezes, “territórios são constituídos como parte indissociável de processo identitário” (ARAUJO, 2007, p. 31).

Estudar a passagem do vendedor de chegadinho pelas ruas de Fortaleza é uma tentativa de compreender as práticas dos sujeitos na produção do espaço, com uma ênfase no papel do som nesse processo. Interessa à pesquisa sabermos, por exemplo, se a articulação do som pelos comerciantes em seu percurso compreende uma tática de apropriação do espaço, ou

se o som pode constituir uma territorialidade, de que maneira isso se daria, e que territorialidade(s) seria(m) esta(s).

Para situar o objeto, o capítulo 2 O LUGAR DE QUE SE TRATA traz um panorama histórico e memorial sobre a conformação do espaço de Fortaleza, dando ao leitor mais condições para compreender como o vendedor de chegadoinho se insere nesse contexto. No capítulo 3 LANÇANDO BASES TEÓRICAS PARA A PESQUISA, estão expostas os fundamentos sobre as quais se baseiam a pesquisa e a metodologia que foi construída e utilizada na obtenção dos dados. Estes serão apresentados em três partes, nos capítulos 4, 5 e 6.

A primeira dessas partes – capítulo 4 ANTECEDENTES, REBATIMENTOS E REVERBERAÇÕES – trata-se de um apanhado da memória sobre as práticas ligadas ao comércio ambulante na capital cearense e à venda de chegadoinho, assim como seus antecedentes, sua difusão e seus reprocessamentos. Foram consultadas fontes bibliográficas principalmente nos campos da História, Geografia, Ciências Sociais, Comunicação e Música. Sobre os ambulantes da cidade, foi realizado também um levantamento no banco de dados dos jornais O Povo e Diário do Nordeste (fundados em 1928 e 1981, respectivamente), onde foi possível realizar a compilação de um material que não consegui encontrar consolidada em outras fontes. Além disso, também foi possível, por meio da internet, explorar acervos e fazer contato com instituições (como museus) e habitantes de outras partes do mundo que, no momento da pesquisa, estavam publicando *on line* informações de alguma forma relacionadas ao objeto estudado, somando importantes dados que ampliaram os horizontes vislumbrados.

O quinto capítulo – NA BATIDA DO TRIÂNGULO – se concentra em torno do rastro sonoro deixado pelos vendedores de chegadoinho em Fortaleza e do que os próprios ambulantes contam a respeito do triângulo. Primeiro, buscamos localizá-los no território de Fortaleza mobilizando dezenas de informantes e gerando um mapa de pontos de escuta construído colaborativamente, com uso de tecnologias de informação e comunicação, como telefone e internet. Depois, chegando finalmente aos trabalhadores nas ruas, eles contam como articulam som, espaço e movimento em seus itinerários cotidianos. No capítulo 6 OS VENDEDORES DE CHEGADINHO E A CIDADE, os relatos dos trabalhadores sobre os caminhos que criam mostram de forma mais ampliada sua relação com a cidade e os meandros de sua prática. Os resultados do trabalho empreendido estão sistematizadas nas CONSIDERAÇÕES FINAIS, fechando esta dissertação com algumas respostas e novas perguntas.

## 2 O LUGAR DE QUE SE TRATA

Escrevi esta dissertação a 4.242 quilômetros de distância de onde se encontra meu objeto empírico de pesquisa. Embora a recente produção acadêmica esteja bem mais acessível a partir da digitalização dos acervos, o fato é que os resultados desta pesquisa estão sendo depositados na biblioteca de uma comunidade universitária em Porto Alegre, o que aumenta a probabilidade de que seu círculo mais imediato de leitores esteja um tanto distante da experiência de viver em Fortaleza e estar imerso no ambiente sonoro daquela cidade.

Mas não é este o único motivo que justifica um capítulo introdutório que aborde a formação ou conformação do território do Ceará e de sua capital, ao longo do tempo. Este foi um exercício importante para produzir este trabalho, não só porque me permitiu reler parte da história de meu lugar de origem à luz dos estudos da cidade e do território, como também por me deixar atenta a questões que são influenciadas e ao mesmo tempo podem influenciar o tema do som e do lugar. Assim, deixo-os também à disposição do leitor.

### 2.1 Dos fortes

“Resolvi construir aqui, com toda a brevidade possível, a nossa fortificação.” Assim um homem chamado Matias escreveu em seu Diário<sup>1</sup> sobre a fundação do que, no futuro, seria a cidade de Fortaleza. Se o forte foi mesmo erguido rápido, a empresa foi tardia em relação à colonização brasileira: já se ia 1649. E nem português o autor da frase era. O primeiro projeto de assentamento bem sucedido no então Siará foi o que resultou da expedição de Matias Beck, enviado pela Companhia Holandesa das Índias Orientais. E não seria a primeira vez que os flamengos tentavam se estabelecer ali: doze anos antes conseguiram facilmente dar fim à precária presença lusa no lugar – eram apenas 33 homens com cinco peças de artilharia num “pífio presídio da barra do (rio) Ceará”, como descreve o historiador Raimundo Girão (1984, p. 51). Mas igualmente desgostaram os indígenas, que os expulsaram algum tempo depois.

Os esforços europeus para tomar o território que hoje é entendido como Ceará começou no início daquele século e, até conseguirem, foram necessárias inúmeras vãs tentativas de conquista do Siará, lugar de índios valentes e de secas violentas. Incluído no

---

<sup>1</sup> “Diário de minha viagem ao Siará empreendida ao serviço da Pátria e da Companhia das Índias Orientais, de acordo com a comissão e instruções dos Nobres e Poderosos Senhores, comunicando-lhes todo o ocorrido e realidade na mesma viagem”, documento traduzido por Alfredo de Carvalho e presente na obra de Raimundo Girão (1984, p. 54).

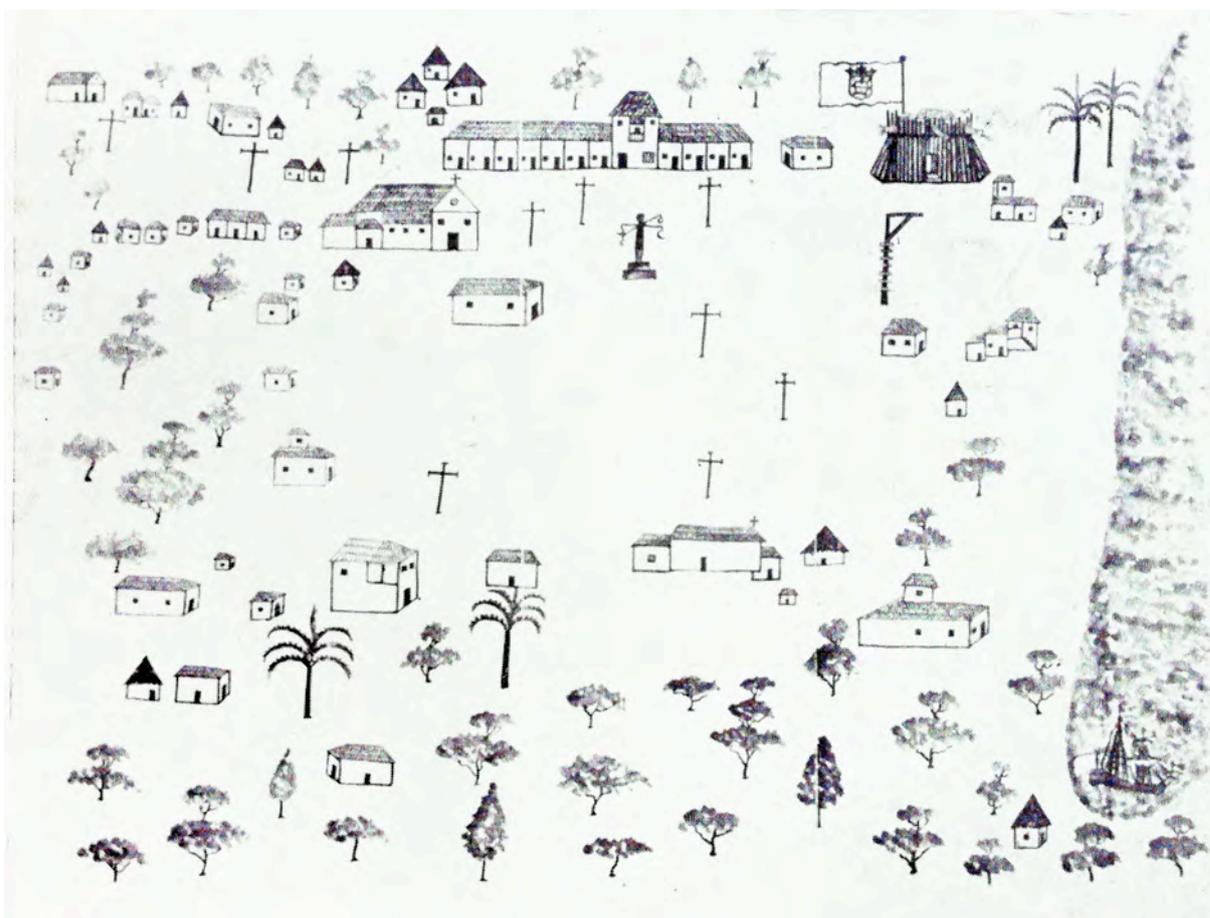
Estado do Maranhão, mas mantendo mais comunicação com Pernambuco, que fazia parte do Estado do Brasil, a capitania ficava bem na divisa entre esses dois estados independentes, criados na época em que Portugal estava sob domínio espanhol. O Siará acabou recebendo investimentos quase nulos para que fosse povoado naquele momento, em parte porque não se via claramente as vantagens em sua exploração e também porque a modesta coroa portuguesa não tinha como dar conta de todo aquele vasto território além-mar. O próprio Martins Soares Moreno, considerado fundador do Ceará e transformado em personagem do romance *Iracema* (ALENCAR, 1998)<sup>2</sup>, esteve sempre indo embora e voltando para a capitania, lugar de passagem entre suas lutas contra os franceses que visavam o Maranhão e contra os holandeses em Pernambuco.

No entanto, era necessário, no mínimo, proteger as terras do Siará das constantes ameaças que surgiam em naus armadas. Assim, até o fim do século XVII, a povoação que se iniciou e cresceu em torno do Forte Schoonenborch – rebatizado de Forte de Nossa Senhora da Assunção assim que os flamengos foram derrotados e se retiraram do Brasil – não exercia muito mais que uma função militar, em defesa da costa do Brasil Colônia. Subsistindo e resistindo, não é de se estranhar, portanto, que Fortaleza tenha cristalizado em seu próprio nome os aspectos físicos e também simbólicos que levaram primordialmente à sua existência. A Figura 1 mostra o primeiro plano na cidade, atribuído ao capitão-mor Manuel Francês, com data de 1726, em que aparece, no canto superior direito, a fortaleza.

---

<sup>2</sup> De José de Alencar, com primeira edição em 1865.

Figura 1 – Primeira planta de Fortaleza



Fonte: GIRÃO, 1959.

Mas se os portugueses haviam finalmente garantido fixação na orla, ainda havia o desafio de ocupar os sertões, dominados pelos indígenas – potiguaras, tabajaras, tremembés, cariris e diversos outros grupos. Segundo Raimundo Girão, os potiguaras teriam chegado à Ibiapaba dois séculos antes da vinda dos portugueses, tendo se entregado “a demorado deslocamento migratório, começando talvez no médio Paraná-Paraguai em busca do Amazonas” (GIRÃO, 1984, p. 70). Frei Vicente do Salvador, o primeiro a escrever sobre a história da Colônia, ainda no século XVII, afirmou que “o certo é que esta gente veio de outra parte, porém donde não se sabe” (idem, p. 95). Assim conta ele como e onde moravam:

Não moram mais em uma aldeia que enquanto lhes não apodrece a palma do teto das casas, que é o espaço de três ou quatro anos, e então a mudam para outra parte, escolhendo primeiro o principal, com o parecer dos mais antigos, o sítio que seja alto, desabafado, com água perto e terra a propósito para suas roças e sementeiras, que eles dizem ser a que não foi ainda cultivada, porque têm por menos trabalho cortar árvores que mondar erva e, se estas aldeias ficam fronteiras de seus contrários e têm guerras, as cercam de pau-a-pique mui forte, e às vezes de duas e três cercas, todas com suas seteiras, [...] e outras armadilhas de vigas mui pesadas, que em lhes tocando caem e derribam a quantos acham. (VICENTE, 2010, p. 98-99)

Tanto brigavam entre si quanto se aliavam a esse ou àquele grupo de europeus. Depois de expulsos os neerlandeses, boa parte dos indígenas aliados a eles fugiram em direção ao interior do Ceará e a outras terras ainda não tomadas e empregadas na produção de cana-de-açúcar. Era também o que vinham fazendo pelo menos desde princípios daquele século outros povos nativos, que se deslocavam da costa da Bahia até a Ibiapaba (PINHEIRO, 2007, p. 17). Com a divisão e distribuição das terras em sesmarias, os movimentos populacionais partidos de Salvador e Olinda avançavam à noroeste, transformando as áreas secas da Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará em uma espécie de enclave para os antigos habitantes do continente, pressionados pela expansão dos currais.

Manuel Correia de Andrade destaca que as sesmarias doadas desde o governo de Tomé de Sousa, no primeiro século da colônia, à Casa da Torre de Garcia d'Ávila, na Bahia, eram dedicadas principalmente à criação de gado e chegavam até o Cariri cearense. “Construíram, assim, os maiores latifúndios do Brasil, tornando-se senhores de uma extensão territorial maior do que muitos reinos europeus, pois possuíam, em 1710, em nossos sertões, mais de 340 léguas de terras.” (ANDRADE, M. C., 1973, p. 179-180).

Segundo este historiador e geógrafo, quem de fato realizava a dura empresa das entradas na interlândia sertaneja eram homens sem grande influência junto aos Governadores Gerais e que se viam obrigados a reconhecer aos latifundiários a posse das terras onde trabalhavam, administrando suas fazendas e lhes pagando foros anuais, a despeito de todas as adversidades enfrentadas.

Esta luta difícil em um meio hostil contra selvagens belicosos, assim como a defesa das reses deixadas nos currais como verdadeiros marcos do avanço do movimento povoador, eram feitas pelos vaqueiros, muitas vezes escravos, e por posseiros que, não dispendo de prestígio em Salvador, nem das habilidades necessárias para obterem concessões de terras nos meios palacianos, não conseguiam sesmarias. Eram obrigados a colocar-se sob a proteção dos grãos-senhores, não por temer o ataque dos índios, mas para não serem perseguidos pelos poderosos de Salvador. (ANDRADE, M.C., 1973, p. 180)

A pecuária e o latifúndio foram ao mesmo tempo modelo de exploração econômica dessas áreas e de tomada dos sertões de seus ocupantes ancestrais, tirando destes o espaço que lhes garantia a subsistência. Frequentemente, os nativos matavam reses dos rebanhos, pois as consideravam caça como qualquer outra, e os colonos revidavam. Os conflitos acabaram se acirrando de forma irremediável, levando os povos indígenas à revolta na Confederação dos Cariris, mais difundida como Guerra dos Bárbaros.

Guerra que provocou muitas mortes e devastações, que atraiu os bandeirantes paulistas, hábeis na luta contra os índios, que provocou o devassamento do interior e que se concluiu com o aldeamento dos remanescentes. Guerra que possibilitou a ocupação, pela pecuária, do Ceará, do Rio Grande do Norte, e de quase toda a Paraíba. Várias extensões foram incorporadas economicamente à colônia portuguesa, passando a fornecer os animais do trabalho e a carne às áreas mais povoadas da Mata pernambucana e do Recôncavo baiano. (ANDRADE, M.C., 1973, p. 181)

Os conflitos entre antigos e novos habitantes, segundo o historiador Francisco José Pinheiro, eram reflexo também do confronto entre modos de vida e, especialmente, entre formas diferentes de considerar o próprio território. Enquanto os colonos o tinham como meio de produção, para os indígenas ele “constituía-se em um valor simbólico, através do qual se definia a própria identidade”. Sua “preocupação com a manutenção de seu território [...] implicava na manutenção de seu modo de vida” (PINHEIRO, 2007, p. 18 e 22). Em 1706, na capitania do Ceará, foram distribuídas armas para a população branca, com aprovação do Rei. A violência contra os indígenas também se tornou parte da estratégia de acesso à terra, uma vez que entre as justificativas usadas para se conseguir concessões de sesmarias estava a participação do solicitante no combate aos nativos (*idem*, p. 35 e 36).

Depois da morte de muitos indígenas, cuja resistência se deu até por volta de 1720, o aldeamento dos sobreviventes prosseguiu como uma fase paralela de contenção de seus modos de viver. Primeiro porque as terras doadas para tal fim deviam ser produtivas, dentro dos parâmetros estabelecidos pelos governadores das capitanias, sob pena de serem tomadas e redistribuídas. Depois porque as aldeias serviam também à conversão religiosa dos indígenas ao catolicismo. Encurralados, ameaçados e pauperizados, já a partir da década de 1730 eles mesmos começaram a pedir sesmarias ao capitão-mór para se aldearem, cientes de que isso não poderia ser feito sem um “missionário para aquietação” – como em trecho de carta do padre João Leite de Aguiar ao Rei de Portugal em 1696, citada pelo historiador Francisco José Pinheiro (PINHEIRO, 2007, p. 41).

Cabe aqui observar que, contra aquilo que Alceu Maynard Araújo (1977) traz como folclore pagão (e o autor entende que não só os ameríndios, mas também portugueses e africanos traziam marcas de hábitos pagãos), “os soldados de Loiola lutaram e entre outras armas usadas, as principais foram a música e o canto” (*idem*, p. 117).

As crianças foram afastadas da influência dos pajés, dos mais velhos, desgarradas, portanto, da civilização tradicional ameríndia. E como atraí-las? Como convertê-las? Os jesuítas lançaram mão da música e canto. Os próprios jesuítas mantiveram muitas vezes certas particularidades da arqueocivilização que julgaram conveniente,

conservaram muitas danças indígenas com melodias católicas romanas as quais os brasilíndios dançavam, nos ofícios religiosos. [...] Foram, portanto, música e canto, fatores importantes na catequese. (ARAÚJO, 1977, p.117-118)

Muitos desses aldeamentos – como Miranda, hoje Crato, no Cariri cearense; e Parangaba, Messejana e Caucaia (antiga Soure), que atualmente se encontram na Região Metropolitana de Fortaleza (RMF)<sup>3</sup> – se transformaram em vilas a partir de 1758 e, “com a expulsão dos jesuítas, a administração dos povos indígenas passou para a órbita laica e os povos nativos foram igualados aos demais moradores” (PINHEIRO, 2007, p.46).

No século XVII, havia núcleos urbanos no Ceará economicamente bem mais expressivos que Fortaleza. A “civilização do couro”, como Capistrano de Abreu se referiu ao “complexo cultural que dominou a região” (ANDRADE, M.C., 1973, p. 183), produziu principalmente para abastecer de carne e de animais de tração os grandes centros, como Salvador, Olinda e Recife, aonde os rebanhos eram conduzidos. Para esse deslocamento, foi formada uma rede de vilas coloniais que serviam de pouso, por onde também passavam rotas comerciais de especiarias que vinham do Maranhão. À margem dos caminhos de gado que cortavam o sertão, a economia era mais pujante do que em Fortaleza. Esse isolamento da vila teria inviabilizado o desenvolvimento de atividades econômicas de caráter urbano, não só nela, mas também em outras que haviam sido criadas mais como “aglomerados urbanos artificiais”, instituídos para assentar uma população que não era empregada na pecuária – atividade que necessitava de pouca mão de obra (LEMENHE, 1991, p. 17 e 39).

Excessão teria sido Aracati, também no litoral. Ali foram criadas oficinas onde se industrializava a chamada “carne do Ceará”. Foram desenvolvidas para escoar o produto de forma mais proveitosa, pois os rebanhos da capitania tinham que percorrer caminhos mais longos que os do Rio Grande do Norte e da Paraíba, tornando-se mais caros. Além disso, os produtores se livravam de parte dos impostos cobrados no uso de abatedouros públicos. Centro das charqueadas, Aracati foi o primeiro núcleo cearense sustentado por atividades produtivas de caráter urbano, em torno do qual havia grande comércio de carne e couro. Mas, ainda assim,

as características do sistema de criação que conferiam à atividade um caráter extrativista, a peculiar inserção de produtos no mercado português (oferta maior que a demanda), o controle metropolitano na captação do excedente (sob a forma de bens e tributos) e a intermediação pernambucana na apropriação explicam a fragilidade da economia cearense e a incipiente vida urbana na Capitania. (idem, p. 49)

<sup>3</sup> Parangaba e Messejana são hoje bairros de Fortaleza, enquanto Caucaia é um município vizinho. Estes lugares reaparecerão na pesquisa quando tratarmos dos vendedores de chegadoinho no início deste século XXI.

Além disso, um período de secas que se iniciou em 1777 iria dizimar boa parte do rebanho e contribuir para a desorganização da pecuária. “A migração para o Rio Grande do Sul de um dos maiores charqueadores do Aracati – José Pinto Martins – transferiu para aquela capitania as técnicas da salga e, possivelmente, considerável capital.” (LEMENHE, 1991, p. 52). Enquanto o Ceará perdia cada vez mais terreno no fornecimento de carne para várias partes do território brasileiro, ascendia a cultura de algodão, o chamado ouro branco, que colocou Fortaleza como pólo exportador, ajudando a projetá-la economicamente. No entanto, nas áreas de cultivo, grandes fazendeiros resumiam sua atuação a financiar a entressafra e intermediar a produção de camponeses e pequenos produtores, impedindo-os de comercializá-la eles mesmos, em função da posse da terra – o que também pode ser visto como fator impeditivo para o desenvolvimento de atividades tipicamente urbanas nas vilas do entorno.

Investir em uma sede administrativa só passou a ser, de fato, importante para a coroa portuguesa quando a capitania começou a se estabelecer como um espaço produtivo e as forças colonizadoras precisaram de um aparato, não só para resolver conflitos entre fazendeiros e capitães-mores, como também para realizar os impostos. No apagar daquele século, o Ceará se desvinculou de Pernambuco, alcançando autonomia no comércio direto com Lisboa, e Fortaleza passou a ser sua capital. Não sem a oposição de comerciantes de Aracati e Icó, por exemplo, a cujas atividades a vinculação com Recife e Olinda dava sustentação. Embora o algodão não tenha servido a todas as regiões da capitania, a agricultura empregou mais contingente populacional que a pecuária – e para a coroa, a falta de ocupação lhe trazia problemas na manutenção da ordem. Também permitiu que os cultivos de subsistência tivessem melhoramentos, ainda que contidos.

Para Maria Auxiliadora Lemenhe (1991), a evolução histórica de Fortaleza destoa de outras cidades que surgiram na costa ainda no período colonial brasileiro. Ao contrário de Salvador, Recife, Rio de Janeiro, Manaus, São Luís, Belém, entre outras, a capital cearense não teria nascido hegemônica, tendo conseguido se sobressair dentre outros núcleos de maior expressividade econômica até então às custas de mecanismos políticos e institucionais criados pelo sistema político-administrativo colonial – que foram usados também para enfraquecer o poder atomizado dos chefes locais no interior e reprimir fortemente revoltas emergentes, ainda no período da colônia e em especial no Primeiro Império, marcado por forte centralização de controle. A autora evoca o termo cidade-empório para explicar como entende o fenômeno urbano brasileiro e, partir daí, Fortaleza.

A colonização e a vida urbana coincidem, historicamente, no Brasil. No decurso do desenvolvimento mercantil e ao longo do período de consolidação do capitalismo industrial, a trajetória das cidades brasileiras caminha desde a condição de núcleos urbanos embrionários, montados para garantir a posse do território colonizado, até a de pólos intermediários entre as zonas interioranas de produção e o mercado internacional. [...] Sobrepondo-se à função comercial as cidades se constituem como sede do aparato burocrático, instâncias locais de Estado português, através das quais eram feitos os controles sobre os meios de produção – terra e força de trabalho – da tributação e do comércio monopolista. No exercício dessa dupla função, comercial e burocrática, é que reside a dominação da “cidade” sobre o “campo”. (LEMENHE, 1991, p. 20)

## 2.2 Centro das atenções

No século XIX, Fortaleza começa a assumir uma importância que antes não tinha. Em 1799, o Ceará passa a ser autônomo, desvinculando-se de Pernambuco, a que se mantivera subalterno desde a vitória sobre os holandeses. Até aquele momento, a concessão de terras, por exemplo, só podia ser feita pelo capitão-mor (governador) pernambucano, restando outras decisões a cargo das câmaras de vereadores dos povoados que iam chegando à condição de vila – em particular deliberações relativas à conformação dos espaços públicos, edificações e códigos de postura, além da taxaçaõ sobre alguns serviços e produtos.

Como capital de uma capitania autônoma, Fortaleza pôde crescer como centro econômico e das decisões políticas e, logo nas primeiras décadas do século, sua infraestrutura recebeu diversos investimentos. Ergueu-se a alfândega, reformou-se o prédio da Tesouraria da Fazenda, realizou-se estudos para o porto, fez-se o molhe, inaugurou-se a agência dos correios, construiu-se o mercado público e organizou-se as feiras semanais. Foram abertas estradas ligando a capital ao interior e também ruas, tomando como referência a localização das residências dos principais comerciantes. “A atividade comercial já se refletia na estrutura física da vila, definindo ruas de comércio – a Rua Direita dos Mercadores e a do Rosário –, abrigando lojas de atacado e varejo.” (LEMENHE, 1991, p. 62). As casas mais pobres ficavam nas imediações do porto.

Quando o viajante inglês Henry Koster visitou Fortaleza em 1810, registrou que a vila “tinha apenas 1.200 habitantes, quatro ruas centrais e um comércio restrito” (JUCÁ, 2003, p. 34). Aliás, nesse momento, Koster teve melhor impressão sobre Aracati, onde havia inclusive edificações com mais de um andar, o que inexistia em Fortaleza. Se “em 1800, havia um ‘arruador’ para organizar o traçado das ruas” da capital (idem, p. 35), a partir de 1812, iniciou-se o trabalho de Silva Paulet, que veio assumir o cargo de Ajudante de Ordens junto ao governador. O engenheiro fez o levantamento da planta da cidade e começou um plano urbanístico para o povoado, que crescia à margem esquerda do riacho Pajeú. “Desprezou o

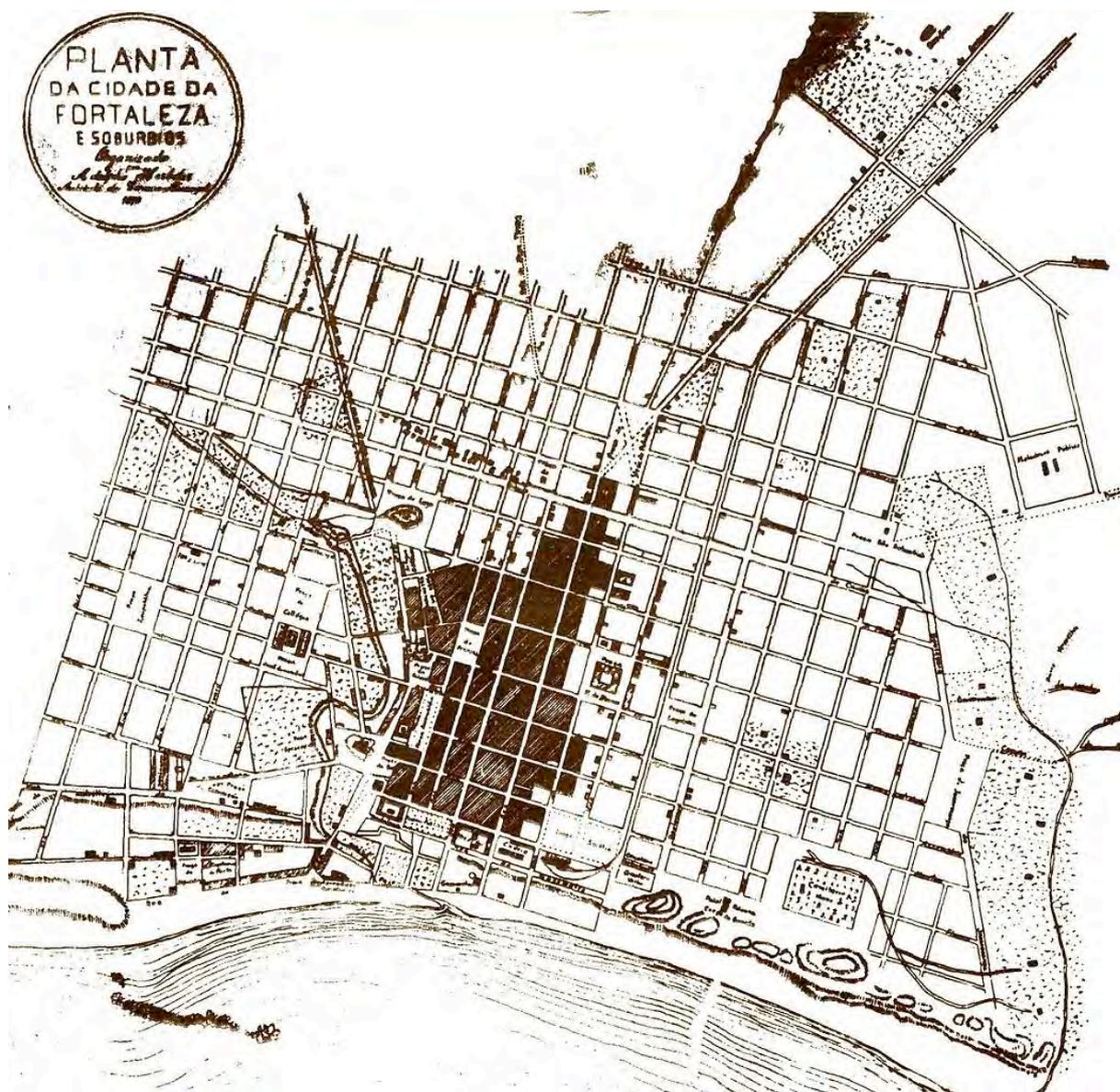
sentido velho do crescimento da vila e, de modo resoluto, puxou-o para o estilo quadrangular. [...] A primeira rua em linha reta, baliza das futuras que se desdobrassem de norte a sul, do mar para o sertão, fez-se a partir da fortaleza.” (GIRÃO, 1959, p. 110-111). Ele mesmo executou um novo projeto para o forte, que foi reconstruído em alvenaria.

Um Código de Posturas foi aprovado em 1835 para disciplinar o uso e conformação do espaço. Gisafran Nazareno Mota Jucá (2003) levanta algumas curiosidades em pesquisa aos documentos da Câmara Municipal. Em certa ocasião, os proprietários tiveram que calçar eles mesmos as ruas em frente a suas casas num prazo de oito dias, ou pagariam multas. E carro de boi não podia passar em rua calçada, podendo o infrator ir até para a prisão. Discutiu-se inclusive a cor dos interiores das casas e deliberou-se pelo impedimento de se fazer degraus no acesso para a rua ou abrir as janelas que dessem para o espaço público. Era proibido cortar árvores descontroladamente, fosse nas praças ou nos quintais. A iluminação pública, a base de azeite de peixe, foi inaugurada em 1848, quando a cidade já contava com 8.900 habitantes (SABOYA RIBEIRO, 1955, p. 226). Em 1861, apareceram as primeiras tabuletas com a numeração e o nome de ruas e travessas, e a Câmara estipulou um perímetro relativamente extenso onde não seria possível haver propriedades com dimensões maiores que a de um quarteirão. “A preocupação maior era ‘...aformosear-se as ruas...’, mesmo nas áreas distantes do centro.” (JUCÁ, 2003, p. 37).

Boticário Ferreira, preocupado com a expansão da cidade, contrata para planejá-la, em janeiro de 1855, o engenheiro pernambucano Adolfo Herbst, que elaborou três plantas de Fortaleza. A primeira, a *Planta Exacta da Capital de Fortaleza*, datada de abril de 1859. A segunda, a *Planta Topográfica da Cidade de Fortaleza e Subúrbios*, foi influenciada pelo urbanismo do Barão Haussmann, prefeito e reformador de Paris (1853-1870), elaborada em 1875. Projeta um conjunto de largas avenidas, limitando o núcleo urbano, que recebeu o nome de *boulevard* do Imperador (avenida Imperador), *boulevard* da Consolação (avenida Dom Manuel) e *boulevard* do Livramento (avenida Duque de Caxias). O plano, de traçado expansionista, levava o xadrez, muito além da parte construída [...]. O alinhamento de algumas ruas exigiu a eliminação de alguns *arruados*. A terceira planta, realizada em 1888, amplia e consolida ainda mais o enxadrezamento e a remodelação da cidade. A proposta de Herbst foi tão significativa para Fortaleza, que até hoje o centro principal da cidade está ainda circunscrito aos limites das avenidas por ele projetadas. (COSTA, 2007, p. 59)



Figura 3 – Planta Topográfica de Fortaleza e Subúrbios de 1875, por Adolfo Herbster



**Fonte:** Costa, 2007; Wikipedia. Imagem disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Planta\\_fortaleza\\_Hebster.JPG](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Planta_fortaleza_Hebster.JPG). Acesso em 08 abr. 2012.

Maria Clélia Lustosa da Costa (2007) encontrou referência ao seguinte comentário do poeta Gonçalves Dias, que integrou a Comissão Científica de Exploração enviada pelo Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro a Fortaleza em 1859: “No que esta pequena cidade leva vantagem ao monstruoso Rio de Janeiro, é que seus estabelecimentos públicos, que não são poucos, são grandiosos relativamente, têm uma arquitetura simples e elegante; e mais que

tudo são feitos de propósito, e acomodados ao seu destino”<sup>4</sup> (BRAGA, 1960 apud COSTA, 2007, p. 59). Segundo descrição do escritor Bezerra de Menezes, citada em duas obras na bibliografia deste trabalho (COSTA, 2007; JUCÁ, 2003)<sup>5</sup>, a capital cearense, no final do século XIX, tinha cerca de cinco quilômetros quadrados, 34 ruas no sentido norte-sul e 27 no leste-oeste, todas paralelas. Os três bulevares e mais quinze praças somavam-se ao conjunto.

Voltando aos habitantes, o Ceará também passou a contar com uma expressiva população negra, em grande parte homens livres que para aí se transferiram principalmente em função da pecuária. Atuavam como “vaqueiros, trabalhando no sistema de quartas, ou como morador e agregado junto às fazendas de criar” (FUNES, 2007, p. 105), gozando de uma sensação de liberdade que os negros que trabalhavam na indústria açucareira não podiam experimentar, o que também lhes servia de atração. O trabalhador livre e pobre, independente de sua cor ou ascendência, enfrentava condições igualmente duras para se manter, o que aparentemente diminuía as distâncias sociais entre os grupos dentro desse estrato – definido a partir da relação com o trabalho, que não era escravo. No trabalho aqui citado, Funes analisa os registros sobre o contingente populacional da capitania e observa um crescente aumento no número de negros e seus descendentes ao longo do século XIX, praticamente tendo desaparecido o elemento indígena no censo de 1872 – “provavelmente tenham acabado o nativo” (idem, p. 106).

Naquele momento, quando cativos, os negros trabalhavam na lavoura algodoeira e também nas cidades, onde podiam ser alugados pelos proprietários para compor a renda da família. Em Fortaleza e Aracati, entre 1873 e 1881, a “população escrava urbana era maior que aquela vinculada às atividades do campo” (FUNES, 2007, p. 111). O espaço urbano também era procurado por negros que fugiam, pois ali podiam mais facilmente se esconder, misturando-se aos homens livres. Algumas Irmandades dos Homens Negros, como a de Nossa Senhora do Rosário, eram particularmente fortes em cidades como Quixeramobim, Tauá, Fortaleza, Aracati e Sobral, onde havia festividades como a coroação dos Reis de Congo, realizadas no período natalino, de caráter tanto religioso quanto laico. A expressão musical se fazia presente não só aí como em outras atividades lúdicas de seu cotidiano, que não escapavam a tentativas de controle.

---

<sup>4</sup> O registro encontra-se no livro “História da Comissão Científica de Exploração de 1859”, de R. Braga, publicação fora de catálogo editada em Fortaleza pela EDUFC, em 1960, conforme registro de Maria Clélia Lustosa da Costa (2007).

<sup>5</sup> As considerações de Bezerra de Menezes aparecem em “Descrição da cidade da Fortaleza”, de 1895, reeditado pelas Edições UFC em 1992, igualmente esgotado.

Os códigos de posturas dos municípios estavam repletos de itens restringindo a reunião de pessoas, em particular de escravos, proibindo os “sambas” e outras “folias”. Acatado, por certo não. Mesmo sujeitos às penalidades, “os pagodes”, “os sambas” e “as folias” continuavam a existir e as intrigas continuavam a ser feitas. (FUNES, 2007, p. 125)

Os habitantes de Fortaleza, que já tinham 195 aparelhos telefônicos conectados por 200 linhas aéreas em 1859, puderam telegrafar para o Rio de Janeiro em 1882. “Os bondes, e posteriormente os ônibus e trens, tornavam alguns bairros mais acessíveis em termos de transporte, o que levou várias famílias e pequenos comerciantes a se instalarem ao longo e no final das linhas.” (COSTA, 2007, p. 63). A filial do Banco do Brasil chegou em 1860 e a primeira linha de trem seria inaugurada treze anos depois. Os preços do algodão se elevaram no mercado mundial durante a Guerra de Secessão norte-americana (1861-1865) e o café, a borracha de maniçoba e a cera de carnaúba entraram para diversificar a carteira de produtos da província. A administração pública incentivava esta ou aquela cultura, criando prêmios e isenções. Até o açúcar da produção doméstica mostrou excedentes, que acabaram igualmente exportados. Fortaleza vive um período fecundo em que “não há crescimento econômico nem populacional invadindo, pressionando e fazendo a cidade” (idem, p. 56).

Mas isso mudaria em 1877, quando se iniciou um grande período de secas que não apenas arruinaria a agricultura e a pecuária, abalando fortemente as bases econômicas do Ceará, como levaria a Fortaleza um número de pessoas cerca de quatro vezes maior que a população da cidade, de aproximadamente 27 mil habitantes à época. Fugiam da fome e da sede, presos na armadilha do modelo de produção adotado, pois antes da ocupação do território vizinho ao semi-árido pela agricultura comercial havia terras disponíveis para a retirada de rebanhos e da população durante as secas – que são cíclicas, portanto em certo grau previsíveis. Catástrofe muito mais social que climática, as secas inspiravam registros oficiais precisos sobre a perda de cada cabeça de gado, mas não foi estendida igual atenção ao número de pessoas que padeceram.

É possível estimar em 3 milhões os mortos nas secas em cerca de 150 anos, desde 1825 até 1983, cifra correspondente aos mortos britânicos, franceses e italianos na Primeira Guerra Mundial ou à metade do número dos judeus exterminados pelos nazistas na Europa. É evidente que as constantes secas debilitaram a economia nordestina e aprofundaram o fosso que separa a região das áreas mais desenvolvidas do país. A transformação do Nordeste em região-problema não só afastou investimentos estrangeiros mas, principalmente, fez com que as políticas econômicas dos governos republicanos transferissem recursos para o Centro-Sul, tendo sempre uma boa justificativa. Apesar de ter uma balança comercial externa superavitária – a região exportou mais do que importou durante décadas –, internamente foi obrigada a se submeter à lógica do grande capital sulista. Cabe ressaltar que isto não significa ter uma visão ingênua da relação do Nordeste com o

poder central, como se não existissem classes sociais na região com interesses antagônicos. Mas não é acidental que o Nordeste tenha concentrado os piores indicadores socioeconômicos nos últimos sessenta anos. Portanto, não é possível explicá-los e compreendê-los historicamente sem analisar as relações com a União. (VILLA, 2001, p. 250-251)

Causada pelo fechamento dos caminhos verdes e potencializada pelas longas distâncias que tinham que ser enfrentadas a pé, a calamidade aflorou o espírito de caridade dos fortalezenses no amparo aos que chegavam. Mas a falta de habilidade para gerar soluções efetivas alongou a penúria de quem vinha e de quem recebia, e não conteve também a emergência de outros sentimentos, que logo se reverteriam em ações promovidas pelos próprios dirigentes políticos.

De certa forma, o desenvolvimento urbano de Fortaleza se dirigia cada vez mais para uma preocupação estética com o “aformoseamento”, em que a criação de uma estrutura de equipamentos socioculturais pretendia dar à cidade um clima moderno de civilização e progresso. A chegada dos retirantes, assim, agredia essa nova sensibilidade burguesa e um pensamento segregacionista, aos poucos, começa a se desenvolver entre as elites locais. Era preciso proteger a cidade das ‘invasões’ periódicas dos refugiados da seca. (NEVES, 2007, p. 86)

As primeiras políticas públicas de controle das multidões movidas durante as secas foram no sentido de ocupar os retirantes em obras públicas na cidade, como a Estrada de Ferro de Baturité e o calçamento das ruas do Centro. A Hospedaria Geral dos Emigrantes, de 1889, não deu conta de atender todas as famílias, que erguiam barracas nas ruas ou se instalavam sob as árvores. Assim, na seca de 1915, criou-se o Campo de Concentração do Alagadiço, em que foram encerradas cerca de 8.000 pessoas – “uma instituição que irá novamente modificar as relações entre a população urbana e os retirantes” (idem, p. 87). Nos anos 1940, como uma política pública federal, esse contingente de população seria redirecionado para ocupar a Amazônia, onde trabalharia nos seringais extraindo matéria prima para os exércitos aliados na Segunda Guerra, durante a chamada Batalha da Borracha. A estratégia acabou matando muito mais brasileiros em seu próprio país do que combatentes que o país enviou à Europa: enquanto morreram menos de 500 soldados na Itália, cerca de 30 mil soldados da borracha vieram a padecer.

A convivência com o semi-árido é, por si só, um capítulo à parte na história do país e do próprio planejamento regional – neste caso, especialmente a partir da trajetória de instituições que vão se debruçar sobre tais questões, como o Departamento Nacional de Obras Contra as Secas (DNOCS), o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene). No entanto, é importante ressaltar que, apesar de se

evocar constatemente o progresso e enaltecer as benesses da vida moderna desde meados do século XIX, Fortaleza chegou à década de 1980 recebendo milhares de pessoas que ainda se deslocavam em decorrência de falta de meios de manutenção da vida no campo. Em 1983, “estimava-se em quase 5 mil o número diário de flagelados que chegavam à capital e abrigavam-se debaixo de árvores, pontes e viadutos” (VILLA, 2001, p. 241).

Tendo tratado da maneira como Fortaleza surge como núcleo urbano e se torna hegemônica no contexto político e econômico do Ceará, procurei aportar informações sobre como o território é constituído e sobre algumas práticas culturais – especialmente envolvendo sons e música – de diversos grupos que compõem sua população e as relações que se manifestam a partir delas. A partir de agora, nos deteremos em alguns aspectos mais específicos do crescimento e da conformação do espaço da cidade que reaparecerão com peso na apresentação e análise dos dados da pesquisa. São eles, em especial, a formação dos principais bairros, tanto de alta quanto de baixa renda; de espaços de lazer, como a praia e as praças; o aparecimento do automóvel e as consequentes mudanças físicas no ambiente urbano e nas sensibilidades; além da disputa do Centro pelos comerciantes estabelecidos e pelos vendedores ambulantes.

### **2.3 Sons da capital**

No início do século XX, consolidada sua hegemonia frente às outras cidades do Ceará, graças à concentração política e econômica, Fortaleza entrou num certo período de marasmo nas questões de planejamento, em que pouco foi feito para incrementar a infraestrutura da cidade, especialmente diante da iniciativa e do ritmo na execução de projetos observados até o fim do século anterior. Para Jucá (2003), a partir daí o crescimento da cidade em termos espaciais se deveu mais à iniciativa privada do que a um plano orientador, como aconteceu antes, principalmente com os trabalhos de Silva Paulet e Adolfo Herbster. “A antiga estrutura foi quebrada e, em decorrência, ocorreu por falta de planejamento diminuição do número de praças, face ao aumento das construções. Somente na década de trinta houve retorno ao Código de Posturas Municipais, que proibia a construção de casas geminadas.” (JUCÁ, 2003, p. 39).

Ainda assim, no quesito embelezamento urbano, houve a construção do Theatro José de Alencar em 1910 e a remodelação das três principais praças da cidade – do Ferreira, da Sé e do Marquês do Herval (hoje Praça José de Alencar, em frente ao teatro). Segundo o historiador Sebastião Rogério Ponte (2007), eram paraísos insulares que inspiravam

segurança, onde os habitantes mais distintos podiam “se sentir como se estivessem em Paris, enquanto assistiam ao espetáculo do movimento urbano desenrolar-se em torno” (PONTE, 2007, p.181). No Carnaval, só a elite brincava ali dentro, enquanto os populares ficavam pelas margens das praças ou nas ruas circunvizinhas. Curioso é o caso do Passeio Público, uma praça de três planos nos quais as pessoas se reuniam com outras de sua própria classe, embora não houvesse qualquer lei oficialmente instituída nesse sentido.

O fato é que tal acabou acontecendo “naturalmente”, no dizer dos cronistas da época. Mais plausível considerar que essa separação se deu por força do segregacionismo social já existente, mas então reforçado pela modernização em curso que conferia às elites a primazia dos espaços públicos ora embelezados. (idem, p. 171)

Não teria sido à toa que postes de iluminação, jardins, cafés e bondes foram alguns dos principais alvos de depredação em 1912, quando a população se revoltou contra a oligarquia de Nogueira Accioly, que pretendia se manter na presidência do Estado. Para o historiador, cabe perguntar se não teria sido uma forma indireta de protesto contra uma modernização urbana que não beneficiava a todos. Contra o movimento de pretensa domesticação e civilização dos hábitos, a cidade também contava com uma “jovem boêmia literária e etflicia” (PONTE, 2007, p.174), cuja irreverência, ironia e sarcasmo causavam alguma repulsa às classes mais abastadas. Não raro, materializavam-se em romances, poesias e jornais produzidos por movimentos intelectuais, quando não em episódios chistosos que ficaram marcados na memória dos habitantes entre as últimas décadas do século XIX e as primeiras do XX. Tal comportamento também pode ser compreendido como “uma singular e significativa forma de descontentamento e de resistência expressada pela população marginalizada contra aquela nova ordem social modernizadora, autoritária e disciplinarizante em constituição na cidade” (idem, p.191).

O processo de remodelação sócio-urbana de Fortaleza, iniciado a partir de 1860 [...] se prolongou até as primeiras décadas do século XX. Esse processo significou a inserção da capital cearense no contexto da *belle époque* (belos tempos), termo francês cunhado para traduzir a euforia europeia com as novidades extasiantes decorrentes da revolução científico-tecnológica (1850-1870 em diante). Com efeito, esse período, momento fundante do nosso mundo contemporâneo, é marcado por um intenso fluxo de mudanças que não só produziu transformações de ordem urbana, política e econômica, como também afetou profundamente o cotidiano e a subjetividade das pessoas, alterando seus comportamentos e condutas, seus modos de perceber e de sentir. (PONTE, 2007, p. 162-163)

Mudanças comportamentais ocorridas a partir dos anos 1920 iriam influir também no aparecimento de novos modos de uso social do espaço. A maior liberalização das mulheres – que passaram a cortar o cabelo curto (*à la garçon*), exercer atividades antes reservadas a homens e exigir direito ao voto – também se reflete numa nova forma de se vestir, que vai levar as moças à praia. Até então esse era um lugar dos pobres, aonde pessoas de mais posses só se dirigiam para tratamentos de saúde. Os banhos de mar começam a ser adotados não só como terapia mas também como entretenimento e a praia vai virando espaço de lazer. Como marco, em 1928, a mansão de veraneio Vila Morena – hoje Estoril – é erguida na Praia de Iracema. A partir da década de 1930 torna-se mais perceptível o processo de diferenciação espacial e segregação residencial em Fortaleza, com as primeiras favelas surgindo nesse período (SOUZA, 1978 apud COSTA, 2007, p. 71).

A cidade também experimenta outras alterações no quadro da chamada cultura sensível. “Durante as décadas de 1930 e 1940 segmentos da população de Fortaleza, notadamente aqueles sob o impacto da urbanização em curso, desenvolveram práticas, gestualidades e valores em sua confrontação diária com as novas sonoridades”, explica Antonio Luiz Macêdo e Silva Filho (2006), para quem “pensar historicamente implica, também, a necessária disposição de pôr-se à escuta”. A partir de jornais e memórias de diversos autores naquele período, o historiador reuniu considerável informação sobre a experiência dos habitantes com sons que foram desaparecendo e com outros que persistiram, audíveis ou não, obliterados por outros de maior potência que foram surgindo e se estabelecendo, especialmente com a crescente entrada da mecanização no cotidiano.

O gemido de um catavento em cima de uma cacimba em 1910 foi um som da Praça do Ferreira registrado pelo poeta Otacílio Azevedo. Chamada de “coração da cidade”, a praça veio a ter um coreto na década seguinte, no mesmo lugar onde depois ergueu-se a Coluna da Hora. Inaugurada à meia-noite, na passagem do ano de 1933 para 1934<sup>6</sup>, a “máquina-monumento” com o relógio conota simbolicamente, para Silva Filho (2006), uma consagração do tempo matemático. Nisso, a Igreja havia se adiantado: já em 1860 a velha Sé havia ganhado um relógio e, em 1941, os sinos da igreja Nossa Senhora dos Remédios, no Benfica, seriam substituídos por um aparelho rádio-elétrico Philips, tocando discos de músicas sacras.

O baque seco e ritmado das ferraduras de encontro ao calçamento rude, o farfalar das árvores sopradas pelo vento, o canto dos pássaros, o barulho das carroças, o resfolegar dos quadrúpedes que as puxavam, latidos de cães, toques de corneta (que outrora regulavam a hora de recolhimento às casas), o repique dos sinos – não eram

---

<sup>6</sup> A mudança foi realizada na gestão do prefeito Raimundo Girão, historiador com obras já citadas neste capítulo.

apenas vestígios evocadores de uma atmosfera bucólica, mas também engenhos técnicos antigos, que se viam então mergulhados numa paisagem sonora sincopada, resultante de transformações energéticas, repetições mecânicas, intervalos regulares e gestos automáticos, em que o primado das máquinas ia aos poucos se estabelecendo no perímetro central de Fortaleza. (SILVA FILHO, 2006, p. 51)

O intelectual Rodolfo Teófilo, por exemplo, ao ouvir buzinas, roncões de motores, tiquetaques do relógio da igreja e serenatas, estranhou um pouco que a vida noturna na área central da cidade se estendesse para além de horários quando, em outras partes, já não se ouvia mais tantas atividades humanas. Enquanto o toque do piano pelas moças nas salas de estar aos domingos foi se tornando cada vez mais raro de se ouvir nas vizinhanças, também as bandas de música e serenatas ao luar foram perdendo uma certa graça diante do deslumbramento pelo gramofone e pela vitrola. No mesmo estudo, Silva Filho recupera um texto em que o escritor João Jacques observa o comportamento dos transeuntes quando se deparavam com uma melodia amplificada pelas ruas.

A cidade tem muitas lojas de discos, em cujas calçadas os basbaques se ajudam e formam platéias admiráveis. [...] Como são susceptíveis às inspirações do amor! Como se entregam, passivas e cloroformizadas pelos ouvidos, à correnteza das horas, ao léu do tempo! Reparem, de hoje em diante, no semblante e na postura dessas pessoas que, de longe, ao escutarem as notas e letras de uma canção, começam a amortecer os passos, a frear insensivelmente as pernas, até postarem, chumbadas no chão, eletro-imantadas por uma ideia vaga ou um sentimento desperto, à frente de uma alta-fidelidade. Os olhos se entrecerram ou se fixam num ponto neutro. O corpo amolece, relaxa. Um sorriso de Madona, esfingético e complacente, adoça os lábios mais amargos. Ninguém mais está ali. (JACQUES, 1964 apud SILVA FILHO, 2006, p. 102-103)

A população se dividia em relação às novidades. Para não falar dos sustos provocados pelas buzinas dos automóveis, nas décadas de 1930 e 1940 havia desde os que enviavam cartas aos jornais reclamando dos galos dos vizinhos – despertadores à moda antiga – até os que esbanjavam o volume de seus aparelhos de rádio, promovendo invasão – ou, por outro lado, evasão – de privacidade. “O rádio [...] não seria ainda um simples artigo de consumo de massa, mas um signo moderno, o que leva a crer na audição desenfreada e estrondosa enquanto modalidade de lazer e, também, forma de distinção social pelo uso de objetos tecnológicos sofisticados.” (SILVA FILHO, 2006, p. 69).

O adensamento populacional e a profusão de sons não tardaram a se fazer perceber nas regulamentações municipais. O *Código de Posturas do Município de Fortaleza de 1932* trazia o capítulo “Do sossego e tranquilidade pública”, em que estava prevista multa a quem desse “gritos à noite dentro das zonas central e urbana, depois das 22 horas, sem necessidade ou utilidade” e “tiros a qualquer hora do dia ou da noite”, ou emitisse “sinais sonoros, tímpanos,

buzinas e outros meios de aviso, fora dos casos estritamente necessários”, assim como usasse “o escapamento livre dos veículos nas zonas central, urbana e suburbana” (apud SILVA FILHO, 2006, p. 123).

No entanto, diante da inaplicabilidade das sanções, era comum que as queixas tivessem expressão pelos jornais da capital, por onde se pedia diretamente medidas repressoras ao poder público. “Nenhuma menção ou instância a campanhas para reformar os costumes. [...] Invocar a ingerência do aparato policial diz muito da tradição historicamente enraizada de lidar com litígios ou desvios mediante ação repressiva e inapelável; nesse caso, o recurso à autoridade dispensa quaisquer medidas.” (SILVA FILHO, 2006, p. 68).

Numa época em que a tentativa de estabelecer referenciais identitários para a capital cearense flutuava entre expectativas de metrópole e atributos de província – cuja avaliação variava de acordo com as necessidades e interesses em jogo, isto é, ressaltar o desenvolvimento econômico e o prestígio simbólico ou defender a singeleza dos costumes e valores de então –, a preocupação com o ordenamento dos sinais sonoros não se limitava aos serviços e equipamentos urbanos, mas se dirigia também às práticas corporais, especialmente em lugares de forte vinculação com o imaginário urbano, como a praça do Ferreira. (idem, p. 88)

A vaia era especialmente temida por aqueles que viam nessa manifestação popular – “cristalizada como suposta marca identitária do cearense” (SILVA FILHO, 2006, p. 85) – um atentado a modelos de comportamento pretendidos. Pessoas ilustres em comícios eram alvos dessa “pilhéria inusitada de alguns espirituosos” (idem, p. 85), que não deixava de servir como reguladora pública de costumes.

Essa força de achincalhe, burlasca e demolidora, provocava ojeriza nos intelectuais, políticos e jornalistas mais conservadores, que associavam a irreverência do apupo a uma remanescência bárbara e atrasada, vestígio do baixo nível educacional e moral da população. E, talvez, a grande ameaça vislumbrada na vaia consistisse na extrema dificuldade de contê-la e, especialmente, preveni-la. (SILVA FILHO, 2006, p.83-84)

Som dos bondes elétricos, carros, ônibus e caminhões, instalações fabris, fonógrafos, aparelhos de rádio, irradiadoras, cinema falado: tudo isso ia se misturando a elementos já presentes no dia-a-dia da cidade, fosse a repercussão dos relinchos ou do baque dos cascos dos animais de tração no calçamento, dos foguetes soltos em dias de festas religiosas, ou dos próprios pregões dos vendedores ambulantes, sobre quem nos deteremos mais no capítulo 4. Ali serão apresentados dados que se revelaram durante a pesquisa sobre as práticas do comércio ambulante em Fortaleza e da venda de chegadoinho, seus antecedentes, difusão e reprocessamentos, cuja melhor compreensão depende do panorama urbano nas primeiras

décadas do século XX aqui traçado. É fundamental saber que, já naquele momento, “a miscelância de sons que encontravam abrigo em Fortaleza evocava tempos distintos, forjava sensibilidades variadas, compunha experiências sociais híbridas de natureza e cultura” (SILVA FILHO, 2006, p. 88).

### 3 LANÇANDO BASES TEÓRICAS PARA A PESQUISA

Bem mais do que antes, hoje podemos elencar diversas disciplinas que têm tomado o som como ponto de partida para abordar o lugar onde ele soa e as complexas experiências sociais que ali se desenvolvem. Os estudos sobre o território também se abrem a esta forma de compreendê-lo. Dentro do panorama conceitual que será traçado a seguir, escolheremos algumas abordagens que parecem mais adequadas para tratar tal problemática – do qual se sobressai, em especial, a do cotidiano. Também veremos alguns aspectos metodológicos associados ao objeto que guiarão a presente pesquisa.

#### 3.1 Abordagens possíveis

Como som da rua, a passagem do vendedor de chegadoinho pode ser estudada a partir de numerosas abordagens, em diversos campos do conhecimento – inclusive nas porosas fronteiras existentes entre eles. As pesquisas existentes se subscrevem mais frequentemente nos âmbitos da Acústica, das Ciências Cognitivas, das Artes e das Ciências Sociais e Ciências Sociais Aplicadas. Ainda em 1888, o antropólogo Franz Boas escreveu um pequeno artigo chamado “*On alternating sounds*”, que já tratava de questões da escuta.

Ao analisar diferenças de audição em relação a um mesmo som, pronunciado por uma pessoa de outra sociedade, Boas chegou à conclusão de que elas não se deviam a causas físicas, e sim à ‘apercepção’ diferencial do ouvinte com respeito aos sons a que estava acostumado. Para [o professor emérito do Departamento de Antropologia da Universidade de Chicago, George] Stocking, Jr., o artigo continha, em germe, a maior parte da futura noção boasiana de cultura. (CASTRO, 2006, p. 11)

Um dos grandes impulsionadores das investigações contemporâneas no campo da percepção dos sons ambientais é o Projeto Paisagem Sonora Mundial (*World Soundscape Project*, ou WSP), iniciado em 1971 no Departamento de Comunicação da Universidade Simon Fraser, Colúmbia Britânica, no Canadá. Ali foi tomado como foco a percepção auditiva do ambiente e, como objetivo, “unir artes e ciências dos estudos sonoros para o desenvolvimento da interdisciplina Planejamento Acústico” (SCHAFER, 2001, p. 366-367).

O conceito de paisagem sonora – do original, *soundscape*, em analogia a *landscapes* (paisagens) – é definido como “o ambiente sonoro” e foi introduzido pelo compositor canadense R. Murray Schafer, fundador do WSP. Desde então, o termo tem sido amplamente

utilizado na análise dos sons ambientais. Da mesma escola de Schafer, Barry Truax (2001) desenvolve o conceito de comunicação acústica, propondo ao campo da Acústica uma abordagem em que o contexto seja levado em consideração, além da parte física que envolve a projeção e a recepção sonora. Em suas pesquisas, ele trata de troca de informação – ao invés da mera troca de energia em forma de ondas – e adiciona a noção de contexto a esse tipo de situações.

Na História Social, os sons surgem como “objetos constituintes de uma história urbana e sensorial fundamental ao entendimento de Fortaleza e do Brasil” (SANT’ANNA, 2006, p. 10). Ao pesquisar os sons da cidade nas décadas de 1930 e 1940, Antonio Luiz Macêdo e Silva Filho insere o delineamento dos rastros acústicos na discussão sobre a tessitura histórica da modernidade urbana – rastros estes aos quais acabamos de ser apresentados no capítulo anterior.

Podemos citar também a etnografia sonora empreendida pelos pesquisadores do Banco de Imagens e Efeitos Visuais (BIEV), da Antropologia Social da UFRGS, na qual o ouvido se presta a “uma escuta das formas da vida social, através das expressões culturais engendradas pelos habitantes das cidades” (ROCHA e VEDANA, 2009, p. 38). Suas pesquisas se debruçam sobre a memória coletiva, o cotidiano, formas de sociabilidades e itinerários urbanos.

No campo das artes, a literatura brasileira do fim do século XIX e início do século XX evoca muitas vezes os sons da cidade para descrever o novo cenário urbano em que se passam suas narrativas. As crônicas de João do Rio publicadas em “A alma encantadora das ruas” publicadas em 1906 (RIO, 2008) e as pesquisas de Mário de Andrade publicadas entre as décadas de 1920 e 1940 (ANDRADE, M., 1965; ANDRADE, M., 1962), por exemplo, constituem um esforço contínuo em “interpretar em dimensão histórico-sociológica fenômenos de cultura urbana até então tomados apenas como assunto para reportagens ou crônicas de jornal”, como explica José Ramos Tinhorão em sua obra “Os sons que vêm da rua” (2005), originalmente lançada em 1976.

No campo da música, também no século XX novas rupturas estéticas ocorrem no código musical, e uma delas é a readmissão dos sons ambientais como elementos desejados dentro da composição erudita. Os meios tecnológicos permitem a gravação *in loco* desses sons e sua posterior manipulação dentro de peças eletroacústicas, por exemplo. Em outra corrente, observamos compositores brasileiros também lançarem mão da musicalidade dos pregões de rua na hora de conceber algumas de suas obras, como Claudio Santoro e Heitor

Villa-Lobos. Expoente modernista, este último empenhou sua própria obra na formação de uma identidade brasileira.

Ainda no campo da música, Jacques Attali propõe uma análise político-econômica dos sons na sociedade ocidental contemporânea. Para ele, o código da música contém os próprios códigos e regras sociais, estando fundada em tecnologias e ideologias de sua época e refletindo a hierarquia política vigente. A música, como organização do som, seria a própria metáfora de que a vida em sociedade é possível. “Sua ordem simula a ordem social, e sua dissonância expressa marginalidades”<sup>7</sup> (ATTALI, 1996, p. 29). O processo de marginalização dos sons ambientais levou muitos séculos e está na essência de um conflito sobre o qual José Miguel Wisnik (2006) discorre em seu texto “Antropologia do ruído”, no qual muitas vezes observamos seu pensamento em proximidade com o de Attali. Eles associam a ascensão de um consenso sobre o que é – ou não – musical com a luta entre o carnaval, relacionado aos ritos pagãos que liberam o ruído e a corporalidade, e a quaresma, ligada ao silêncio e ao ascetismo.

Ainda na primeira metade do século passado, o próprio ouvinte, comumente tido como executor de um ato passivo, é elevado à condição de compositor, orquestrador dos sons do ambiente, capaz de realizar seleções e produzir seu próprio sentido a partir de um repertório sonoro absolutamente amplo, que se legitima como fonte para a criação. Fátima Carneiro dos Santos sustenta que é possível ouvir música a partir dos sons da rua, apontando o que chama de uma escuta nômade, relacionada à ideia de música nômade e de música flutuante, desenvolvidas por autores como Daniel Charles e Mireille Buydens, a partir da filosofia deleuziana (SANTOS, F.C., 2002).

Se a pesquisa sobre a passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas de Fortaleza nasceu sob esta abordagem, como já falamos, no Planejamento Urbano e Regional ela se expandiu para a análise do som na produção de espaços e de territorialidades dispersas e fragmentadas no tecido urbano. O trabalho partirá da análise da passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas de Fortaleza como prática do cotidiano e prática do espaço, conceitos desenvolvidos por Michel de Certeau como uma crítica ao discurso utópico e urbanístico, em que o espaço é organizado racionalmente, recalcando todas as poluições físicas, mentais ou políticas que comprometeriam a cidade. Nessa perspectiva utópica de cidade, esta seria um sistema sincrônico em que estratégias científicas unívocas são estabelecidas para substituir

---

<sup>7</sup> “*Music appears in myth as an affirmation that society is possible. That is the essential thing. Its order simulates the social order, and its dissonances express marginalities.* The code of music simulates the accepted rules of society.” (Grifos do autor)

resistências das tradições frente ao progresso, criando-se um sujeito universal e anônimo – que é a própria cidade.

No entanto, para Certeau (2009), “a vida urbana deixa sempre mais remontar àquilo que o projeto urbanístico dela excluía; [...] a cidade não é mais um campo de operações programadas e controladas”. Muda-se o foco deste sujeito universal para assumir as operações, os usos que os sujeitos fazem do sistema urbano que lhe é posto. A atenção passa do modo dito coletivo de gestão ao modo individual de apropriação. Tomaremos, portanto, o espaço como lugar praticado<sup>8</sup>, fruto das ações de sujeitos históricos.

### 3.2 Sobre território

A presente pesquisa busca identificar certos elementos constituintes de uma territorialização e seus efeitos específicos nessas constituições. Territorialização pode ser entendida como o processo pelo qual agentes sociais efetuam algo que é classificado como território (ARAÚJO, 2007, p. 24). Os processos de territorialização também podem ser definidos como resultado da “interação entre relações sociais e controle do/pelo espaço, relações de poder em sentido amplo, ao mesmo tempo de forma mais concreta (dominação) e mais simbólica (um tipo de apropriação)”, como concebido por Haesbaert (2009, p. 235). É preciso compreender de qual das diversas concepções possíveis de território partiremos para entender que territorialização será tratada, portanto procurarei discutir estes conceitos – suas amplitudes, diferenciações, fragmentações – a partir do diálogo com autores que aportam perspectivas diversas na abordagem do território e do espaço.

Ao longo do século XX, o mundo foi sacodido por grandes mudanças cujo embrião se encontra no pensamento e nas ações forjadas em séculos anteriores e cujas consequências vão se adensar até os dias atuais, ganhando novos contornos. Como uma onda que se propaga e que reverbera alterada de volta ao centro, fluxos econômicos e comunicacionais têm perpassado fronteiras, tradições têm sido reconstruídas no embate entre o diferente e o semelhante, entre o local e o global, entre o particular e o universal. Esses fatores talvez venham contribuir, em alguma medida, para abalar a força do Estado-nação em autogerir-se e em fazer-se representar, num momento em que o próprio homem se descobre sujeito e vivencia outras formas de sociabilidade, adquirindo consciência de si e vendo-se obrigado a

---

<sup>8</sup> Em Milton Santos, as noções de espaço e de lugar estão invertidas: o que um entende como espaço é o que o outro entende por lugar, e vice-versa. Mas os autores estão de acordo nas ideias que desenvolvem a respeito da relação entre as duas, sendo a troca de denominações um detalhe passível de se abstrair.

conviver com outros homens também autocentrados, libertos dos círculos restritos das tradições, capazes e dispostos a agir deliberadamente sobre suas próprias idiossincrasias. Em paralelo, experimenta-se novas formas de produzir, o que faz com que as noções clássicas de classes sociais talvez tenham que ser revistas diante dessa ebulição. “A aludida polissemia em relação aos termos ‘identidade’ e ‘território’ configura-se no contexto de toda essa situação.” (ARAÚJO; HAESBAERT, 2007, p. 10).

Aqui nos deteremos nas diferentes formas de compreender o que é o território, cujas concepções são agrupadas por Haesbaert (2004) em quatro grandes vertentes: política, cultural, econômica e natural(ista). Na vertente política, “a mais difundida” (idem, p. 40), o território é definido e controlado por relações espaço-poder, mais ou menos institucionalizadas. Na vertente cultural, prevalece a ideia de que o território é fruto de apropriações simbólicas, marcadamente subjetivo. Ele é tido como fonte de recursos na terceira vertente, a econômica, na qual pode ser “incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho”. Por último, o território se faz na relação entre a sociedade e a natureza, entre o indivíduo e seu ambiente físico, na vertente “natural”.

De forma a destacar a posição filosófica adotada pelos pesquisadores, Haesbaert também distribui essas vertentes em dois eixos. Assim, no binômio materialismo-idealismo, as perspectivas teóricas vão se dividir entre as que consideram o território como materialidade e as que o pensam a partir dos sentimentos por ele inspirados. Entre as posições materialistas, estariam as perspectivas naturalista, econômica e política – estando a naturalista num extremo, “reduz(indo) a territorialidade ao seu caráter biológico, a ponto de a própria territorialidade humana ser moldada por um comportamento instintivo ou geneticamente determinado” (HAESBAERT, 2004, p. 44). Subscritas às posições idealistas, as vertentes culturalistas levam mais em consideração questões de ordem simbólico-cultural, para as quais o conceito de territorialidade se torna mais apropriado do que mesmo o de território. Territorialidade pode ser entendida como “o pressuposto geral para a formação de territórios (concretamente constituídos ou não)” ou a dimensão simbólico-identitária desses; ou seja, “a simples ‘qualidade de ser território’” ou a própria dimensão simbólica do território (idem, p. 36 e 74).

Sem esquecer o possível entrecruzamento das proposições teóricas, “especialmente no caso da chamada concepção política, (que também dialoga) diretamente com o campo simbólico” (HAESBAERT, 2004, p. 42 e 44), o autor propõe a superação da dicotomia material/ideal, “o território envolvendo, ao mesmo tempo, a dimensão espacial material das relações sociais e o conjunto de representações sobre o espaço” (idem, p. 42). Para isso,

aponta o que chama de perspectiva integradora, em que o território é lido como “um espaço que não pode ser considerado nem estritamente natural, nem unicamente político, econômico ou cultural” (HAESBAERT, 2004, p. 74).

Daí, ou se admitiria a coexistência desses diferentes tipos de território ou se buscaria uma forma de integrá-los, articulá-los, conectá-los. Nesse sentido, Haesbaert assinala a abertura de mais três perspectivas: a de território como área onde se estabelecem relações de poder relativamente homogêneas; a de território como rede; e a de território como híbrido.

Para Haesbaert, a primeira é a mais tradicional e a referência é Robert Sack, de cujas ideias o geógrafo brasileiro vai destacar uma visão relacional de território, em consonância com Claude Raffestin. Estão presentes nesta perspectiva as duas faces do território em uma perspectiva integradora: a expressão material e o conteúdo significativo, simbólico. Espaço material e processos sociais estariam sempre em constante e complexa relação, perdendo força as noções recorrentes de enraizamento, estabilidade, delimitação e fronteira, para se pensar o território também como “movimento, fluidez, interconexão” (HAESBAERT, 2004, p. 82).

Haesbaert destaca algumas ideias de Raffestin e Sack. Ainda que no pensamento do primeiro prevaleça a semiotização do território e o segundo trabalhe bastante a dimensão material, os dois se aproximariam quando Raffestin concebe a territorialidade como uma espécie de expressão geográfica básica do poder social e quando Sack a pensa como uma estratégia espacial que pode ser ativada e desativada, podendo apresentar diferentes graus de acesso e níveis de permeabilidade (HAESBAERT, 2004, p. 86 a 88). Haesbaert não nos deixa esquecer, porém, que o controle de uma área pode mudar de configuração e sentido ao longo do tempo, de forma que essas definições eventualmente se alargam.

O geógrafo identifica duas leituras possíveis: uma dentro da esfera ontológica, em que o território existe de fato, seja como espaço geográfico concreto (visão materialista) ou como representação (visão idealista); outra numa perspectiva epistemológica, em que o território é construído para servir de “instrumento analítico”.

No nosso ponto de vista, o território não deve ser visto nem simplesmente como um objeto em sua materialidade, evidência empírica (como nas primeiras perspectivas lablachenas de região), nem como um mero instrumento analítico ou conceito (geralmente *a priori*), elaborado pelo pesquisador. Assim como não é simplesmente fruto de uma descoberta frente ao real, presente de forma inexorável em nossa vida, também não é uma mera invenção, seja como instrumento de análise dos estudiosos, seja como parte da “imaginação geográfica” dos indivíduos. (HAESBAERT, 2004, p.79)

Nesse ponto, parece apropriado trazer ao debate as reflexões de Frederico Araujo (2007), que aponta para a separação epistemológica entre sujeito e objeto de conhecimento nas teorias da representação, em que os conceitos “diriam respeito a um objeto no mundo, não se confundindo com este” (ARAUJO, 2007, p. 16). Para o autor, este foi um dogma de princípio que os filósofos das teorias sócio-culturais buscaram contornar, a fim de não limitar a reflexão acerca do próprio conhecimento. Considerando aquilo que se diz de algo como parte constitutiva do próprio objeto a que se refere, a virada linguística teria reaproximado sujeito e objeto de saber, propondo pensar que “a existência do mundo só se objetiva enquanto constituída no pensamento que, aqui, confunde-se com linguagem”, (idem, p. 16). Desta forma, o “próprio caráter do vínculo social é linguístico, [...] é discursivo”, e a legitimidade desses constructos sócio-culturais vai depender das “tramas sociais cuja tessitura é discursiva” (ARAUJO, 2007, p. 16 e 19).

Assim sendo, a objetividade dos signos [...] é constituída no campo das relações interdiscursivas, das relações sociais portanto, o que traz à problemática, de modo imediato e direto, questões de ordem política, ética, estética e gnosiológica, além de apontar ao caráter espaço-temporalmente situado dos signos. (idem, p. 17)

A relevância da dimensão simbólica na construção do que seria o real também é abordada por Pierre Bourdieu (1997), para quem “as grandes oposições sociais objetivadas no espaço físico [...] tendem a se reproduzir nos espíritos e na linguagem sob a forma de oposições constitutivas de um princípio de visão e divisão, isto é, enquanto categorias de percepção e de apreciação ou de estruturas mentais” (BOURDIEU, 1997, p. 162). Em seus estudos, a oposição física capital/província, portanto, se refletiria por exemplo nas oposições perceptivas/apreciativas/mentais entre parisiense e provinciano, entre chique e não chique.

Depois dessas ponderações, podemos retomar o entendimento de Haesbaert de que “não há como separar o poder político num sentido mais estrito e o poder simbólico” (HAESBAERT, 2004, p. 93). Para o autor, hoje é possível conceber a construção de territórios no e pelo movimento, “‘territórios-rede’ descontínuos e sobrepostos, superando em parte a lógica político-territorial zonal mais exclusivista do mundo moderno” (idem, p. 98). Para pensar o território-rede, o geógrafo traz a concepção de Massey de lugar como processo; não como áreas delimitadas por fronteiras, mas como “momentos articulados em redes de relações e entendimentos sociais”, atingindo amplas escalas (HAESBAERT, 2004, p. 77).

Hoje, poderíamos afirmar, a “experiência integrada” do espaço (mas nunca “total”, como na antiga conjugação íntima entre espaço econômico, político e cultural num

espaço contínuo e relativamente bem delimitado) é possível somente se estivermos articulados (em rede) através de múltiplas escalas, que muitas vezes se estendem do local ao global. Não há território sem uma estrutura em rede que conecta diferentes pontos ou áreas. (idem, p. 79)

O território como um híbrido – “híbrido entre sociedade e natureza, entre política, economia e cultura e entre materialidade e ‘idealidade’, numa complexa interação tempo-espaço”, segundo Haesbaert (2009, p. 79) – é apresentado a partir do pensamento dos geógrafos Jean Gottman e Milton Santos.

No rol de autores que pensam sob uma perspectiva integradora, na concepção de Haesbaert, Santos abre mão da sociedade como categoria, pois esta lhe parece impalpável. Prefere pensar a forma-conteúdo – “forma que, por ter conteúdo, realiza a sociedade de uma maneira particularizada, que se deve à forma” (SANTOS, M., 1999, p. 16). Ao eleger categorias de análise, ele destaca o evento, que reúne tempo e espaço em uma categoria única. “A noção de evento [...] permite unir o mundo ao lugar; a História que se faz e a História já feita.” (idem, p. 15). O evento seria o tempo empírico, um tempo que se realiza histórica e geograficamente.

Santos vai negar o território como categoria de análise e adotar o “território usado”, por entender que não é possível contar com o que não é valorado pela sociedade. Neste sentido, sua ideia de território usado se aproxima da ideia de Massey de lugar como processo: “O território tem de ser visto como algo que está em processo.” (SANTOS, M., 1999, p. 19). Os eventos – especialmente os solidários – articulados por Santos como categoria de análise e que, produzidos histórica e geograficamente, dão limites às áreas: não seriam eles correlatos aos “momentos articulados em redes de relações e entendimentos sociais”, atingindo amplas escalas, como no pensamento de Massey? É provável que sim.

Para Haesbaert, enquanto Massey é referência para pensar os territórios-rede, Santos o é na discussão sobre território como híbrido, provavelmente por seu esforço em pensar o território como totalidade – que por sua vez é ideia legada a nós pelos filósofos e que, para Santos, é hoje “trabalhável empiricamente” graças à globalização, à “planetarização da técnica hegemônica”. É o que ele chama de universalidade empírica (idem, p. 22). O território, para Milton Santos, é lugar da verticalidade e da horizontalidade, do Estado e do mercado, do uso econômico e do uso social dos recursos, tudo em dialética e contradição (SANTOS, M., 1999, p. 19).

Ainda sobre a totalidade, o olhar de Milton Santos se volta para o espaço banal, que é o dos geógrafos, em detrimento do espaço econômico – não como contraposição, mas porque

os espaços banais “são os espaços da comunhão, da comunicação, o espaço de todos”, inclusive dos fluxos econômicos. Isso nos levaria de volta “à noção de totalidade dos atores agindo sobre o espaço” (SANTOS, M., 1999, p. 18). O autor lamenta que “territoriólogos”, principalmente planejadores, tenham deixado para trás essa compreensão, que afetaria sobremaneira os estudos sobre a pobreza, por exemplo.

O mercado não entra como categoria de análise, em Milton Santos, porque ele se fraciona, e suas frações possuem “topologia própria”. O autor considera, antes, “os conflitos entre classes, os conflitos entre localidades e áreas e os conflitos entre velocidades, dentro do território” – velocidade que é não dado técnico, e sim dado político; ela mesma, característica de análise do território.

Nas cidades, o tempo que comanda, ou vai comandar, é o tempo dos homens lentos. Na grande cidade, hoje, o que se dá é tudo ao contrário. A força é do “lentos” e não dos que detém a velocidade elogiada por um Virílio em delírio, na esteira de um Valéry sonhador. Quem, na cidade, tem mobilidade – e pode percorrê-la e esquadrihá-la – acaba por ver pouco, da cidade e do mundo. Sua comunhão com as imagens, frequentemente prefabricadas, é a sua perdição. Seu conforto, que não desejam perder, vem, exatamente, do convívio com essas imagens. Os homens “lentos”, para quem tais imagens são miragens, não podem, por muito tempo, estar em fase com esse imaginário perverso e ir descobrindo as fabulações. É assim que eles escapam ao totalitarismo da racionalidade, aventura vedada aos ricos e às classes médias. Desse modo, acusados por uma literatura sociológica repetitiva, de orientação ao presente e de incapacidade de prospectiva, são os pobres que, na cidade mais fixamente olham para o futuro. (SANTOS, M., 2002, p. 325)

Quando impõem técnicas como normas, os agentes hegemônicos obrigam os demais agentes a adaptarem suas normas particulares para que estas sejam compatíveis às hegemônicas, o que rompe com equilíbrios “externos e internos, condenando os equilíbrios preexistentes” (SANTOS, M., 1999, p. 20). Assim, admite-se

a produção da ordem para as empresas e da desordem para todos os outros agentes, e para o próprio território, incapaz de se ordenar porque ideologicamente decidimos que essas grandes empresas são indispensáveis. Assim, aceitamos a ideia de que o território tem que ser desorganizado. (idem, p. 21)

Sendo o tempo a quarta dimensão do espaço, Santos vem considerar como quinta dimensão o cotidiano, entendido como “realização das pessoas e, quem sabe, também das instituições e das empresas nos lugares” (SANTOS, M., 1999, p. 22). Isto nos remete a Michel de Certeau, para quem o fraco, aquele que vive no campo do outro, depende do tempo e de uma hábil utilização deste para encontrar momentos oportunos, aproveitar ocasiões que se apresentam, e então “tirar proveito de forças que lhes são estranhas” (CERTEAU, 2009, p.

46). Daí a potência do cotidiano e de suas práticas, aparentemente banais, em expressar a inteligência daquele que está sujeito aos sistemas técnicos. Os autores também convergem ao falar de pequenos contratos no nível do cotidiano: as práticas e eventos solidários mencionados por Santos parecem se comunicar com as alianças microscópicas das quais vem falar Certeau. Este traz a ideia de espaço como lugar praticado, onde se operam ações de sujeitos históricos, produzido pelas práticas cotidianas (idem, p. 203).

Na conjuntura presente de uma contradição entre o modo coletivo de gestão e o modo individual de uma reapropriação, nem por isso essa pergunta deixa de ser essencial, caso se admita que as práticas do espaço tecem com efeito as condições determinantes da vida social. Eu gostaria de acompanhar alguns dos procedimentos – multiformes, resistentes, astuciosos e teimosos – que escapam à disciplina sem ficarem mesmo assim fora do campo onde se exerce, e que deveriam levar a uma teoria das práticas cotidianas, do espaço vivido e de uma inquietante familiaridade da cidade. (CERTEAU, 2009, p. 162-163)

Essa tensão entre o modo coletivo de gestão e o modo individual de reapropriação também parece se relacionar com a contraposição entre o saber do homem do lugar e o saber do *expert*, levantada por Santos. Para o geógrafo brasileiro, o saber local “é nutrido pelo cotidiano, é a ponte para a produção de uma política – é resultado de sábios locais”, que, por sua vez, são aqueles que detêm conhecimento para “produzir o discurso do cotidiano, que é o discurso da política” (SANTOS, M., 1999, p. 21). Certeau, por sua vez, propõe que se elabore uma política dessas pequenas astúcias, que caracterizam as maneiras de se reapropriar dos sistemas, permitindo à multidão anônima inversões e subversões de uma ordem estabelecida.

Essa multidão parece ter sido deixada de lado no que o autor chama de transformação do fato urbano em conceito de cidade, processo ao longo do qual as práticas urbanas se tornaram esquecidas ou desconhecidas, frente à assunção do simulacro teórico da cidade-panorama pelos administradores do espaço – o urbanista ou o cartógrafo. O que Certeau pretende encontrar, nessas redes que “compõem uma história múltipla, sem autor nem espectador, formada em fragmentos de trajetórias e em alterações de espaços” (CERTEAU, 2009, p. 159), é algo que julga ser um saber muito antigo e que provavelmente resistiria a um colapso como o anunciado em função da crise urbana.

Para Milton Santos (1999), a cidade, muito mais que o campo, é onde pode emergir o saber local, porque o campo estaria dominado pelo capital, enquanto a cidade possui dinâmicas próprias que permitem resistências às formas hegemônicas daquele. Nessas dinâmicas haveria uma maior produção de horizontalidades a partir da maior divisão do trabalho; ou complexidades que abrigam comportamentos que fogem à regulação, que para

Santos são essenciais às práticas de solidariedade. Além disso, também passaria pelo saber local a reciclagem de um saber global, o que coloca a cidade como centralidade para pensar a sociedade contemporânea, pelo adensamento de fluxos, redes, conexões que nela se dão, e pela importância dos processos sociais que ali se desenrolam e que vão influenciar a universalidade empírica, essa totalidade hoje acessível pela globalização.

Diante das diversas mudanças pelas quais passou o mundo moderno, o urbano aparece como objeto privilegiado para compreender as novas amplitudes e complexidades em torno dos conceitos de território e de espaço, cujas possíveis concepções – pelo menos algumas delas – foram discutidas aqui. Deste panorama, o cotidiano surge como fonte para estudos que procuram entender a produção do espaço a partir dos atos das pessoas comuns – aquelas que, mesmo fora do campo do saber do *expert*, ainda influem fortemente na constituição e molde incessantes de territórios.

### 3.3 Práticas cotidianas e cultura popular

Esta pesquisa se deu à luz principalmente dos ensinamentos de Michel de Certeau expressos no primeiro volume de *A invenção do cotidiano* (CERTEAU, 2009), complementados pelos estudos monográficos de Luce Giard e Pierre Mayol orientados por ele, e contidos no segundo tomo (CERTEAU et al., 2009)<sup>9</sup>. O autor introduz as obras como se a própria pesquisa ali desenvolvida fosse fragmentos de um lugar. Um lugar mais amplo e mais antigo que ele não teve intenção de encerrar, nem em um campo, nem em um momento. “Gostaria de apresentar a paisagem de uma pesquisa e, por esta composição de lugar, indicar os pontos de referência entre os quais se desenrola uma ação. O caminhar de uma análise inscreve seus passos, regulares ou ziguezagueantes, em cima de um terreno habitado há muito tempo.” (CERTEAU, 2009, p. 35). Esse envolvimento com a temática espacial não parece ter sido à toa, uma vez que a equipe em torno do trabalho “se dedicou sobretudo às práticas do espaço, às maneiras de frequentar um lugar” (CERTEAU, 2009, p. 49).

Antes de abordar diretamente seu pensamento sobre o espaço urbano e como ele orienta o presente trabalho, cabe conhecer quem é Michel de Certeau. Qual é o tema pelo qual se interessa? O que propõe, e em que se baseia? Nascido na França em 1925, ele teve sua formação em filosofia, letras clássicas, teologia e história, e lançou mão também da antropologia, da linguística e da psicanálise para estudar textos místicos da Renascença à

---

<sup>9</sup> As pesquisas do grupo se deu ao longo da década de 1970, tendo sido publicadas pela primeira vez a partir de 1980.

Idade Clássica. Ingressou na Companhia de Jesus e tornou-se padre em 1956, mantendo-se jesuíta até o fim de sua vida. Como professor, passou pelos departamentos de psicanálise e história da Universidade de Paris VIII - Vincennes (1968-1971), pelos departamentos de antropologia e ciências das religiões na Universidade de Paris VII - Jussieu (onde dirigiu, de 1971 a 1978, um seminário de antropologia cultural) e pela Universidade da Califórnia, em San Diego (1978-1984). Faleceu em 9 de janeiro de 1986, em Paris, algum tempo depois de ser nomeado para ensinar e orientar estudos na École des Hautes Études en Sciences Sociales, tendo oferecido curso sobre antropologia histórica das crenças nos séculos XVII e XVIII (SOUSA FILHO, 2002).

Esteve no Brasil. Chegou ao Cariri cearense, em 1974, para encontrar o que lhe interessava: o homem comum, o anti-herói. “‘O homem sem qualidades’ de Musil, ‘o homem ordinário’ a quem Freud consagra o *Mal-estar na civilização*.” (CERTEAU, 2009, p. 51). Aquele para quem Foucault teria deixado de olhar quando apontou quase que apenas para as redes de vigilância: o vigiado, o subjugado. A tese de Certeau é de que esse homem não é tão passivo como o julgam, tendo boas chances de sobreviver aos aparelhos aos quais se encontra submetido. Engendra saídas ou modos particulares de lidar com os sistemas que o envolvem e o dominam, agindo em seus interstícios, mesmo que incapaz de – ou alheio a – tentativas de suprimir a ordem estabelecida. Para o autor, o homem comum escapa a esses poderes sem deixá-los. E faz isso pelo uso, pela forma como utiliza o que lhe é posto. Nesses procedimentos de consumo daquilo que é produzido por quem detém o poder de fazê-lo, residiriam microliberdades, microrresistências, manipulações, sutis alterações realizadas pelos usuários de tais sistemas.

Certeau se interessa pela “atividade cultural dos não produtores de cultura” (CERTEAU, 2009, p. 43), uma maioria marginalizada, entendendo seu consumo como produção. “Produção de tipo totalmente diverso”, que “não se faz notar por produtos próprios, mas por uma arte de utilizar aqueles que lhes são impostos” (CERTEAU, 2009, p. 88-89). Ela estaria disseminada em redes de várias naturezas: televisiva, comercial, urbanística – esta última, a que nos importa no presente trabalho. Ao assumir que tais sistemas não apenas restringem e regulam, mas também fornecem um repertório para as operações dos usuários, o autor lança sua atenção aos consumidores de notícias, aos fregueses de supermercado e a – quem mais nos interessa aqui – os praticantes do espaço. Propõe uma sociologização e uma antropologização da pesquisa, de forma a privilegiar “o anônimo e o cotidiano onde *zooms* destacam detalhes metonímicos – partes tomadas pelo todo” (CERTEAU, 2009, p. 55).

Existiria uma sabedoria em driblar e alterar as regras do espaço, caracterizada por uma destreza tática e pela alegria de uma tecnicidade: haveria um prazer nessa manipulação. Nas mil e uma maneiras de jogar e de desfazer o jogo do outro, na prática da ordem que acaba por redistribuir-lhe o próprio espaço instituído por terceiros, “aí se manifestaria a opacidade da cultura ‘popular’”, diz Certeau (idem, p. 74), para quem o termo vai entre aspas devido ao fato de que, desde os princípios da pesquisa contemporânea, o conceito de popular ter sido incrito numa problemática de repressão (CERTEAU, 2009, p. 86). Propõe uma análise dessa cultura diferente da que se realiza em estudos de corte mais tradicional, que visam “constituir um *corpus* próprio da cultura popular e analisar termos variáveis de funções invariáveis em sistemas finitos” (idem, p. 75). Ao invés de uma “forma matricial da história”, Certeau prefere ter a cultura popular como “uma infinidade móvel de táticas”.

A ordem efetiva das coisas é justamente aquilo que as táticas “populares” desviam para fins próprios, sem a ilusão que mude proximamente. Enquanto é explorada por um poder dominante, ou simplesmente negada por um discurso ideológico, aqui a ordem é *representada* por uma arte. Na instituição a servir se insinuam assim um estilo de trocas sociais, um estilo de invenções técnicas e um estilo de resistência moral, isto é, uma economia do “*dom*” (de generosidades como revanche), uma estética de “*golpes*” (de operações de artistas) e uma ética da *tenacidade* (mil maneiras de negar à ordem estabelecida o estatuto da lei, de sentido ou fatalidade). A cultura “popular” seria isto, e não um corpo considerado estranho, estraçalhado a fim de ser exposto, tratado e “citado” por um sistema que reproduz, com os objetos, a situação que impõe aos vivos. (CERTEAU, 2009, p. 83)

Além disso, não seria possível “prender no passado, nas zonas rurais ou nos primitivos os modelos operatórios de uma cultura popular. Eles existem no coração das praças-fortes da economia contemporânea” (idem, p. 83). Por ter uma curiosidade especial sobre “como as táticas ‘populares’ de outrora ou de outros espaços são introduzidas no espaço industrial (ou seja, na ordem vigente)” (idem, *ibidem*), o autor prefere abrir mão de que simplesmente se identifique equilíbrios estruturais que vão se manifestando constantemente em cada uma das sociedades observadas, para se dedicar aos tipos de operações que surgem das conjunturas históricas.

Tal historicidade cotidiana traria de volta ao campo científico os próprios sujeitos em sua existência, evitando que se retirasse os documentos (lendas, provérbios ou a forma objetiva de ritos e comportamentos) de seu contexto dinâmico. Para Certeau, quando se privilegia os discursos, perde-se o vínculo com as circunstâncias das quais eles emergem, e das quais o ato da palavra é inseparável. Os discursos são marcados por usos, e estes refletem as escolhas e decisões – racionalidades – dos interlocutores diante de situações concretas que se revelam no cotidiano. É possível que os usuários possuam um amplo repertório de

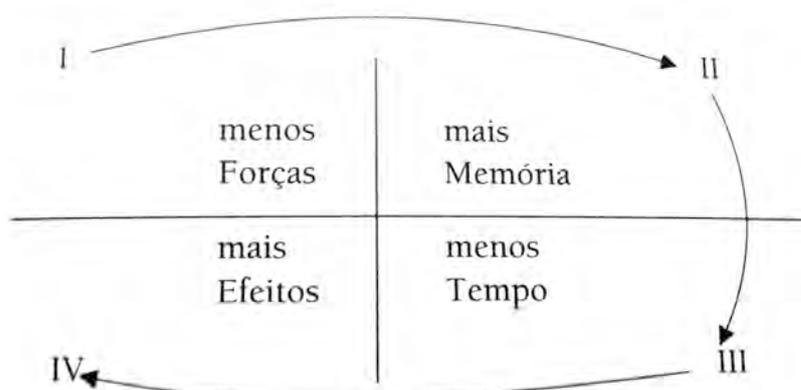
esquemas de ações – tal qual enxadristas experientes, com seu lastro de incontáveis partidas jogadas – e que cada acontecimento seja a aplicação de um quadro formal diante de determinadas situações.

Assim, Certeau pensou um modelo teórico da ocasião (Imagem 4), em que é possível concentrar o máximo de saber no mínimo volume possível e, com o mínimo de força, se conseguir o máximo de efeito – nada menos que uma aplicação do princípio da economia, mas que também acaba por definir uma estética. Essa operação seria mediada por um saber de um tipo específico: a memória. “Um saber que tem por forma a duração de sua aquisição e a coleção interminável dos seus conhecimentos particulares.” (CERTEAU, 2009, p. 146). E a introdução dessa duração na relação de forças é capaz de modificá-la. Estamos no campo da *métis* dos gregos, uma forma de inteligência aplicada, sempre mergulhada em uma prática.

A *métis* é uma forma de pensamento, um modo de conhecer; ela implica um conjunto complexo, mas muito coerente, de atitudes mentais, de comportamentos intelectuais que combinam o faro, a sagacidade, a previsão, a sutileza de espírito, o fingimento, o desembaraço, a atenção vigilante, o senso de oportunidade, habilidades diversas, uma experiência longamente adquirida; ela se aplica a realidades fugazes, móveis, desconcertantes e ambíguas, que não se prestam nem à medida precisa, nem ao cálculo exato, nem ao raciocínio rigoroso. (DÉTIENNE e VERNANT, 2008, p. 11-12)

Para Certeau, “a *métis* aponta com efeito para um tempo acumulado, que lhe é favorável, contra uma composição de lugar, que lhe é desfavorável” (CERTEAU, 2009, p. 144).

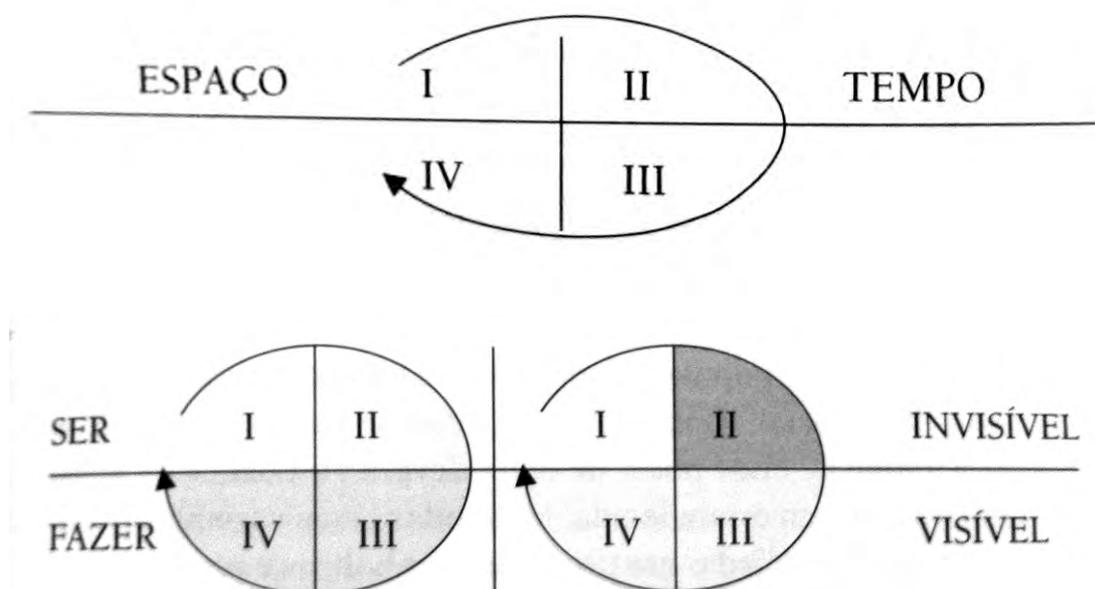
Esquema 1 – Modelo Teórico da Ocasião



Fonte: CERTEAU, 2009, p. 147.

Assim, quanto menos força, mais se precisa de um saber-memória. Quanto mais saber-memória se acumula, menos se precisa de tempo. Quanto menos tempo há, mais os efeitos aumentam. Tomando a organização espacial como começo e fim da série e o tempo como espaço intermediário (Esquema 2), temos “uma diferença entre espaço e tempo [que] fornece a série paradigmática: na composição de lugar inicial (I), o mundo da memória (II) intervém no ‘momento oportuno’<sup>10</sup> (III) e produz modificações do espaço (IV)” (CERTEAU, 2009, p. 148).

Esquema 2 – Leituras da seriação do Modelo Teórico da Ocasão



Fonte: CERTEAU, 2009, p. 148 e 149.

Combinado ao primeiro esquema, está uma diferenciação entre ser estabelecido (um estado) e fazer (produção e transformação), em que, seguindo o ciclo, “dado um estabelecimento visível de forças (I) e um dado invisível da memória (II), uma ação pontual da memória (III) acarreta efeitos visíveis na ordem estabelecida (IV). Dessa forma, a memória, “silenciosa enciclopédia dos atos singulares”, mediatizaria transformações espaciais, produzindo rupturas, transgredindo as leis do lugar (CERTEAU, 2009, p. 148 e 149). “A finalidade da série visa, portanto, uma operação que transforme a organização visível. Mas essa mudança tem como condição os recursos invisíveis de um tempo que

<sup>10</sup> Kairós, o “momento certo” ou “oportuno”, filho de Chronos, deus do tempo e das estações.

obedece a outras leis e que, por surpresa, furta alguma coisa à distribuição proprietária do espaço.” (idem, p. 149).

A ocasião é de grande importância para todas as práticas cotidianas e é aguardada pacientemente por aqueles que não têm lugar, mas têm o tempo. Certeau pergunta: como o tempo se articula num espaço organizado? Podemos encontrar as formalidades dessas maneiras de fazer?

Caminhar, falar, ler, fazer compras ou preparar as refeições. O estudo de práticas cotidianas como uma forma de compreender os sistemas onde se inscrevem (neste caso, especialmente o urbanístico) não se daria fora de uma análise polemológica da cultura – em que os estudos da guerra como fenômeno social autônomo, com a análise de suas formas, causas e efeitos, se referem aí a uma “arte da guerra cotidiana”.

A relação dos procedimentos com os campos de força onde intervêm deve [...] introduzir uma análise polemológica da cultura. Como o direito (que é um modelo de cultura), a cultura articula conflitos e volta e meia legitima, desloca ou controla a razão do mais forte. Ela se desenvolve no elemento de tensões, e muitas vezes de violências, a quem fornece equilíbrios simbólicos, contratos de compatibilidade e compromissos mais ou menos temporários. As táticas do consumo, engenhosidades do fraco para tirar partido do forte, vão desembocar então em uma politização das práticas cotidianas. (CERTEAU, p. 44)

À referência polemológica se soma a referência linguística. Esse enfoque da cultura popular se inspira em uma problemática do enunciado, que se fundamenta na tríplice referência a seguir: a análise da performatividade de Austin<sup>11</sup>, a semiótica da manipulação em A. J. Greimas<sup>12</sup> e a semiologia da Escola de Praga<sup>13</sup>. Não nos deteremos tanto nelas quanto no uso que Certeau fez delas. Até porque não é interesse dele constituir uma semiótica – a não ser uma semiótica geral das táticas, que viriam a ser a arte do fraco, seus movimentos “dentro do campo de visão do inimigo” e no espaço por este controlado. A partir dessas referências, o que o autor vem fazer é sugerir algumas maneiras de pensar as práticas cotidianas – sugestão que tentaremos seguir neste trabalho.

Se o sistema urbanístico, por exemplo, forneceria o repertório operado pelos praticantes do espaço, os atos destes conformariam um léxico de suas práticas. Para Certeau, assim como a língua, as práticas cotidianas, ainda que não verbais, se apóiam na problemática

<sup>11</sup> Para o filósofo John Langshaw Austin (1911-1960), os enunciados performativos têm a função de realizar uma ação. “O caminho aberto por Austin é o fortalecimento do estudo da linguagem ordinária.” (OTTONI, 2002)

<sup>12</sup> Considerado o fundador de uma semiótica estrutural inspirada em Ferdinand de Saussure e Louis Hjelmslev.

<sup>13</sup> Ou Círculo Linguístico de Praga, que reuniu estudiosos russos e tchecos em torno dos estudos estruturais e linguísticos entre o fim da década de 1920 e o fim da de 1930.

do enunciado como desenvolvida pelo saussureano Gilbert Ryle, em que “os ‘contextos de uso’ (*context of use*), colocando o ato em sua relação com as circunstâncias, remetem aos traços que especificam o ato de falar (ou prática da língua) ou são efeitos dele” (CERTEAU, 2009, p. 90). O ato de caminhar estaria para o sistema urbano assim como a enunciação verbal estaria para a língua e os próprios enunciados proferidos.

Dessas características o enunciado fornece um modelo, mas elas vão se encontrar na relação que outras práticas (caminhar, morar etc.) mantêm com sistemas não linguísticos. O enunciado, com efeito, supõe: 1) *uma efetuação* do sistema linguístico por um falar que atua as suas possibilidades (a língua só se torna real no ato de falar); 2) *uma apropriação* da língua pelo locutor que a fala; 3) a implantação de um interlocutor (real ou fictício), e por conseguinte a constituição de *um contrato* relacional ou uma alocação (a pessoa fala a alguém); 4) a instauração de *um presente* pelo ato do “eu” que fala, e ao mesmo tempo, pois “o presente é propriamente a fonte do tempo”, a organização de uma temporalidade (o presente cria um antes e um depois) e a existência de um “agora” que é presença no mundo. (CERTEAU, 2009, p. 90-91)

O ato de caminhar seria portanto um processo de apropriação do sistema topográfico pelo pedestre, que realiza espacialmente o lugar assim como o falante realiza sonoramente a língua no ato vocal da palavra, e também implica relações entre posições diferentes, uma vez que cada passo vai, no mínimo, relacionando um lugar deixado a um lugar alcançado. Enquanto o andar seria o toque, o gesto, a ação, o modo de usar o espaço, os percursos e trajetórias seriam os enunciados, as formas empregadas. As enunciações pedestres, conforme Certeau, não podem ser confundidas com o sistema espacial, pois elas são presentes, atualizando possibilidades e proibições. Uma outra característica seria seu aspecto fático, a partir de seu “esforço para assegurar a comunicação, estabelecer, manter ou interromper contato” (idem, p. 165). Também criam o descontínuo, “efetua[ndo] triagens nos significantes da ‘língua’ espacial e os deloca[ndo] pelo uso” (CERTEAU, 2009, p. 165), o que introduziria uma retórica da caminhada. “A gesta ambulatória [...] insinua a multidão de suas referências e citações (modelos sociais, usos culturais, coeficientes pessoais). [...] Esses vários aspectos instauram uma retórica. Chegam mesmo a defini-la.” (idem, p. 167).

Tais retóricas ambulatórias se referem a figuras de estilo, a uma arte de moldar percursos, em analogia a uma arte de moldar frases. O autor lança mão de Greimas, para quem o estilo especifica uma estrutura linguística que manifesta a maneira de ser no mundo fundamental de um homem, no plano simbólico (CERTEAU, 2009, p. 166). Conota um singular. Um estilo de uso é a junção de uma maneira de usar elementos de um código e de

uma maneira de ser que é própria de um sujeito. Certeau também traz a noção de “retórica habitante” de Alain Médam<sup>14</sup> para abrir o campo de análise.

Supõem-se que os “tropos” catalogados pela retórica forneçam modelos e hipóteses à análise das maneiras de se apropriar dos lugares. Dois postulados, ao que me parece, condicionam a validade dessa aplicação: 1) supõem-se que as práticas do espaço correspondam, elas também, a manipulações sobre elementos de base de uma ordem construída; 2) supõem-se que sejam, como os tropos da retórica, desvios relativos a uma espécie de “sentido literal” definido pelo sistema urbanístico. Haveria uma homologia entre as figuras verbais e as figuras ambulatórias. [...] O espaço geométrico dos urbanistas e dos arquitetos parece valer como o “sentido próprio” construído pelos gramáticos e pelos linguistas visando dispor de um nível normal e normativo ao qual se podem referir os desvios e variações do “figurado”. (CERTEAU, 2009, p. 166-167)

Num conjunto muito amplo para a análise das práticas espacializantes, Certeau vai considerar as ações narrativas. Ele pensa ditos e relatos como organizadores de lugares, pelos deslocamentos que descrevem: “As estruturas narrativas têm valor de sintaxes espaciais. [...] Todo relato é um relato de viagem”, afirma (idem, p. 182 e 183). Nas mais banais aventuras contadas, os “lugares são figurados por atores: um cidadão, um estrangeiro, um fantasma” (CERTEAU, 2009, p. 182). Segundo Luce Giard, a teoria do relato é “inseparável de uma teoria das práticas, e central em Certeau. Porque o relato é a língua das operações, ‘abre um teatro de legitimidade para ações efetivas’ e permite seguir as etapas da operatividade” (GIARD, 2009, p. 30).

As operações “especificam ‘espaços’ pelas ações de sujeitos históricos (parece que um movimento sempre condiciona a produção de um espaço e o associa a uma história). [...] Para aí encontrar os modos segundo os quais se combinam essas distintas operações, precisa-se ter critérios e categorias de análise – necessidade que reduz aos relatos de viagem os mais elementares. As descrições orais de lugares, relatos de rua, representam um primeiro e imenso *corpus*. (CERTEAU, 2009, p. 185 e 186).

E se é possível atribuir ao próprio trânsito, à locomoção em si, “uma modalidade ‘epistêmica’, referente ao conhecimento” (idem, p. 182), Certeau também assim relaciona: na arte de dizer se exprime uma arte de fazer, em que Kant também reconheceria uma arte de pensar (CERTEAU, 2009, p. 140). Assim, “o relato não exprime [apenas] uma prática. Não se contenta em dizer um movimento. Ele o faz” (idem, p. 144). Em alguma medida, o pensamento de Certeau aí se articula com o de Frederico Araujo, que considera o território

---

<sup>14</sup> Presente na obra “*Conscience de la ville*” (Paris, Anthropos, 1977) e sistematizada em trabalhos de Sylvie Ostrowetsky e de Jean-François Augoyard. (CERTEAU, 2009, p. 166)

como simulacro discursivo (ARAUJO, 2007, p. 31). Compreendendo portanto território como construção sgnica, ele abre à análise as categorias constituintes do signo evocado.

O signo constitui-se de quatro domínios imbricados e inseparáveis, conformando totalidade: o dos objetos “apontados” no mundo; o dos significantes – correspondente aos trpos que denotam os objetos e, ao mesmo tempo, os conotam como algo em si; o dos significados – que diz respeito aos trpos que, por sua vez, conotam ou atribuem significação aos significantes em contexto discursivo fechado (campo intradiscursivo), o que corresponde sobre-conotação do objeto; e o dos sentidos – o que concerne à conotação de significantes e seus respectivos significados enquanto assentados relacionalmente no mundo (campo extradiscursivo), o que, portanto, corresponde a uma hiperconotao dos objetos. (ARAUJO, 2007, p. 17)

O significante diz respeito à delimitação, categorização, classificação social do objeto. Seu nível denotativo/conotativo se refere àquilo que o objeto é – e, conseqüentemente, ao que ele não é. Está relacionado ao que o torna único, singular; se refere à sua classe de homogneos e também à sua alteridade, ou seja, à qualidade que não é sua, mas do outro, daquele do qual se distingue. Os significantes de um processo de territorialização, em Araujo, seriam, portanto, suas formas materiais ou sociais duráveis georreferidas. Já o significado é institido em função de uma intencionalidade: por qual ou quais motivos o sujeito territorializador assim territorializa – implícita ou explicitamente. Já os sentidos desse mesmo processo vo surgir quando outros sujeitos passam a manifestar como julgam o que se apresenta, podendo haver pontos de divergência ou convergência, mas sempre partindo dessa relação entre múltiplos. Assim, o sentido é “constituído em dialogismo entre o sujeito territorializador e seus ‘alteres’, corresponde a uma indicação de caráter valorativo, hiperconotao do que foi denotado” (ARAUJO, 2007, p. 31).

Portanto, para entender como se daria o processo de territorialização na passagem dos vendedores de chegadoinho pelas ruas de Fortaleza, seria necessário identificar as categorias que constituiriam a prática enquanto signo. Podemos pensar o significante como o conjunto de percursos praticados, incluindo-se aí períodos, frequência e duração dos trajetos assinalados sonoramente. O significado seria o que leva os vendedores a empreenderem tais percursos. Já o sentido seria considerado a partir dos valores pelos quais esta prática se funda e se mantm. É importante observar que o signo não é simplesmente a síntese entre objeto, significante, significado e sentido, mas as relações que se estabelecem entre eles – sempre em mutação, afetando-se mutuamente e alterando os aspectos gerais do constructo sgnico.

Tomemos também a proposta de Certeau de “analisar as práticas microbianas, singulares e plurais, que um sistema urbanístico deveria administrar e que sobrevivem a seu

perecimento” (CERTEAU, 2009, p. 162), submetendo-as a três níveis de análise por ele apontados: modalidades de ação, formalidades das práticas e tipos de operação especificados pelas maneiras de fazer. Identificado nos relatos de rua o material, aquilo que é usado pelos praticantes do espaço, e suas formalidades, ou seja, as maneiras de utilizá-lo, o autor propõe que se analisem suas modalidades, isto é, “os tipos de relação que a enunciação pedestre mantém com os percursos (ou “enunciados”), atribuindo-lhes valores” (idem, p. 166). Seriam destacados aí um valor de verdade (seriam percursos necessários? são possíveis, impossíveis? são contingenciados?), um valor cognitivo (são percursos certos, plausíveis, contestáveis?), e um valor concernente a um dever-fazer (o que nos percursos é obrigatório? eles mesmos o são? o que neles é proibido? eles mesmos são proibidos? e permitidos, são? o que neles vem a ser facultativo?).

Não se trata de elaborar um modelo geral, mas de especificar esquemas operacionais e procurar categorias comuns para tentar compreender o conjunto das práticas. A ideia é explicitar as combinatórias de ações e exumar modelos de ação característicos dos usuários (CERTEAU, 2009, p. 37-38). Convocando-se “uma multiplicidade de saberes e métodos, aplicada segundo procedimentos variados, escolhidos segundo as diferenças das práticas consideradas”, é hora de encontrar o meio para distinguir maneiras de fazer, pensar estilos de ação e, então fazer a teoria das práticas.

### **3.4 Buscando dados e apresentando resultados**

Alguns preceitos foram especialmente importantes para a preparação e o empreendimento da pesquisa em campo e para a apresentação dos dados coletados. Michel de Certeau reaparece como referência, junto a Howard Becker (1999), que forneceu ampla exposição de métodos de pesquisa em Ciências Sociais. Além de sugerir os relatos como conjunto que servirá de base de análise, Certeau também reclama o reconhecimento da legitimidade científica da narratividade, não só como objeto mas como modelo para o próprio discurso científico – “é um saber-dizer perfeitamente ajustado a seu objeto” (CERTEAU, 2009, p. 141). Pode-se melhor compreender tal objeto partilhando de sua forma – entrando em sua dança, como ele diz. Enfim, “para ler e escrever a cultura ordinária, é mister [...] fazer da análise uma variante de seu objeto”, conclui (idem, p. 35).

Para Becker, a Escola de Chicago dos anos 1920 produziu numerosos estudos que fizeram uso de documentos pessoais, enfatizando o valor da “história própria” das pessoas.

Esta perspectiva difere daquela de alguns outros cientistas sociais por atribuir uma importância maior às interpretações que as pessoas fazem de sua própria experiência como explicação para o comportamento. Para entender porque alguém tem o comportamento que tem, é preciso compreender como lhe parecia tal comportamento, com o que pensava que tinha que confrontar, que alternativas via se abrirem para si. (BECKER, 1999, p. 103)

Além disso, no caso de uma pesquisa qualitativa, na qual princípios gerais são adaptados a situações específicas, e de dados obtidos a partir de observação participante ou de histórias de vida, o autor aponta dificuldades e até mesmo riscos em resumir o processo de obtenção de resultados. Para que o leitor não se veja furtado de informações importantes que levaram a certos desfechos no encadeamento do processo, Becker sugere uma descrição do que chama história natural das conclusões, “apresentando evidências tais como chegaram à atenção do observador durante os sucessivos estágios de sua conceitualização do problema. O termo história natural não implica a apresentação de cada um dos dados, mas somente das formas características que os dados assumiram em cada estágio da pesquisa” (BECKER, 1999, p. 64).

A apresentação da pesquisa em formato de narrativa, sempre que possível, baseia-se portanto em diversas referências de caráter epistemológico, que dizem respeito ao atendimento a uma proposta teórica, à conformidade com o objeto, ao esclarecimento do próprio percurso do trabalho. Também nesse sentido, Certeau prefere itinerários e relatos de espaço aos mapas. Estes trazem resultados visíveis, enquanto os primeiros mostram operações. Enquanto um seria uma descrição redutora totalizante das observações, o outro se apresentaria como uma série discursiva. Um se relacionaria a ver; o outro, a ir. Um, quadro; o outro, movimento. Nos mapas urbanos, o traço substituiria a prática, poderia fazer “esquecer uma maneira de estar no mundo” (CERTEAU, 2009, p. 163). Não dizem tudo, por isso a importância dos relatos. “As motricidades dos pedestres [...] não se localizam, mas são elas que espacializam.” (idem, p. 163). Os passos não se pode contar: é qualitativo, cheio de singularidades, argumenta Certeau.

Em pesquisas qualitativas, diz Becker, “as situações de pesquisa incentivam, poder-se-ia dizer *exigem*, a improvisação, e muitos pesquisadores qualitativos sentem que suas soluções *ah hoc* para os problemas de campo têm pouco valor fora da situação que as evocou” (BECKER, 1999, p. 14, grifo do autor). No entanto, as ideias sobre métodos de pesquisa que o sociólogo desenvolveu para seu próprio uso, “algumas vezes deram provas de seu valor como guias ou indicações para pessoas que lidavam com problemas semelhantes ou

correlatos” (BECKER, 1999, p. 13). A própria lógica desses métodos é trabalhada depois de sua utilização, para se tornarem mais compreensíveis e úteis a outros pesquisadores.

Ele prefere o que chama um “modelo artesanal de ciência, no qual cada trabalhador produz as teorias e métodos necessários para o trabalho que está sendo feito” (idem, p. 12), em que são levados em consideração os problemas de método “relativos à organização das relações entre pesquisadores e as pessoas às quais estudam, e das relações entre as várias categorias de pesquisadores na produção de resultados” (idem, p. 14). Prefere isso a métodos relativamente prontos que orientam inclusive o que deve ser estudo, pois nem tudo pode ser estudado utilizando tais métodos. Para ele, métodos como a observação participante, a análise histórica e a costura de diversos tipos de pesquisa e materiais disponíveis “permitem que o julgamento humano opere sem ser cerceado por procedimentos algorítmicos” (BECKER, 1999, p. 22).

Assim como indica que os métodos desenvolvidos no interior de uma pesquisa em particular sejam tornados acessíveis, Becker também defende estudos individuais que não se fechem em si mesmos, conectando-se a um grupo maior de pesquisas que tenham a teoria da cidade ou o conhecimento acumulado de uma determinada cidade como pano de fundo. Tais estudos seriam fragmentos do que ele descreve como “um mosaico de grande complexidade e detalhe, com a própria cidade como tema, um ‘caso’ que poderia ser empregado para testar uma grande variedade de teorias, e no qual as interconexões de um sem-número de fenômenos não relacionados podiam ser avaliadas, ainda que de modo imperfeito” (BECKER, 1999, p. 105). Novamente traz o exemplo da Escola de Chicago, à qual está filiado, e o grande volume de pesquisas que o grupo desenvolveu levando em consideração as peculiaridades locais, recomendando que os estudos individuais sejam como peças de um mosaico científico acerca de uma cidade, com uma ênfase na etnografia local e no acúmulo de conhecimento sobre uma única localidade, suas partes e conexões.

As próprias descobertas feitas no curso da pesquisa podem ser aportadas como “parte do material submetido à revisão analítica e lógica” (idem, p. 28). Dada a natureza da pesquisa aqui proposta – inserida em um contexto em que não são numerosos os estudos que tomam território como signo, nem os estudos sobre o caráter social do ambiente sonoro no interior do Planejamento Urbano e Regional, muito menos os estudos que convergem estas duas perspectivas – não tem sido fácil chegar a práticas analíticas relacionadas a este tema que já sejam convencionais. Além disso, a pequena disponibilidade de informação acerca dos vendedores de chegadoinho fortalezenses foi outro fator que pesou para que este enfoque fosse considerado o mais adequado no desenvolvimento da metodologia. Desta forma, foi

empreendida uma pesquisa qualitativa na qual os princípios gerais foram adaptados à situação específica.

Para Becker, um estudo de caso tem o duplo propósito de compreender de forma abrangente o grupo estudado e “desenvolver declarações teóricas mais gerais sobre regularidades do processo e estruturas sociais” (BECKER, 1999, p. 118) – em que o conceito de estrutura social está intimamente relacionado à técnica da observação participativa. São os objetivos do estudo de caso e os problemas que se colocam que vão apontar as técnicas de coleta e análise de dados a serem desenvolvidas.

A exploração inicial a partir das possíveis fábricas de onde saem os vendedores com o chegadoinho e a abordagem de alguns vendedores em seu percurso foram consideradas para chegar a dados preliminares importantes, para o sucessivo realinhamento da pesquisa de campo, além de abrir possibilidades de se encontrar informantes qualificados para entrevistas em profundidade. Essas conversas – das informais às mais estruturadas – permitiram uma percepção dos níveis de valoração que os sujeitos dão aos aspectos levantados pela pesquisa, permitindo saber como as questões previamente identificadas se apresentam e repercutem de fato no cotidiano dos atores sociais englobados no estudo. Foram elencados como importantes informações – mesmo que indiretas – sobre renda, nível educacional, moradia, família.

Além disso, interessa à pesquisa o que levam os entrevistados a exercerem algumas atividades e não outras, como as caracterizam e como as consideram; que dados e que impressões trazem da cidade a partir de sua experiência cotidiana, seus logros e suas limitações na lida com o espaço e a população urbana; sua relação com os sons que produzem e com os demais sons que os cercam. O universo ao qual foi possível aplicar esta técnica é composto inicialmente pelos próprios vendedores, mas pôde eventualmente se ampliar durante a pesquisa de campo, envolvendo fornecedores e ex-patrões, cujos papéis exercem ou exerceram uma influência relevante no dia-a-dia dos vendedores e no próprio percurso que realizam, o que foi observado antes do campo e confirmado a partir da avaliação das informações obtidas. A conclusão típica à qual se chega nesse estágio é se o fenômeno existe ou não – neste caso, tal existência foi confirmada.

Na etapa seguinte, foi possível identificar acontecimentos típicos e disseminados, além de como eles estão distribuídos entre as categorias de pessoas e subunidades organizacionais. A partir da observação, foram gerados dados implicitamente numéricos, mas que não requerem quantificação precisa.

Ocasionalmente, a situação de campo pode lhe permitir fazer observações semelhantes ou perguntas semelhantes a muitas pessoas, buscando sistematicamente um fundamento quase-estatístico para uma conclusão sobre frequência ou distribuição. Ao avaliar a evidência para uma tal conclusão, o observador segue o exemplo de seus colegas estatísticos. Ao invés de argumentar que uma conclusão ou é totalmente verdadeira ou totalmente falsa, ele decide, se possível, qual a *probabilidade* de que sua conclusão sobre a frequência e distribuição de um fenômeno qualquer seja uma quase-estatística. (BECKER, 1999, p. 55)

No terceiro estágio – etapa final de análise no campo propriamente dito – concebe-se um modelo descritivo a partir do qual se articula o conjunto de relações entre as diversas variáveis percebidas no estudo. É esperado que surjam afirmações sobre as condições necessárias e suficientes para a existência do fenômeno, a sua importância na estrutura estudada e/ou sua relação com fenômenos de natureza mais teórica.

Por fim, os dados qualitativos e os procedimentos analíticos, aos quais se chegará pela pesquisa, podem ser apresentados mostrando-se as evidências como elas apareceram no rumo dos estudos, a fim de que cada leitor possa compreender o desenvolvimento da análise e formular seu próprio julgamento. Entre os resultados da pesquisa é esperada a sua própria crítica, para o aperfeiçoamento da metodologia para o estudo da situação evocada.

#### 4 ANTECEDENTES, REBATIMENTOS E REVERBERAÇÕES

Quem são os vendedores de chegadinho? Onde eles estão? Ao iniciar este trabalho, as respostas a tais perguntas me eram quase completamente desconhecidas. Complementares, a primeira me daria bases para chegar à segunda, servindo para melhorar a compreensão do objeto da pesquisa e sua própria abordagem em campo. No entanto, logo percebi que as informações sobre os vendedores de chegadinho, além de raras, não se encontravam reunidas e organizadas. Pouco a pouco, foi possível realizar um trabalho de investigação e sistematização que acabou sendo incorporado ao conjunto de dados obtidos.

Este capítulo, portanto, não contém ainda o que emergiu das investigações sobre quem são os vendedores de chegadinho hoje em atividade na cidade de Fortaleza e como utilizam o som em seus percursos. Tais dados serão precedidos de um apanhado das práticas ligadas ao comércio ambulante em Fortaleza e à venda de chegadinho, bem como seus antecedentes, sua difusão e seus reprocessamentos, o que nos ajudará a pensar o fenômeno e suas conexões para além de Fortaleza e do tempo presente.

##### 4.1 Fortaleza ambulante

As crônicas dão registro de que, lá por 1848, inquilinos do mercado público haviam reclamado junto à Câmara Municipal sobre seu prejuízo face à concorrência com os tabuleiros das vendedoras negras, que em seguida teriam sido deslocadas para a Feira Velha, em lugar que hoje compreende a praça Valdemar Falcão e suas imediações (DANTAS, 1995). Ainda assim, a venda ambulante nas primeiras décadas do século XX não parecia ser tida ainda como um problema para a população fortalezense. A União dos Trabalhadores Ambulantes foi uma das várias agremiações que desfilaram na “monstruosa e formidável parada” da Legião Cearense do Trabalho, na primeira comemoração de 7 de setembro depois da Revolução de 1930<sup>15</sup>. A empresa Cigarros Iracema Limitada anunciava que adotava “em nossa capital o sistema norte-americano de vendas ambulantes, idêntico ao usado nos grandes centros, para que os apreciadores de nossas preferidas marcas [...] continu[assem] servidos com a facilidade e presteza que são merecedores”<sup>16</sup>. A ocupação parecia tão digna de crédito que é possível encontrar referência a um “estimado negociante ambulante” em coluna social

---

<sup>15</sup> *O Povo*, 08 set. 1931.

<sup>16</sup> *O Povo*, 09 dez. 1931.

de jornal de expressão, por ocasião do aniversário de seu filho, junto com notícias de retretas e da chegada de viajantes à cidade<sup>17</sup>.

Muitos vendedores ambulantes também eram responsáveis pelo essencial serviço de distribuição de produtos básicos à população nos bairros. Entre esses produtos estava o pão, leite, verduras, frutas e a carne verde (fresca), que deveria ser procedente do Matadouro Público, sendo proibido qualquer abate fora daquele estabelecimento, sob pena de multa. Saída e a quantidade de carne eram comprovadas em guias oficiais. A passagem de vendedores ambulantes chegava a influenciar a escolha de uma nova residência: “Elegia-se a rua de morar mais tempo pela frequência desses indispensáveis vendedores ambulantes. ‘Passa carnicheiro?’ – ‘E verdureiro, tem também? E bom?’ – perguntava-se aos moradores da rua, futuros vizinhos.” (CAMPOS, 1996, p. 70).

Em 1937, em face à alta nos preços da carne, a prefeitura instituiu uma tabela em que eram sensivelmente diminuídos os ganhos dos ambulantes e aumentou a fiscalização para garantir o respeito à decisão. Os vendedores deixaram de trabalhar em protesto, gerando grande rebuliço em Fortaleza. Assim o jornal *O Povo* noticiou:

Os vendedores ambulantes, que em grande número na capital, conduzindo a carne em animais e em taboleiros, deixaram ontem de tirar a carne no Matadouro e não fizeram hoje a costumada distribuição domiciliar do bife com as freguesias. O fato causou enorme embaraço à população, pois essa venda domiciliar é talvez maior, em volume, que a do Mercado Central, desde que os vendedores ambulantes irradiam o seu comércio por todos os bairros da cidade e recantos do município, longe das pontas e dos eixos das linhas de transporte urbano. [...] As famílias ficam sem saber o que houve, à espera, e esta acaba por não chegar, criando “situações” domésticas. (*O Povo*, 13/12/1937)

O problema dos altos custos do produto, tanto em Fortaleza quanto em Recife, se agravaria no ano seguinte, e o periódico se posiciona: “Existe falta de gado no Ceará. E com o pronunciamento do inverno, os fazendeiros se retraíram, tendo o gado subido de preço. Os vendedores ambulantes não podem realizar milagres”<sup>18</sup>. Apenas quatro meses depois, os gestores municipais mais uma vez executaram resolução que colaboraria para uma possível decadência do segmento: ficaram os ambulantes proibidos de talhar a carne no próprio Matadouro antes de sair à venda.

Mais uma vez, o jornal se manifestou, argumentando que o local adequado para cortar a carne era o próprio abatedouro, “dependência higiênica, [...] em balança certa, aos olhos

---

<sup>17</sup> *O Povo*, 11 nov. 1933.

<sup>18</sup> *O Povo*, 23 mar. 1938.

dos funcionários municipais”, e que o prejuízo seria também das casas de família “onde não há criados para compras”. Dez anos depois, o Matadouro iria dispor de “carros higienicamente capacitados para o transporte de carne para mercados e açougues da cidade”<sup>19</sup>.

Percebe-se que os vendedores ambulantes, especialmente os de gêneros alimentícios, foram paulatinamente cercados pelo endurecimento da legislação municipal, o que pode ter contribuído para uma mudança nos hábitos da população de Fortaleza e também para a marginalização desse tipo de comércio e dos próprios trabalhadores a ele ligados. E isso acontece num momento em que a cidade recebe um número cada vez maior de migrantes, em busca de meios de vida.

Figura 4 – Edital da Prefeitura Municipal de Fortaleza para Matrícula de Vendedores Ambulantes

**Prefeitura Municipal de Fortaleza**  
SEÇÃO DE FISCALIZAÇÃO  
EDITAL N.º 2  
MATRÍCULA DE VENDEDORES AMBULANTES

De ordem do sr. dr. prefeito municipal, esta Seção torna público que, até o dia 31 do corrente, se procederá na sede do serviço, baixos de edifício onde funciona a Prefeitura, no expediente de 7.30, às 10.30, à matrícula de vendedores ambulantes, aguadeiros, vendedores nos mercados e outras atividades para o exercício de 1943.

Os vendedores ambulantes de gêneros alimentícios tais como aves, pães, leite, água, frutas e verduras e empregados nos mercados e açougues, deverão se apresentar munidos da respectiva caderneta sanitária expedida pelo Centro de Saúde do Estado, e todos com dois retratos 3 x 4.

Fim do prazo acima, este serviço far-se-á mediante o aumento de 10 por cento no custo da matrícula, na forma da lei.

Seção de Fiscalização da Prefeitura Municipal de Fortaleza, em 4 de janeiro de 1943.

**ALARICO B. FONTOURA**  
Auxiliar

VISTO

**JOSE A. MAIA FILHO**  
Chefe da Seção

**Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia**

Aviso-se aos ex-guardas do extinto Serviço de Malaria do Nordeste, do Serviço Nacional de Febre Amarela, bem como aos enfermeiros legalmente habilitados, que se encontra aberta a inscrição para admissão no Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia (SEMTA).

Os interessados que desejarem inscrever-se serão atendidos todos os dias úteis das 9 às 11 e das 13 às 16 horas à Rua Barão do Rio Branco, 686.

**DR. HIDER C. LIMA**  
Representante do Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia. (24)

portante, desde o proximo ano de 1943 funcionar no dito Estabelecimento tambem o curso ginasial.

O exame de admissão para o Ginasio e o curso Tecnico profissional sera realizado no 2.º quinzena de fevereiro, devendo o curso preparatorio iniciar-se no dia 15 de janeiro.

As matriculas para o Curso primario abrir-se-ão no 1.º dia util de janeiro.

**AV. BEZERRA DE MENEZES, 2840 (1875)**

**EDITAL**  
**BANCO DO BRASIL S. A.**  
**Concurso para Escriurário contratado**

O BANCO DO BRASIL S. A. faz público que, de 4 a 18 do corrente, estarão abertas, em sua Agência desta cidade, as inscrições para o concurso acima e realizar-se em dias, horas e local que serão oportunamente anunciados.

O concurso constará de prova escrita das seguintes matérias:

- 1.º — Português
- 2.º — Aritmética
- 3.º — Contabilidade Bancária
- 4.º — Francês
- 5.º — Inglês
- 6.º — Alemão (facultativo)
- 7.º — Dattilografia
- 8.º — Estenografia (facultativa)

Na prova de Dattilografia se facultará ao candidato a escolha da máquina, dentre as seguintes marcas: "Remington", "Underwood", "L. C. Smith" e "Continental".

As provas de Estenografia e Alemão serão de caráter facultativo, e assim, não serão computados no cálculo da média em geral, mas concorrerão para melhorar a classificação do candidato em caso de empate, desde que nelas tenha sido aprovado.

As provas de Português e Aritmética, cuja duração será de duas horas, terão caráter eliminatório e serão aprovados somente os candidatos que obtiverem sessenta pontos ou

tacadas no Ginásio Lourenço Filho, a gentil e prezada srta. Cremonina Meozes Franco, filha do sr. Nestor Franco, digno funcionário dos Correios e Telégrafos e representante do "Lux Jornal" em Fortaleza. Desfrutando grande círculo de amizades naquela estabelecimento, srta. Cremonina foi bastante felicitada pela conclusão de seu curso ginasial.

**HUMANISTAS**  
JOSE LESTE DE MESQUITA  
— Depois de seu curso realizado em franco prestes, recebeu o seu diploma de humanista, o jovem José Leste de Mesquita, fr-

Fonte: *O Povo*, 08 jan. 1943.

Como pode-se ver no fac-símile da Figura 4, o anúncio do edital da Seção de Fiscalização da Prefeitura Municipal de Fortaleza, sobre a matrícula de vendedores ambulantes para o exercício do ano de 1943, vinha seguido de outro, para admissão de pessoal no Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia (SEMTA), como uma estratégia de transferir o excedente populacional, tanto para ocupar e povoar outras regiões como para promover a extração de borracha. Tal matéria prima era indispensável para

<sup>19</sup> *O Povo*, 07 jan. 1948.

a fabricação de novos produtos, que diziam não apenas sobre o conflito mundial que se dava na Europa, e no qual o Brasil acabou se envolvendo, como também sobre os tempos que se pronunciavam. Entre esses artigos que surgiam enaltecidos como estrelas de cinema, transformados em verdadeiros ícones de uma época pelos sofisticados cartazes de alistamento, estava o pneu (Figuras 5 e 6).

Figura 5 – Cartaz de Jean-Pierre Chabloz para a campanha de alistamento dos Soldados da Borracha



Fonte: GONÇALVES e COSTA, 2008.

Figura 6 – Cartaz utilizado em marcha cívica em Fortaleza, em julho de 1943



Fonte: GONÇALVES e COSTA, 2008.

Se no final dos anos 1930 a imprensa fortalezense se mantinha do lado dos vendedores ambulantes, o discurso mudaria em meados da década seguinte: “os ambulantes prejudicam os comerciantes do mercado; a prefeitura precisa interferir na questão”, estampava-se em letras garrafais (Figura 7). Ali percebe-se o início de uma distinção entre os ambulantes e “os verdadeiros comerciantes, que pagam contos e contos por ano ao Estado”<sup>20</sup>. Dez anos antes, a própria prefeitura detalhava em avisos publicados nos jornais os valores das matrículas dos vendedores ambulantes, lado a lado com os valores atribuídos aos vendedores nos mercados, observando que faria o possível para “evitar que os ambulantes que satisfizeram o pagamento de seus impostos [fossem] prejudicados pelos que não pagaram suas matrículas e estão exercitando o comércio ambulante”<sup>21</sup>.

Havia, portanto, políticas de regulamentação e fiscalização que levava em conta o cidadão que desempenhava o trabalho de venda ambulante. É provável que, devido também à massiva migração, o número de pessoas nesse ramo tenha aumentado tanto que tenha se tornado extremamente difícil e oneroso para os poderes públicos municipais realizar cadastro, recolher tributos e aplicar fiscalização a todo o setor. A tarefa pode ter se agravado não só

<sup>20</sup> *O Povo*, 27 set. 1946.

<sup>21</sup> *O Povo*, 15 mar. 1934.

pela própria característica de mobilidade da atividade quanto pela situação de pobreza e instabilidade que pudesse levar os trabalhadores, por exemplo, a trocar constantemente de endereço e de ocupação. Caso tenha chegado a um certo limite operacional, a prefeitura pode ter começado a se limitar a anunciar as regras para o pagamento de matrícula de cadastro e aplicar as sanções previstas, usando cada vez mais do artifício da intimidação.

Figura 7 – Matéria de jornal sobre ambulantes no Centro



Fonte: Jornal *O Povo*, 27 set. 1946.

Para conter a aglomeração de desocupados que se misturavam aos vendedores em situação de informalidade diante do Mercado São Sebastião, alguns presumidamente a passar adiante o fruto de roubos ou produtos falsificados, a imprensa solicita que os gestores municipais retirem do local “dezenas de ‘malandros’ que passam a maior parte do dia a empatar o trânsito das pessoas que têm o que fazer”. No final da década de 1940, ao prestar contas ao governador em seu relatório, o prefeito José Leite Maranhão assim finaliza o item “Embelezamento da cidade”: “Proibi as vendas ambulantes e a localização de bancas, ferro velho e gulodices em frente aos cinema e estabelecimentos comerciais, bancários, nas praças, que davam a Fortaleza um aspecto de aldeia colonial”.<sup>22</sup>

Quando, em 1952, o prefeito Paulo Cabral Araújo promove a retirada de “ambulantes” – como o jornal reporta na manchete, usando aspas – das ruas centrais, a Associação Comercial do Ceará aplaude publicamente, tendo no entanto se referido à prática como “comércio de calçada”<sup>23</sup>. Também o termo “comerciante” às vezes aparece aspeado em outras

<sup>22</sup> *O Povo*, 07 jan. 1948.

<sup>23</sup> *O Povo*, 02 mai. 1952.

matérias. O que se percebe é que há rodeios ao se referir ao sujeito ou situação que motiva o texto, talvez porque ainda não se conheça propriamente de quem ou do que se fala, ou não se ouse falar desse sujeito ou situação de uma forma mais direta, ou ainda que a própria prática esteja mudando, ou que o sentido das palavras esteja sendo deslocado para que se possa falar do novo contexto desse grupo em atividade na cidade.

Há vozes dissonantes em relação à atitude do poder público. Reporta-se excessos na fiscalização.

Os guardas encarregados de fazer a fiscalização do mercado ambulantes vêm abusando da sua autoridade. [...] Um pobre vendedor de alfinim<sup>24</sup>, de nome Geraldo Ferreira Lima, teve a sua cesta bruscamente apreendida. [...] Desde então o pobre homem, que tem mulher e filhos para sustentar, vem procurando rever, pelo menos, a sua cesta, pois vive desse comércio, negociando não em pontos parados, mas nas ruas e nos trens da RVC<sup>25</sup>. Fatos como êsse, sem dúvida injustos e arbitrários, estão ocorrendo diariamente durante a fiscalização, num flagrante desrespeito ao direito elementar de se lutar para ganhar a vida. (*O Povo*, 12/02/1955)

Mas casos como estes pareciam isolados, pois continuaram a surgir novas matérias, cada vez mais longas, em que os vendedores ambulantes apareciam como um problema. No caso do comércio da carne, que estava começando a ocupar as calçadas do Centro, o jornal tenta esclarecer a opinião pública sobre a falta de higiene, o não pagamento de tributos, a interrupção do trânsito da rua Conde D’Eu, além da modificação da “fisionomia humana e social da cidade”. Mas também admite que, para a própria população, era conveniente comprar carne a preços mais módicos num ponto tão acessível. Aliás, os “fateiros da Praça da Sé” até dispunham de “um caminhão fretado especialmente para trazer do matadouro as toneladas de ‘miúdos’”<sup>26</sup>.

O Centro, por sua vez, se estabelece como o principal lugar dos conflitos em relação aos comerciantes na informalidade, que nem chegam a ser estritamente ambulantes – ou seja, aqueles que vendem enquanto se locomovem de um lugar a outro – pois vão tentando a fixação em calçadas e praças. Naquele momento, são ocupados espaços nas imediações da Praça do Ferreira, do Mercado São Sebastião, das ruas Guilherme Rocha, Senador Pompeu e General Sampaio. Embora registre-se que a prática já se estende a outros pontos, nos subúrbios dos bairros Joaquim Távora, Jacarecanga e Otávio Bonfim, cobra-se atitudes governamentais especificamente para as áreas centrais. E isso é feito sem que as causas do

---

<sup>24</sup> Alfenim é um doce de massa branca de açúcar, vendido em forma de bichos, pessoas e objetos.

<sup>25</sup> Rede de Viação Cearense (RVC).

<sup>26</sup> *O Povo*, 30 abr. 1955.

problema sejam apontadas – para além de um senso de caridade ou da afinidade com o produto.

Em certa medida, há no discurso do meio de comunicação o reconhecimento de que certas práticas são “ancestrais”, “seculares”, “pitorescas”, fazendo parte de um “*modus vivendi*” da terra, que teria “seus costumes, suas tradições, seu meio de comerciar”. Segundo o periódico *O Povo*, “em tudo deve ser aplicado o meio-termo, mesmo porque nas cidades pobres êsse problema urbano-social se reveste de múltiplas complexidades e deve ser tratado de maneira justa e hábil”<sup>27</sup>.

Figura 8 – Imprensa local põe em debate os usos do espaço público em Fortaleza



Fonte: Jornal *O Povo*, 20 out. 1955.

No mesmo ano de 1955, outra reportagem em tom de denúncia dá seguimento ao debate, iniciando-se com a afirmação: “Fortaleza – cidade sem praças e sem jardins” (Figura 8). Os motivos elencados para o considerado arrasamento dos logradouros são o comércio ambulante, os postos de automóveis e os pontos de ônibus, sendo também mencionada a falta de disciplina dos pedestres. Os atentados à limpeza e à formosura da cidade são tidos como uma “tragédia”. Teme-se pela ausência da frequência familiar nos jardins, onde não haveria mais perfume senão mal-cheiro, cuja paisagem estava sendo bloqueada pelos veículos e onde se convivia com uma “barulheira incrível” produzida por oficinas mecânicas no entorno. Não haveria mais sequer “ambiente romanticamente adequado” para os casais de namorados<sup>28</sup>.

Não queremos, contudo, culpar as autoridades responsáveis por essa tristeza de ordem urbanística e social. Se bem saibamos que as grandes capitais primam sempre

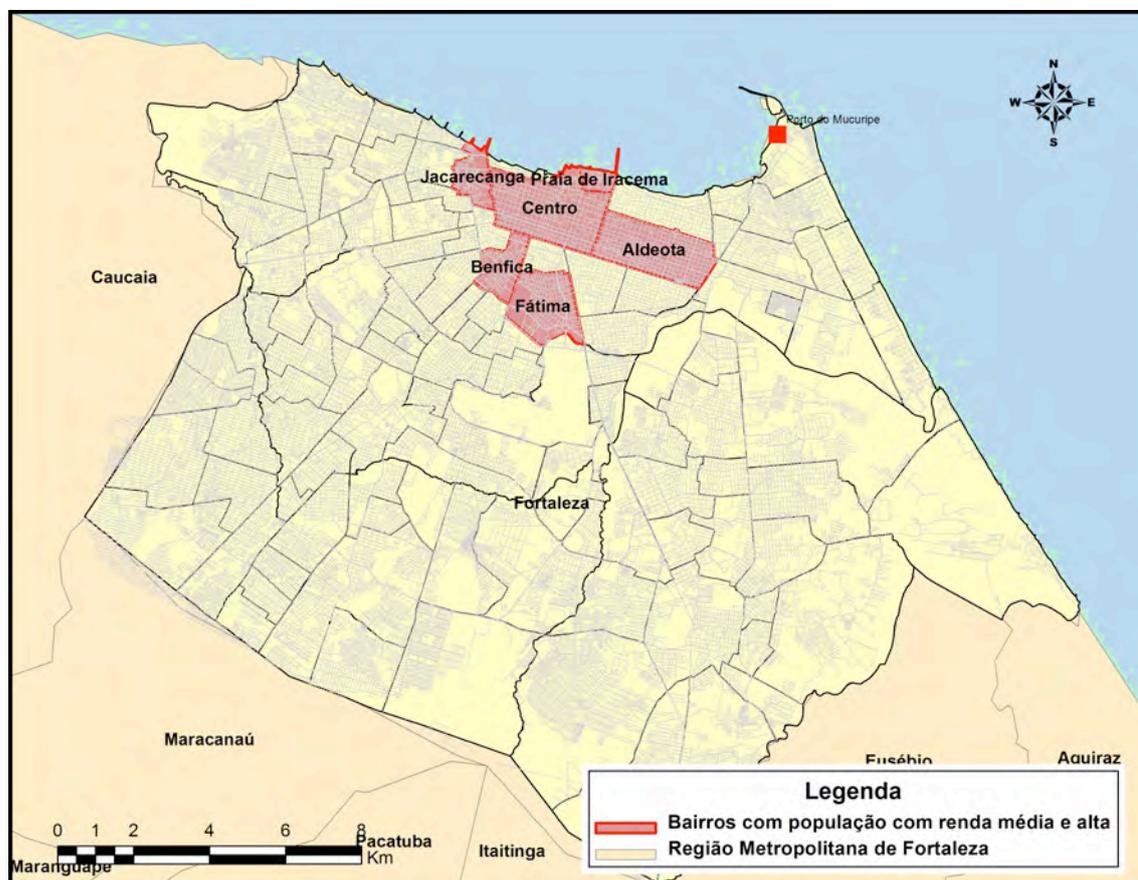
<sup>27</sup> *O Povo*, 30 abr. 1955.

<sup>28</sup> *O Povo*, 20 out. 1955.

por manter em seu centro uma fisionomia digna de contemplação, reconhecemos, por outro lado, o acervo consistente no desajustamento social, as levas interioranas que invadem as cidades nordestinas, a impossibilidade de reprimir os mercados ambulantes. [...] As classes favorecidas se dirigem para as suas residências afastadas ou para os clubes que orlam com a magnificência dos bairros aristocráticos, o centro da cidade em ebulição social de natureza mista. É este, atualmente, o problema de quase todas as metrópoles. E Fortaleza já pode ser incluída entre elas. Por isso, quem se detem numa observação mais profunda tem impressão de que a nossa capital mudou-se para a periferia. (Rogaciano Leite em *O Povo*, 20/10/1955)

De fato, alguns novos bairros de famílias de alta renda se formariam a partir dos anos 1950, período em que “os bairros elegantes ainda era Jacarecanga e Benfica” (JUCÁ, 2006, p. 40). A construção do porto do Mucuripe começou a desfigurar a Praia de Iracema como era conhecida antes daquela década, uma vez que barrou o fluxo das marés que levavam sedimentos até aquele trecho da costa. Isso contribuiu para o avanço do mar e a consequente destruição da praia e de parte de sua área urbanizada. O bairro era também de casas de famílias ricas, que acabaram se transferindo para a Aldeota, lugar que naquele momento emergia como “novo pólo citadino” (idem, p. 43).

Figura 9 – Bairros com população de média e alta renda em meados do século XX



Fonte: JUCÁ, 2006.

Também data dessa época o Bairro de Fátima. Principal via do lugar,

a avenida 13 de Maio encontrava-se aberta em 1950. Embora não seguisse à risca o plano urbanístico da cidade, mesmo assim esperava-se que a nova avenida fosse ocupada por boas residências. Dois anos depois, foi autorizada pela Câmara a ligação das ruas Jaime Benévolo e Barão de Aratanha com a 13 de Maio. A partir de 1956, o segundo bairro elegante da cidade passou a ser chamado Bairro de Fátima. (JUCÁ, 2006, p. 45)

O plano de asfalto foi iniciado pela prefeitura em 1954, quando os carros estacionados já faziam parte do cenário nas grandes praças da cidade. O automóvel havia chegado a Fortaleza em 1910, três anos antes dos bondes elétricos – ambos deixariam a população inebriada com o efeito da velocidade no cotidiano. Também foi imenso o assombro quando surgiram os primeiros acidentes, especialmente os mortais. Os jornais estampavam grandes fotos das vítimas nas capas e só não se via mais detalhes dos corpos dilacerados devido à baixa resolução da impressão, naquela época. Já em 1957, dez guardas foram deslocados para a avenida João Pessoa, chamada “avenida da morte”, a fim de evitar que os veículos ultrapassassem os quarentas quilômetros por hora permitidos (idem, p.47).

“O alargamento das principais vias, previsto pelo plano Saboia Ribeiro, parecia um problema insolúvel. A avenida mais larga da capital era a Bezerra de Menezes. Todavia, não o era em todo o seu percurso [...]. Algumas casas haviam sido desapropriadas e o plano era que a avenida fosse ampliada para uma faixa de vinte metros de largura.” (JUCÁ, 2006, p.47). Em comemoração ao segundo aniversário da chamada Revolução de 1964, seria inaugurada a expansão: a avenida ficaria com extensão de 3,4 quilômetros, duas pistas de 12 metros de largura cada, faixa central, área de estacionamento e sistema de drenagem com galerias pluviais e de esgoto, iluminação a vapor de mercúrio. Foram investidos cerca de um bilhão e duzentos milhões de cruzeiros na obra, que durou 126 dias.

Por anos, a imprensa fortalezense se dedicou declaradamente a sensibilizar os poderes públicos em relação à presença dos chamados vendedores ambulantes nas áreas centrais da cidade. Em 1958, *O Povo* anuncia ter sido vitória de uma campanha sua a retirada do comércio ambulante de carne da rua Tristão Gonçalves<sup>29</sup>. No ano seguinte, publicou: “O comércio ambulante [...] vem sendo objeto de consideração da imprensa de nossa Capital. Os

---

<sup>29</sup> *O Povo*, 29 jul. 1958

apelos dos periódicos são constantes e nenhuma providência tem sido tomada pelos poderes a quem está afeto o caso. De nada têm servido os alarmes que se fazem as notícias”<sup>30</sup>.

Esses trabalhadores, portanto, foram começando a ser conhecidos como vendedores ambulantes. Talvez inadequadamente, pois aqueles que eram alvo das críticas não necessariamente iam até seus clientes, mas também tentavam estabelecer pontos de venda nos espaços públicos do Centro, onde farta clientela passava por eles. A diferenciação entre comerciantes que pagam impostos e vendedores ambulantes, como desenvolvida ao longo do tempo pelas matérias jornalísticas (não sem reverberar no senso comum, e reverberar o próprio senso comum), foi deixando claro que o vendedor ambulante estava passando a ser identificado não somente pela venda em percurso, mas também pelo ingresso no mercado de trabalho informal, numa conotação que acabou tomando quase o peso de denotação.

Boa parte das vozes nos meios de comunicação preocupavam-se com a falta de higiene, legalidade e moralidade dos camelôs – termo que aparece no final dos anos 1950, usado como sinônimo para ambulantes – e pela “ação nociva que causam à estética das cidades”<sup>31</sup>. O que talvez poucos soubessem, embora se almejasse a Fortaleza um modelo parisiense, é que “pode-se considerar verossímil a cifra de 150 mil camelôs exercendo sua atividade na França durante a *Belle Époque*” (MOLLIER, 2009, p. 74). No início do século, só na capital francesa, os vendedores ambulantes já eram bastante numerosos: “2.355 camelôs de banca autorizados em 1905, sem contar com os cinco mil pregoeiros de rua e os 8.372 verdureiros munidos de crachás”, ou, segundo estimativas daquele mesmo ano, “9.555 camelôs com bancas autorizadas em 1905, cifra a que cumpre adicionar a massa de brechós ilegais que desempacotavam rapidamente sua mercadoria e o exército de jornaleiros, sem dúvida um total de vinte mil pessoas, compondo ‘uma população que se movimenta e grita no pavimento das nossas ruas e no asfalto dos nossos bulevares’.”

Assim registra Jean-Yves Mollier (2009, p. 19) em seu estudo sobre os camelôs de Paris – especialmente os da imprensa de rua –, não sem antes lembrar que Filipe, o Belo (1268-1314), um dia autorizou *les marchands ambulants* a se instalarem próximo ao Cemitério dos Inocentes. “A maior parte dos ‘supérfluos’ dedica-se ao comércio ambulante”, escreve Engels em *A situação da classe trabalhadora na Inglaterra* (ENGELS, 2010, p.127), texto que completa um século exatamente no momento em que os mercadores ambulantes de

---

<sup>30</sup> *O Povo*, 10 jan. 1959

<sup>31</sup> *O Povo*, 10 jan. 1959

Fortaleza parecem ter finalmente passado de trabalhadores estimados a agentes nocivos, considerando-se a expressão de parte da mídia impressa no fim da década de 1950.

Como abordado, aparentemente a venda ambulante vai sendo confundida com a feira livre que insiste em se estabilizar no espaço do Centro, sem que esta possa ser contida pelos poderes públicos porque, entre outros elementos, lhes falta uma certa compreensão do fenômeno – o que faz com que qualquer solução proposta e mesmo posta em prática passasse basicamente pela proibição, fiscalização e remoção, sem envolver também os fatores que geram a situação. Outro agravante é que aumenta cada vez mais a quantidade de pessoas que ininterruptamente chega à cidade. “A crise da agricultura cearense, a concentração fundiária e as grandes secas de 1951 e 1958 provocaram, mediante intenso processo migratório, um crescimento intercensitário de 90,5%. A população da capital passou de 270.169, em 1950, para 514.813 habitantes, em 1960.” (COSTA, 2007, p. 75)

É por volta do final da década de 1950 que aparecem os primeiros debates acerca de soluções alternativas para a questão, apontando não apenas para a retirada dos vendedores do Centro mas também sugerindo a criação de outros espaços onde eles pudessem se estabelecer. Menciona-se que engenheiros estariam estudando a construção de um grande mercado no local onde se localizava a antiga estação de bondes do bairro Joaquim Távora, ao qual teriam prioridade no acesso aqueles mercadores trasladados desde as ruas centrais de Fortaleza<sup>32</sup>.

O discurso torna-se menos duro, tratando a medida como um “amparo aos vendedores ambulantes”, que teriam a oportunidade de “viver convenientemente, fazendo negócios normais”. Noticia-se que “o prefeito Cordeiro Neto procurará melhorar o abastecimento de Fortaleza, com o incremento de uma rede de mercados nos pontos estratégicos da cidade com a finalidade, também, de descentralizar o comércio”, observando que a gestão anterior, de Acrísio Moreira da Rocha, já havia não apenas considerado a criação do mercado como também iniciado algumas obras. Ao evacuar os “chamados mascates de nossas ruas centrais” para o novo mercado, buscou-se sensibilizar a população para que esta se dirigisse até aquele novo local. Assim também os habitantes contribuiriam para os esforços da prefeitura na limpeza da cidade e na subsistência dos pequenos comerciantes.

Mas a distância em relação à área central e a incapacidade que este tipo de comércio teve de atrair comerciantes no Joaquim Távora, fizeram com que o objetivo da prefeitura fosse fadado ao fracasso após algumas semanas. Por ser uma atividade que vive exclusivamente do fluxo contínuo e maciço de pedestres, não foi de se estranhar o retorno dos comerciantes ambulantes ao Centro, apesar das pressões

---

<sup>32</sup> *O Povo*, 02 abr. 1959.

contrárias e da continuidade da utilização da violência pelo RAPA<sup>33</sup>. (DANTAS, 1995, p. 116, grifo do autor)

Outra medida tomada pelo poder público municipal foi o cadastramento e a fiscalização dos vendedores, tanto os removidos quanto os que ainda se mantinham nas ruas. Mais uma vez a abordagem dos agentes públicos vai gerar protestos. Para denunciar abusos que estariam sendo cometidos durante essa vigilância, vendedores fazem-se presentes à redação do jornal *O Povo*, reunidos em comissões. Contam que, quando se deparam com funcionários do Serviço de Polícia Sanitária, têm sua mercadoria apreendida e precisam pagar multas. “A multa é imposta quando são encontrados na rua promovendo as suas vendas, embora fôsse isto permitido pelos comandos da Prefeitura, na condição de todos ficarem em movimento, sem estacionar. Alega a comissão que há precedentes, pois não há punição para os baleiros e os que vendem pipocas.”<sup>34</sup> Ocasionalmente a Vigilância Sanitária é obrigada a se manifestar diante dos casos que surgem, em geral negando as acusações. Mas o que torna esse caso mais interessante é que, desta vez, os vendedores foram os próprios emissários da queixa junto ao meio de comunicação.

No fim da década de 1950 parece se fechar um ciclo – que se repetirá, apresentando variações e acirramentos, até os dias de hoje. Se em 1955 a manchete era “Excessos na fiscalização do comércio ambulante: tomaram a cesta do vendedor de alfenin”, em 1998 os leitores viram impressa a foto de um policial no momento em que desferia um chute nas costas de um ambulante, com corpo já em queda. A legenda tenta explicar: “uma cena já comum na Praça José de Alencar”<sup>35</sup>. É possível observar que houve não apenas uma escalada de violência no trato com o ambulante como de uma mudança que é anterior aos atos e que está na própria sensibilidade da sociedade local – da qual poder público, imprensa, ambulantes, consumidores, leitores e transeuntes fazem parte.

O Centro de Fortaleza continua marcado por grandes conflitos entre diversos grupos que tentam moldar seus usos, suas aparências, seus significados. Entre eles estão os pequenos comerciantes não formalizados que buscam manter seus negócios naquele espaço; a população que consome, que se compadece e/ou que discorda da permanência da prática ali; a mídia que informa, cobra, se posiciona e tenta influenciar a opinião pública; os comerciantes formalizados que ora se coadunam ora sentem o peso de uma nova concorrência dotada de

---

<sup>33</sup> RAPA, segundo Dantas (1995, p. 154), vem a ser a “fiscalização exercida pela Guarda Municipal”.

<sup>34</sup> *O Povo*, 11 jun. 1959.

<sup>35</sup> A fotografia mencionada é de André Lima, publicada na matéria “Ambulantes denunciam corrupção no ‘rapa’”, publicada no *Diário do Nordeste*, em 06 set. 1998.

suas características próprias e desonerada de impostos; os legisladores e gestores do executivo municipal; entre outros poderes que atuam na mediação de todos os interesses anteriormente expressos, além de seus próprios. Um vasto e fértil campo está aberto a quem se dispõem a se debruçar e a se aprofundar sobre como essa dinâmica se deu ao longo dos anos na cidade.

#### **4.2 Disputas centrais**

Como vimos, no fim dos anos 1950 o prefeito Cordeiro Neto havia direcionado parte desses comerciantes ambulantes a um novo mercado erguido no bairro Joaquim Távora. No entanto, a ausência de um fluxo mais intenso de pedestres – e, portanto, de consumidores – levou os trabalhadores a voltarem ao Centro. A partir da década de 1970, quando o poder público municipal fortalezense começa de fato a intervir por meio do Planejamento Urbano, adotando políticas de urbanização específicas, para resolver as questões das áreas centrais nas próprias áreas centrais, acontece algo interessante com os vendedores ambulantes da cidade: eles são levados a se fixar para se manter no Centro.

Tal intervenção visará a regulamentação, com a consequente fixação da atividade do comércio ambulante no Centro. Por ser um dado marcante, no que se refere à prática do Estado, a análise da consubstanciação do comércio ambulante no Centro da Cidade de Fortaleza encontra-se no paradoxo: comércio ambulante fixado. (DANTAS, 1995, p.110)

Também já se falou sobre a tendência de dispersão das classes mais abastadas do Centro em direção a novos bairros. A Aldeota, por exemplo, se consolida como nova centralidade nessa mesma época, começando a receber comércio varejista.

As primeiras lojas que surgiram, no início dos anos 1970, eram filiais das lojas do Centro, que começaram a se instalar na Aldeota, a fim de atender às exigências dos habitantes do bairro, que já achavam incômodo se deslocar até à área central. [...] Entretanto, foi somente após a inauguração do shopping Center Um, em novembro de 1974, que a atividade comercial veio a se consolidar no bairro, especificamente no trecho próximo ao cruzamento da av. Santos Dumont com av. Desembargador Moreira, atraindo inúmeras lojas e os mais diversos tipos de serviços. A presença do Center Um fez desenvolver nas proximidades um comércio expressivo, dando origem ao novo centro que se formou a partir de então. (DIÓGENES, 2008)

O Centro seguiu atraindo classes das faixas de menor renda, devido à maior disponibilidade de bens e serviços na área central, fator que, por sua vez, era alimentado, em parte, pela forte presença do comércio ambulante. Tal atividade econômica, realizada maciçamente na informalidade, foi um dos principais alvos da atuação do poder público nas

políticas de reordenamento do uso dos espaços da área central que surgiram no período. É quando a Prefeitura Municipal de Fortaleza passa a se preocupar em realizar intervenções de ordem urbanística que permitam ao Centro retomar as funções que antes tinha, como era do desejo de atores sociais que tinham suas vozes amplificadas, fosse pela imprensa, fosse pelos discursos oficiais, ou por outros meios privilegiados. Para isso, foram desenvolvidos projetos ora de retomada de aspectos – especialmente arquitetônicos – do seu tempo dito áureo, ora de modernização da área, com a construção de calçadas e reforma de praças, dando prioridade ao fluxo de pedestres, em detrimento dos carros e da venda ambulante (DANTAS, 1995, p. 113).

O geógrafo Eustógio Dantas investigou a forma como foi tratada a questão do uso do espaço no Centro da capital cearense pelos comerciantes ambulantes ao longo de duas décadas, de 1975 a 1995. O período é especialmente importante para esta pesquisa, uma vez que nove entre dez vendedores com quem tive oportunidade de conversar iniciaram-se na atividade com o chegadoinho entre 1975 e 1994.

Naquele momento, um vendedor ambulante que não era cadastrado tinha sua atividade no Centro muito dificultada pela fiscalização, pondo-se em risco de ter sua mercadoria apreendida caso insistisse em se manter por ali. A violência na abordagem também cresce muito em relação aos momentos anteriores, com a participação até mesmo do Batalhão de Choque da Polícia Militar em ação conjunta com os fiscais da Secretaria de Serviços Urbanos (SSU), como aconteceu na gestão Ciro Gomes, nos anos de 1989 e 1990 (DANTAS, 1995, p. 157). Segundo os levantamentos de Dantas, até uma missa de solidariedade foi realizada na Praça José de Alencar, em 7 de março de 1994, em protesto contra a forma como se davam as medidas repressivas empreendidas pela prefeitura em relação aos vendedores ambulantes (idem, p. 168).

No período abarcado, o estudo mostra que, ao longo do tempo, a Prefeitura Municipal de Fortaleza ordenou o uso do solo basicamente de duas formas: definindo quais logradouros podiam ou não ser utilizados para esse tipo de comércio, e por quais vendedores (os cadastrados), aplicando-lhes fiscalização; e também criando espaços fixos para abrigar a prática desses trabalhadores. Assim, temos o exemplo do popular Beco da Poeira, amplamente conhecido por suas confecções, que foi institucionalizado, recebendo o nome de Centro dos Comerciantes Ambulantes. As discussões começaram ainda na gestão de César Cals Neto (1983-1985), concretizando-se quando Maria Luíza Fontenele foi prefeita (1986-1988). O terreno, de propriedade da Prefeitura Municipal de Fortaleza, recebeu especialmente os trabalhadores que se organizaram na então Associação dos Profissionais Vendedores

Ambulantes do Ceará (APROVACE), hoje Associação Profissional do Comércio de Vendedores Ambulantes e Trabalhadores Autônomos do Ceará.

Para o geógrafo, fica demonstrado, “através desta intervenção, a priorização do espaço da circulação, o qual leva à mudança de natureza do comércio ambulante, tanto no que se refere à situação de ilegalidade, quanto à forma de apropriação do solo urbano do Centro” (DANTAS, 1995, p. 183). No entanto, não é a natureza do comércio ambulante que muda, mas a incorporação de parte dos comerciantes ambulantes à lógica hegemônica do comércio nessa área, que é o da fixação e do uso de espaços privados em detrimento dos espaços públicos – considerando aqui que os terrenos disponibilizados pela prefeitura aos permissionários, por meio de pagamento de taxas, se caracteriza mais como de caráter privado do que de público.

O pesquisador ainda aponta que, a partir da política pontual de fixação, constituiu-se uma hierarquização pautada na legalidade que tornou predominante a diferenciação entre ambulantes cadastrados e não-cadastrados (idem, p. 152). A integração dos primeiros ao comércio formal e seu estabelecimento em espaços concedidos pela Prefeitura foi uma solução para a garantia de acesso ao trabalho no espaço do Centro para um grupo de vendedores, que nesse processo deixavam de ser ambulantes, considerando-se a primeira acepção do termo. No entanto, o número de não-cadastrados mostrava-se expressivamente maior: eram 3.500 dos 5.000 contabilizados entre 1982 e 1983 (DANTAS, 1995, p. 134). Quase dez anos depois, na gestão de Juraci Magalhães (1990-1992), registra-se a

não incorporação [de] mais de 5.000 comerciantes ambulantes no Projeto Espacial do Comércio Ambulante – zona central, como forma de reduzir e impedir a ampliação da área ocupada por esta atividade. Para tanto, investiu-se na fiscalização repressiva e na desestruturação da rede de depósito de mercadorias. (idem, p. 174)

Na prática, as escolhas disponíveis para quem decidisse continuar trabalhando no comércio no Centro eram fixar-se ou lidar com embates muitos duros com os aparelhos fiscalizadores. Em um dado momento, até mesmo trabalhadores cadastrados acabaram por ter barrado seu acesso a espaços centrais antes entendidos como propícios à atividade (DANTAS, 1995, p. 168). Isso acontece já no início dos anos 1990.

Não foi possível, durante o presente trabalho, chegar a dados sobre como esse excedente se ocupou diante de tais medidas, mas considerando que “os projetos de revitalização, adotados nas gestões citadas, conseguem normatizar a níveis nunca vistos o comércio ambulante” e que “há diminuição do número de comerciantes ambulantes no Centro

e redução da área por eles ocupada, fundando-se a hegemonia do comércio ambulante fixado” (DANTAS, 1995, p. 181), é muito provável que os vendedores de chegadoinho estejam entre estes milhares de trabalhadores não contemplados pelas políticas públicas voltadas muito mais ao uso do espaço do Centro do que à população envolvida no trabalho informal. Isso se eles chegaram a ser incluídos nas estatísticas.

### 4.3 Doce som urbano

Sobre os vendedores de chegadoinho, só foi encontrada alguma menção específica nos periódicos da cidade consultados<sup>36</sup> a partir do final dos anos 1980. Em matéria de 1988<sup>37</sup>, ele aparece em meio a outros mercadores de fato ambulantes, pois realizavam suas vendas em trânsito pela cidade – fosse a cavalo, como o figueiro (vendedor de fígado, e não de figos, como se possa supor); fosse em carroças, com tonel a reboque para a venda de água principalmente em locais não servidos de saneamento básico; fosse transportando produtos nas costas de jumentos, caso de alguns verdureiros; ou mesmo a pé, como era característico de seu grupo.

O vendedor de chegadoinho está entre os caminhantes, junto com o vendedor de potes, o peixeiro, o vassoureiro, o vendedor de rosquinhas e o galego. O homem dos potes era uma figura mais restrita às periferias, onde ainda se mantinha o costume de guardar em moringas a água de beber. O galego é como se conhece em Fortaleza aquele que, porta a porta, vai vendendo variedades a prazo, visitando mensalmente os clientes para riscar mais uma parcela do caderninho e eventualmente realizar mais uma venda. Enquanto o figueiro batia na caixa de madeira onde levava a mercadoria, o peixeiro e o vassoureiro usavam a voz para fazer o pregão. Sobre o som que faziam os ambulantes de Fortaleza naquele período, a dupla de jornalistas José Paulo de Araújo e Tarcísio Matos relata:

Peixeiros que “aboiam” canções comerciais, algo assim, que atrapalha a correria das grandes cidades. Um som estranho que entra em frequência diferente dos motores de carro. “Vai cavala e cioba”, “Vai o peixe”, outros pecados também vão pelas ruas nas costas destes cantores.

.....

“Vai vassoura de espanar, espanador e vassourinha.” Em ritmo melódico, o “vassoureiro” Manuel Vicente da Rocha que, em sua mente, está com 48 anos, percorre as ruas da Aldeota para vender o que produz. Este canto, que está mais para

<sup>36</sup> Como já dito, os bancos de dados visitados foram os dos jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste*.

<sup>37</sup> *O Povo*, 14/02/1988.

as entoadas africanas que para *jingles* comerciais, se repete há 25 anos, desde a época em que Manuel Aldeota, como é conhecido, aprendeu a ser um “vassoureiro” com um amigo. Apesar da modernidade de despertador em relógio de pulso, muitos ainda preferem ser acordados pelo grito madrugador do vendedor ambulante. “Muitos acham ruim porque é cedo demais, outros pedem para eu acordar mais cedo. Minha voz é alta e se der um grito, responde a quadra todinha. E é exatamente o grito o segredo da venda. Se não gritar, ninguém *ouce* e se o cabra estiver deitado, não vai saber que eu estou passando”, explica sua técnica, Manuel Aldeota.

.....

Os anônimos vendedores de “chegadinha” utilizam a antiga e antiquada propaganda feita à base de um triângulo e continuam sobrevivendo. A logomarca deste produto é uma lata pendurada nas costas. Tudo muito primitivo, diriam alguns intelectuais; no entanto, muito eficiente. [...] Ser vendedor tem sua “vantagens”: não precisa de documentos, ganha umas cachaças para tocar em batucadas e é conhecido por muitas pessoas do itinerário. Além disso, esse publicitário de nossa cultura tem oportunidade de disputar com os companheiros de venda quem melhor toca triângulo. (*O Povo*, 14/02/1988)

Já o vendedor de rosquinhas entrevistado declarou: “‘Não grito porque sinto vergonha’, diz em voz baixa ainda se sentindo pessoa estranha nesta terra onde quase ninguém o conhece”. A matéria não é apenas uma rica fonte de relatos com detalhes das práticas encontradas, mas também traz reflexões sobre o vendedor ambulante como portador da tarefa de prestar contas “com a memória de uma cultura desfigurada”: “Heróis anônimos da cultura. Um grupo em que a maioria é composta de subempregados num país de Terceiro Mundo com uma população paupérrima. Serão estes comerciantes um mundo à parte ou serão os *shopping centers*?”

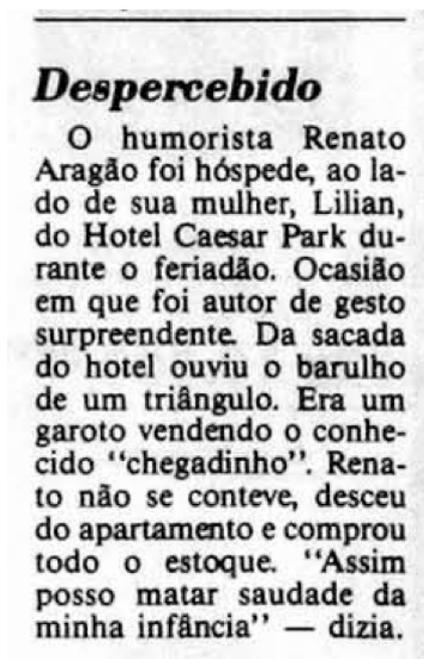
Uma outra abordagem sobre o vendedor de chegadinho entra em cena na década seguinte. Hospedados em hotéis de Fortaleza, dois artistas, em ocasiões diferentes, ouviram o triângulo pela rua e ficaram sensibilizados com o acontecimento. O primeiro foi o músico carioca Leo Gandelman, que teve uma apresentação cancelada no Pirata Bar, localizado na Praia de Iracema, devido a um tempo chuvoso.

Choveu toda noite e a excursão precisava seguir. O que poderia ser uma frustração, acabou traduzindo-se em arte: compôs “Piratas”, num alusão óbvia... “Eu estava no hotel vendo a chuva cair e lá fora ouvi o barulho de um vendedor de ‘chegadinha’...”, conta Gandelman, sobre a origem da canção “Piratas”, incluída no novo LP, um forró-funk que teve a participação de Oswaldinho no acordeón. (*O Povo*, 19 nov. 1991)

Já o humorista Renato Aragão, mais conhecido nacionalmente pelo nome artístico de Didi, ao ouvir o som do triângulo deixou o ambiente luxuoso do Hotel Caesar Park e desceu ao calçadão da Beira Mar para ir ao encontro do ambulante, de quem comprou todos os biscoitos. Diferente de Gandelman, Aragão nasceu e viveu algum tempo no Ceará. Enquanto

o primeiro de certa forma acabou amalgamando em uma composição musical um conjunto de experiências recentes que o ligavam à cidade, incluindo aí o tilintar do instrumento do vendedor de chegadinho, o humorista – nascido em 1935 – relacionou o mesmo som com suas memórias de infância (Figura 10).

Figura 10 – Nota na imprensa com declaração do humorista Renato Aragão



### **Despercebido**

O humorista Renato Aragão foi hóspede, ao lado de sua mulher, Lilian, do Hotel Caesar Park durante o feriadão. Ocasão em que foi autor de gesto surpreendente. Da sacada do hotel ouviu o barulho de um triângulo. Era um garoto vendendo o conhecido "chegadinho". Renato não se conteve, desceu do apartamento e comprou todo o estoque. "Assim posso matar saudade da minha infância" — dizia.

Fonte: Jornal *O Povo*, 18 nov. 1993.

É essa relação – entre a passagem do vendedor de chegadinho e memórias da infância – que vai marcar quase a totalidade das referências à prática que são feitas na mídia impressa da cidade a partir de então. Pouco a pouco, o aparecimento do tema também vai se tornando cada vez mais frequente, embora isso não se materialize em uma cobertura jornalística sobre os próprios vendedores, que busque desvendar quem eles são, como trabalham, o que é o chegadinho. Pelo menos, nada surgiu de mais aprofundado do que já havia sido feito na matéria de 1988. Aliás, a grande maioria dessas menções surge em crônicas, em que aspectos do cotidiano são expostos a partir de um tratamento mais subjetivo por parte de seus autores. Poderia-se até pensar que a prática em si talvez não interessasse tanto quanto o que ela aciona, no campo da memória de uma parcela da população.

No entanto, a própria emergência desta pesquisa faz parte de um crescente pensar dos habitantes da cidade sobre o vendedor de chegadinho. Não creio ter sido à toa que, durante a pesquisa, tenha encontrado pelo menos três pessoas, nascidas entre 25 e 35 anos atrás, que

também se lançaram nesse mesmo período a conhecer os ambulantes e seus saberes, para diferentes projetos: o *videomaker* Djaci José estava desenvolvendo um curta documentário chamado “Lá vem chegadim”, e o casal de empreendedores no ramo de alimentos Monic Saboia e Eduardo Palhano estava levando o produto a padarias, sob a marca registrada de Chegadinha. Assim como eu, eles passaram por processos de sensibilização que os levaram a um *insight* específico, a partir do qual seus trabalhos passaram a ser desenvolvidos, sem se furtarem a contatos diretos com os vendedores de chegadinho.

Os processos que a passagem desses ambulantes desencadeiam são, sem dúvida, aspecto importantíssimo da própria prática, que merece atenção e estudo, a fim de que o próprio fenômeno seja compreendido em sua complexidade. Pois, ao tocar o triângulo pelas ruas, o vendedor de chegadinho se dirige a alguém, e a resposta que surge a seu chamado é fundamental para moldar suas próprias ações. Eis um processo comunicativo que se dá no contexto urbano e que só pode ser mais amplamente entendido se analisarmos o máximo de atores envolvidos que for possível.

A mim, neste momento, interessa particularmente os saberes do vendedor de chegadinho relacionados ao espaço e qual o papel da utilização do som nessa *expertise*. Neste trabalho me debruçarei sobre esse grupo, uma vez que é aquele que tem mais preponderância na questão do uso do espaço público urbano na atividade aqui estudada. Interessa saber de que forma fazem isso. No entanto, antes de chegarmos à atuação deles na cidade de Fortaleza no início do século XXI, buscaremos entender de onde vem o chegadinho, quais são os possíveis antecedentes de sua comercialização, a que contextos podem estar atrelados e como eles entram na história da cidade e dela fazem parte.

#### **4.4 Rastros de pão**

De onde vem a prática de vender chegadinho com as características que encontramos hoje nas ruas de Fortaleza? Uma de minhas vizinhas na capital cearense há pouco completou 80 anos e diz lembrar do chegadinho entre os cordões de coco, cocadas, alfenins e outros doces vendidos em sua meninice pelo bairro São Gerardo, que hoje margeia a avenida Bezerra de Menezes. Mas, como vimos, tanto tempo de presença no cotidiano da cidade não garantiu ao chegadinho e seus vendedores muitos registros. E, quando isso começa a acontecer, as alusões ao chegadinho invariavelmente são feitas como se tratando de um produto que remete ao passado da cidade e muitas vezes como algo em extinção. Predominam

as impressões sobre a venda. Muito raramente os vendedores são entrevistados e nada há sobre a origem da prática – embora seja comum se referir a ela como tradicional.

Essa falta de informações não é exclusiva do Ceará. Apresentando fases preliminares da pesquisa em eventos acadêmicos nos últimos anos, recebi informações de pesquisadores de vários lugares do Brasil e, reunindo-as, pude concluir que o vendedor de *chegadinho* existe em boa parte dos estados da região Nordeste, tocando triângulo e levando seu tambor pelas ruas. Em geral, o que vem a mudar é o nome que leva o doce. Do Rio Grande do Norte até Sergipe, é chamado de *cavaco chinês* ou simplesmente *cavaco*<sup>38</sup>, também sendo conhecido como *cavaquinho* no Recife, em especial. Na Bahia, aparece como *taboca*. Em cidades da região Norte, como Manaus e Belém, é denominado *cascalho*. De Minas Gerais até o Rio Grande do Sul, é possível encontrá-lo como *biju* ou *casquinha*, mas aí o produto já passa a ser acomodado em recipientes como cestos ou caixotes de madeira e, para anunciá-lo, são utilizados outros instrumentos, que vão de buzinas a matracas.

Mesmo no Ceará, como visto, é possível encontrar referências ao alimento não apenas como *chegadinho*, mas também como *chegadinha* (no feminino) ou *chegadim*. Há registros de quem fale *jangadinha*, e mesmo de quem conheça o produto e seu vendedor, mas desconheça sua denominação. Essa ampla variação pode ser inclusive um efeito do fato de não se falar tanto sobre esse biscoito: acontece a prática, mas não se verbaliza tanto sobre ela. As formas no feminino e no masculino (incluindo a escrita “*chegadim*”, uma espécie de transcrição direta da fonética mais popular) têm sido registradas de maneira equilibrada entre si nos meios que podem levar a uma normatização – seja na imprensa, no título de um documentário, no registro do produto industrializado ou mesmo no presente trabalho científico.

Entre os meios de normatização, pode-se também pensar em incluir a Internet. Em mídias sociais *on line* – como o Twitter, por exemplo, em que a publicização de fatos muito efêmeros do cotidiano tem bastante vazão em relação a outros canais – também é possível encontrar balanceadamente referência escrita aos termos *chegadinho*, *chegadinha* e *chegadim*. Assumo que escolhi tratar o objeto como *chegadinho* por ter sido assim que o conheci, não havendo qualquer relação entre o uso aqui feito e a frequência com que a população cearense em geral adota este ou outros termos para se referir ao mesmo objeto.

Apesar da extensão do fenômeno no Brasil, pouco se sabe sobre ele. O registro mais antigo dentre os raros que pude encontrar durante a pesquisa é um texto publicado em 1950

---

<sup>38</sup> Do Houaiss, “*farpa* ou *lasca* produzida pelo desbaste da madeira”.

no *Jornal de Alagoas*, de Maceió. Versando sobre pregoeiros em linhas ferroviárias, o autor narra:

O homem do cavaco chinês – estranha massa de farinha de trigo, parece que feita exclusivamente para aguçar a fome – com um baú cilíndrico às costas e a agitar o característico triângulo numa inconsciente aplicação prática da ação do som sobre a secreção salivar, vibrava nossos tímpanos e espremia nossas glândulas salivares enquanto anunciava: – Oie o cavaquinho chinês. – Oie o pacotinho de cavaco, novinho na hora. (BRANDÃO, *Jornal de Alagoas*, 1950)

Trata-se da mesma configuração da venda de chegadinho nos dias de hoje, com uma diferença: em Fortaleza, muito raramente se faz uso da voz.

É também para fazer a relação entre a escuta do som do triângulo e uma consequente vontade de degustar cavaquinho que Gilberto Freyre dedica algumas rápidas linhas à iguaria, no prefácio à terceira edição de *Açúcar: uma sociologia do doce* (FREYRE, 2007, p. 59). É importante assinalar que esse preâmbulo ao livro, publicado pela primeira vez em 1939, foi escrito no longo período entre os anos de 1968 e 1986. Em 1977, o professor Souto Maior chamaria a atenção para o fato de não se ter informações sobre a origem do cavaco chinês. “O ideal era que se fizesse filmes sobre os pregões e pregoeiros para arquivo do Museu da Imagem e do Som, mas como a importação (de projetores e câmeras Super-8) está limitada, 70% das nossas tradições estão desaparecendo”, declarou ao *Diário de Pernambuco*<sup>39</sup>.

Como o professor chegou a essa porcentagem não fica claro na matéria, mas o fato é que os vendedores de cavaquinho permanecem em ação na capital pernambucana até este início de século, quando a questão sobre produção e circulação de imagens audiovisuais se encontra superada. Inclusive não tem sido difícil encontrar flagrantes atuais desses vendedores, em vídeos compartilhados pela internet. O que ainda perdura é a escassez de dados sobre como surgiu e se estabeleceu a atividade em nossas cidades. No entanto, ainda no ano de 1957, a imprensa pernambucana deu vazão a um interessante texto que nos oferece uma ideia mais clara da passagem desse ambulante pelas ruas do Recife.

É do vendedor de “cavaquinhos” que desejamos falar. Rapazola ou velhote alquebrado pelos anos. Preto, talvez descendente de cafusos ou dahomeyanos da vizinha terra africana, ou brancos, caboclo ou mameluco, filho da gleba, tendo o sangue “agarapado” das raças que aqui se cruzaram, vendedor de cavaquinhos é dos tipos mais curiosos e interessantes que a vida provinciana nos legou. Comumente, às tardes ensolaradas de verão, ou sombra, lá sai ele, tonel de flandres às costas, cheias de sua iguaria feita de massa, quase sem gosto e sem côr, a tocar incansável, circunspecto, às vezes possuído de Momo o seu “mágico” triângulo, instrumento-propaganda de “lírica” mercadoria, aos toques compassados ou históricos de sua

<sup>39</sup> *Diário de Pernambuco*, 24 abr. 1977.

música mítica de “faunos”; a gurizada toda desembesta pressurosa para a rua, juntando-se numa hilaridade e sofreguidão contagiante ricos e pobres, igualados por aquele mítico instrumento que vibra o homem ou o moço dos “cavaquinhos”. Apontando na cabeça da rua, ao trinar inconfundível do ferrinho sôbre o triângulo, o nosso vendedor de baquilhos tem a certeza de colocar a mercadoria em boa freguesia. Então, com sua presença, garotos e pequerruchas, nus ou vestidinhos, [...] aparecem de todos os lados para comprar cavaquinhos. Enrolados suavemente qual folhas de papel, aqueles dissolúveis regalos da massa exercem a mais poderosa influência sobre os petizes, dispostos, muitas vezes, a exigirem-nos à força de lágrimas, arma infantil poderosa para abrandar não somente os corações, mas também os bolsos paternos. Naquele meio, cercados de anjinhos e diabinhos dêsse incompreendido mundo infantil, como não se sente superior o vendedor de “cavaquinho”, figura ociosa e neutra na concretista esquematização do nosso mundo em marcha. Quase sempre maltrapilho, descalço e em aparente demência, aquele moço ou velho que barganha as folhas de baquilho entre os seus compradores-mirins, parece pertencer a um mundo que se foi ou que ainda não começou para a realidade. Para ele tem um sentido à parte a miséria e o desconforto que não pode esconder aos olhos dos que se acham no vértice da vida mecanizada dos tempos que correm. Ele vive dentro e fora de si mesmo, para o seu lirismo econômico, figurado na venda do “cavaquinho”, e para o seu mundo também lírico da petizada que o cerca, mal aparece à esquina da rua ou do bêco, no bairro aristocrático ou no areal de mocambos que se espria na periferia da Cidade. (*Correio do Povo*, 03/12/1957)

A partir do relato do jornalista Lino Rocha<sup>40</sup>, sabemos a que horas passava o vendedor de cavaquinho, qual era sua idade, condição social, aspectos físicos, habilidades e outras minúcias da sua performance, quem eram os clientes e como se portavam diante de sua chegada. Não escaparam ao seu registro o sabor, a constituição e a forma do doce, as características do toque, os detalhes dos logradouros. Assinala ainda o lugar desse trabalhador no contexto do desenvolvimento e das mudanças vividas à época, identificando-o como pertencente ao grupo dos tipos populares e folclóricos. Tudo isso numa escrita emocionada, que comunica os sentimentos evocados pelo acontecimento e atesta-lhe um valor.

Igualmente importante é a introdução da palavra baquilho, que nos permite fazer uma ligação com o *barquillo*, guloseima encontrada em outros países latinoamericanos e em muitas partes do território da moderna Espanha. Guarda semelhanças com o chegadinho – ou o cavaco chinês – tanto na forma de fazer como na de vender. Receita e modo de preparo coincidem com os do produto feito em Fortaleza: uma massa de farinha de trigo, açúcar e água, assada entre duas pranchas de ferro. Também esses utensílios de assar que encontrei nas cozinhas cearenses são muito parecidos com os que são expostos por alguns produtores espanhóis contemporâneos em seus sites na internet. Contudo, enquanto lá esses materiais aparecem como peças de museu, tendo sido modificados ou substituídos por outros maquinários ao longo do tempo, modelos rudimentares continuam sendo utilizados na periferia dessa cidade brasileira.

---

<sup>40</sup> Falecido em 2008.

O *barquillero* – o homem que vende *barquillos* – também costuma trazer um tambor consigo. Os *bombos* são pintados de vermelho e podem levar o nome do dono, às vezes algum colorido desenho de parques e outras paisagens, além de insígnias e brasões. O longo corpo cilíndrico, no interior do qual são acomodados os doces, é feito de folhas de flandres (*hojalata*, em espanhol). Já a tampa requer um material mais trabalhado, pois traz uma pequena roleta para jogos de azar, em que se apostam *barquillos*. São muito comuns as correias de couro para levar o tambor às costas, apoiado em ambos os ombros, como uma mochila, aparentemente só no trajeto até o ponto de venda e de volta para casa ao fim da jornada.

Aliás, os vendedores de *barquillos* que hoje são encontrados em cidades como Salamanca e Madri, por exemplo, ficam sentados ou de pé ao lado do cesto onde dispõem a mercadoria depois de tirá-la do interior do *bombo*, sem percorrer as distâncias encaradas pelos vendedores de chegadoinho durante o trabalho. Segundo o *Museo del Barquillero*, tem-se notícias desses tambores – *las barquilleras* – desde início do século XIX, tendo sido um sucesso até a chegada do XX, quando começaram a se tornar raras. A Figura 11 trata-se de uma fotografia realizada à porta da Casa de las Conchas, no centro histórico da cidade de Salamanca, na Espanha, em 2011. Segundo a autora da imagem, seu vendedor também pode ser facilmente encontrado na Plaza Mayor.

Figura 11 – *Barquillera* em praça espanhola, em fevereiro de 2011



**Fonte:** Acervo pessoal de Alejandra de Miguel Moreno, 11 fev. 2011. Imagem disponível em <http://www.flickr.com/photos/gurugirl/5442374158>. Acesso em 2 jul. 2012.

O *barquillo*, no entanto, é bem mais antigo que esses tambores, que parecem ter representado uma inovação na forma de vender o biscoito, atraindo consumidores também em função do jogo. O jornalista e escritor catalão Néstor Luján, cronista de cultura gastronômica, explica que na Catalunha os *barquillos* também são conhecidos como *neules* e fazem parte das tradições natalinas, onde são convertidos em presentes. Inclusive há um popular ditado catalão: “*Cada cosa a son temps i a Nadal neules*” (“Cada coisa a seu tempo e no Natal, *barquillos*” [tradução nossa]). *Neula*, na língua catalã, significa neblina, “*para dar una idea de la sutileza de la pasta*” (LUJÁN, 1975, p. 88). Segundo ele, as *neules* são citadas em um convite real do Rei Jaime “O Conquistador” em 1267 e aparece pela primeira vez em texto catalão no livro “Félix - o Livro das Maravilhas”, de Lúlio, do século XIV. Nesse momento, as *neules* eram planas.

*La forma cilíndrica es mucho más posterior, posiblemente del siglo XVII y se moldeaban en ellas, signos, señales y emblemas e incluso textos cortos. Por esta razón se llamaron en Castilla “cañutillos de suplicaciones” porque muy a menudo había una suplicación religiosa en ellos. Los cañutillos de suplicaciones aparecen en El Quijote (parte II, cap. XLVII), cuando el doctor Pedro Recio de Tirteafuera receta a Sancho Panza “un ciento de cañutillos de suplicaciones y unas tajadicas subtiles de carne de membrillo”, rechazando mantenencias más sólidas. (LUJÁN, 1975, p. 88)*

A palavra *barquillo* associada aos tais canudinhos de súplicas teria surgido no *Libro de entretenimento de la pícara Justina*, publicado provavelmente em Medina del Campo em 1605, mais ou menos quando os europeus, do outro lado do Atlântico, principiavam a tomada do território hoje Ceará. O médico e escritor espanhol Francisco López de Úbeda é o possível autor dessa obra de ficção<sup>41</sup>. A polêmica novela picaresca ganhou a atenção de Miguel de Cervantes, a quem muito desagradou. Tanto que, em seu clássico *Viagem ao Parnaso*, este apresenta o autor de *La pícara Justina* como um dos chefes dos invasores e profanadores do Parnaso (BATAILLON, 1982 apud ROJO VEGA, 2004, p. 207). O avô da personagem do título era *suplicacionero*, o que viria a ser posteriormente o vendedor de *barquillos*. Neste texto, escrito em primeira pessoa, a personagem Justina explica a mudança das *suplicaciones* para os *barquillos*.

*En su tiempo, los que ahora se llaman barquillos, se llamauan suplicaciones, porque debaxo de cada oblea yban otras muchas que hazian vna manera de doblez; mas las de aora, como no tienen doblez debaxo, sino vna oblea desplegada en forma de barco, llamanse barquillos; es verguenza, todo está sofisticado. (ÚBEDA, 1912, p.79)<sup>42</sup>*

Lamentar-se, portanto, da perda ou das alterações que sofre essa tradição é, por si só, um hábito que já dura pelo menos 400 anos.

O *barquillo* aparece também nas ruas de Portugal, onde pode ser chamado de duas formas, pelo menos: barquilha, principalmente quando tem forma cônica; e língua-de-sogra, em especial quando enrolado como canudinhos; mas é comum que esses termos sejam empregados em referência ao doce de uma ou outra forma, sem distinção. A fotografia de um vendedor de barquinhos em Lisboa, em 1936, pode ser encontrada no banco de dados do

<sup>41</sup> Até hoje os pesquisadores discutem questões sobre datação e autoria da obra.

<sup>42</sup> Em seu tempo, os que agora se chamam *barquillos* se chamavam *suplicaciones*, porque debaixo de cada *oblea*<sup>42</sup> iam outras muitas que faziam como uma dobra; mas as de agora, como não têm prega embaixo, e sim uma *oblea* despregada em forma de barco, chamam-se *barquillos*; é uma vergonha, tudo está sofisticado. [Tradução nossa]

grupo português de comunicação Global Notícias<sup>43</sup>, havendo indícios de registros do fim do século XIX, como este a seguir.

[...O]s barquinhos, verdadeiro engodo da rapaziada, que acha meio de arranjar os cinco reis, para os empregar naquela gulodice. O homem dos barquinhos para em qualquer lugar mais concorrido, e poe diante de si uma caixa, que tem na tampa uma espécie de roda da fortuna. O rapaz dá cinco reis, move a roda que faz girar uma pequena esfera; esta vai cair em uma cavidade, e segundo o número que ela tem pintado, ganha outros tantos barquinhos, que ele bem depressa faz chegar ao estômago. Os barquinhos são umas pequenas pastas feitas de massa de obreias com açúcar. Este petisco é a suprema palavra de pastelaria para o rapazio.<sup>44</sup>

De pouco uso no Brasil, obreia é um vocábulo ao qual o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa oferece duas acepções: “massa de que se faz a hóstia” e “folha fina de massa de farinha de trigo, us. para cerrar cartas”. A que interessa aqui é a primeira, e o Vaticano é taxativo quanto à receita da hóstia: só se utiliza farinha de trigo<sup>45</sup>. Trata-se de pão ázimo, um pão que não leva fermento e que antes da Era Cristã já fazia parte de outras cerimônias religiosas, como por exemplo a páscoa judaica (Pessah).

Algumas passagens do Velho Testamento citam o alimento: “Ázimo se comerá no lugar santo” (Levítico 6:16); “Isto é o que lhes háis de fazer, para os santificar, para que me administrem o sacerdócio: Toma um novilho e dois carneiros sem mácula, / E pão ázimo, e bolos ázimos, amassados com azeite, e coscorões ázimos, untados com azeite; com flor de farinha de trigo os farás” (Êxodo 29:1-2); “E cozeram bolos ázimos da massa que levaram do Egito, porque não se tinha levedado, porquanto foram lançados do Egito; e não se puderam deter, nem prepararam comida” (Êxodo 12:39); “No primeiro mês, no dia catorze do mês, tereis a páscoa, uma festa de sete dias; pão ázimo se comerá” (Ezequiel 45:21).

É tentador seguir pistas que nos levem a entender como tal alimento circulou pelas esferas do clero, da nobreza e do povo, considerando inclusive que quando surge registro de seu vendedor de rua o Ocidente vive os primeiros momentos da Idade Moderna. Mas isso ficará para futuros estudos.

<sup>43</sup> Disponível em <http://www.lojadojornal.pt/galeria/default.aspx?moid=4400>, com acesso em 16/08/11, às 12:00.

<sup>44</sup> O texto está transcrito no site “A Porta Dobre: Entretenimentos das ruas e cafés” e presume-se publicado na edição do jornal O Comércio do Porto, de 13 de janeiro de 1870, conforme a datação informada. No entanto, não houve acesso às fontes primárias. Disponível em <http://aportanobre.blogspot.com/2009/12/entretenimentos-das-ruas-e-cafes.html>, com acesso em 16/08/11, às 12:04.

<sup>45</sup> Código de Direito Canônico. Art. 3 - De los ritos y ceremonias de la celebración eucarística. Disponível em [http://www.vatican.va/archive/ESL0020/\\_P38.HTM](http://www.vatican.va/archive/ESL0020/_P38.HTM). Acesso em 17/08/11, às 19:38.

Retornando ao vendedor de barquilha luso, ele aparece entre um grupo de mais ou menos sessenta vendedores ambulantes e outros trabalhadores das ruas de Lisboa, num compêndio reunido por Calderon Dinis (1982) abarcando o período de 1900 a 1974, em que o autor destaca “esse espetáculo ímpar que foi a movimentada vida nas ruas dos bairros populares onde os vendedores dominavam” (DINIS, 1982, p. 187).

À porta das escolas e dos liceus e por aí, por toda a cidade, onde quer que encontrasse poiso, era certa e sabida a presença dos galegos dos barquinhos, com grandes latões pintados de vermelho, em cuja tampa rodava a roleta da sorte. [...] O barquilha, uma espécie de bolo de massa tostada, feito de farinha não fermentada, a que se adicionava açúcar e mel, era e é – ainda hoje – utilizado na venda de sorvetes. (idem, p. 212)

É possível também encontrar relatos da existência desses vendedores ao longo do século XX em diversas partes de Portugal, a partir das lembranças da infância que muitos habitantes do país compartilham espontaneamente na internet nos dias de hoje. Segundo esses relatos, era comum também que a prática se desse em praias. A informação é corroborada pela equipe do Museu do Brinquedo da Fundação Arbués Moreira, em Sintra, que mantém em sua coleção de brinquedos tipicamente portugueses algumas “caixas de barquinhos em folha”, datados da década de 1940 (Figura 12)<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> Imagem disponível no site do Museu do Brinquedo, no endereço [http://www.museu-do-brinquedo.pt/layout.asp?go=colecao&area=galeria&id\\_galeria=7&id\\_imagem=77](http://www.museu-do-brinquedo.pt/layout.asp?go=colecao&area=galeria&id_galeria=7&id_imagem=77). Acesso em 17/08/11, às 19:47.

Figura 12 – Caixa de barquinhos portuguesa, em folha litografada



**Fonte:** Acervo do Museu do Brinquedo de Sintra.

Nessa época, os barquinhos eram vendidos principalmente nas praias que se situavam em zonas de cassinos, como Lisboa e Figueira da Foz. O biscoito é descrito como “uma espécie de cone de gelado, mas com uma bolacha mais fina e mais saborosa”<sup>47</sup>. A justificativa da presença do objeto no Museu do Brinquedo é sua função lúdica, pois é também dotado da roleta ao topo. Algumas caixas, como são chamadas pelos portugueses, eram pintadas em outras cores, assim diferenciando-se um pouco das *barquilleras* predominantemente vermelhas encontradas na Espanha.

Podemos portanto perceber que um doce semelhante ao chegadinho é vendido há séculos em espaços públicos da Espanha e, pelo menos nos últimos cem anos, também em Portugal, por homens que o carregam em tambores cilíndricos, pendurados aos ombros por correias, até os pontos de venda. Uma pergunta, no entanto, fica em aberto: e o triângulo? Nessas primeiras explorações, não foi encontrada qualquer referência ao instrumento relacionando-o à venda de *barquillos* ou barquinhos. O único som que costuma aparecer na descrição dos acontecimentos é o das frases gritadas com as quais os vendedores os apregoavam.

<sup>47</sup> Descrição da imagem da nota anterior, fornecida por correspondência eletrônica pela equipe do Museu do Brinquedo em 19/08/2011.

#### 4.5 Baião de três

Idiofones são instrumentos de percussão “cuja produção sonora é feita pela vibração do próprio corpo, sem necessitar de tensão como as cordas ou as membranas” (FRUNGILLO, 2003, p.358). É o caso do triângulo, cuja característica sonora “é de som metálico, agudo e de longa duração”. Segundo Frungillo, durante a Idade Média era mais conhecido na Europa pelo nome latino de *tripos colebaeus*, aparecendo como *triangle* em uma partitura musical no ano de 1589. Percutido com uma pequena vareta metálica, o triângulo pode ser suspenso por um cordão, mas na música popular brasileira é muito comum que seja “segurado pela ‘mão’ do ‘instrumentista’ que realiza movimentos de dedos para ‘abafamentos’ rítmicos e percutidos internamente no lado maior (base) e num dos menores em movimentos verticais” (idem, *ibidem*). O instrumentista também é conhecido popularmente como tocador e o abafamento é o ato de diminuir ou cortar as vibrações do instrumento musical – que, no caso do triângulo, como tocado no Brasil, é feito com a mão.

O dicionarista considera que, na música brasileira, esse instrumento é “indispensável em conjuntos da região norte e nordeste” para tocar baiões. Quando esta pesquisa se iniciou, também fiz a associação entre o triângulo dos vendedores de chegadinho e o utilizado por tais grupos musicais. Suspeitava que a prática dos ambulantes podia ser de alguma forma influenciada pela referência a essa música, que contribuiu sobremaneira para a própria consolidação identitária regional, como veremos mais adiante. Tal suspeita era reforçada pelo fato de também haver identificado que em outras regiões do país o triângulo era substituído por outros instrumentos. O vendedor na praia de Capão da Canoa-RS, por exemplo, anuncia a casquinha com uma matraca, como se pode ver nas imagens da Figura 13, registradas em março e janeiro de 2011, respectivamente.

Figura 13 – Vendedor de chegadoinho no Ceará e vendedor de casquinha no Rio Grande do Sul



Fonte: Pesquisa própria.

Hoje uma das manifestações mais destacadas no âmbito da música brasileira<sup>48</sup>, o baião aponta para duas manifestações que em nossa cultura costumamos hoje tratar de forma separada: dança e música. Com base principalmente em registros de Silvio Romero no século XIX, e de Rodrigues de Carvalho e da Missão de Pesquisas Folclóricas do Departamento de Cultura do Estado da Paraíba nas primeiras décadas do século XX, a pesquisadora Oneyda Alvarenga apresenta o baião – ou baiano – como uma dança popular da Bahia para o norte, em primeiro lugar. Seus pares solistas sapateavam, batiam palmas e usavam castanholas, estalando os dedos na ausência destas.

Tanto Silvio Romero como Rodrigues de Carvalho dão o Baiano como a dança característica do samba, usando esta palavra no seu sentido genérico de baile popular em que se executam danças movimentadas. O segundo desses autores é o único, de meu conhecimento, que se detém um pouco mais para descrever o Baiano. Só ele esclarece que na dança a mulher mantém os braços ‘abertos em compostura de abraço, e os dedos castanholando’. A observação interessa, porque parece dar mais estreitamento ao Baiano, as mesmas atitudes do Lundu. Realmente, creio possível a suposição de que o Baiano seja mesmo um outro nome do Lundu. [...] De uma provável expressão *Lundu baiano*, denominadora pelo menos de um Lundu do século XIX, o povo fixou apenas a indicação regional. (ALVARENGA, 1960, p. 156)

<sup>48</sup> “São as grandes famílias reais musicais brasileiras: a do samba e a do baião.” Depoimento de Gilberto Gil, músico, compositor e ministro da Cultura do Brasil de 2003 a 2008, no documentário “O homem que engarrafava nuvens”, de Lírio Ferreira (2009). Trailer disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=IgxYcpwMhX8>. Acessado em 04 de junho de 2011.

Para a pesquisadora, a particularidade do baião em relação ao lundu em si – “este tão *provavelmente* afroamericano” (ANDRADE, M., 1962, p. 142) que Mario de Andrade localiza entre as primeiras expressões da música popular brasileira<sup>49</sup> (ANDRADE, M., 1965, p. 31) – estaria nos improvisos e nos desafios que cantadores faziam durante a dança. A viola aparece como principal instrumento acompanhador, “a que se juntam, segundo as informações de que disponho, pandeiro em Sergipe, botijão<sup>50</sup> na Paraíba e rabeca no Maranhão” (ALVARENGA, 1960, p.157).

Dança à parte, o baião ou rojão são também formas como era conhecido o trecho instrumental que servia de intervalo entre o desafio de um cantador e a resposta de outro. Para Câmara Cascudo, essa “breve introdução musical” (CASCUDO, 2001, p. 41) podia ser realizada com um toque de viola, de rabeca ou com ambos os instrumentos. Já Baptista Siqueira defende que a palavra viria de “bailão”, ou “baile grande” (SIQUEIRA, 1951 apud GUERRA PEIXE, 1955). O autor é citado por Guerra Peixe, compositor que trabalhou na sistematização das características melódicas, rítmicas e harmônicas do baião em meados do século XX.

Curiosamente, o triângulo não aparece no instrumental relacionado ao baião levantado por essas pesquisas, nem nas notas que Alvarenga preparou, entre 1944 e 1945, sobre os instrumentos citados em sua obra “Música popular brasileira”. Também não possui verbete no Dicionário de Folclore Brasileiro de Câmara Cascudo (2001), publicado pela primeira vez em 1954 e reeditado com frequência desde então. A partir de 1946, porém, o baião em uma forma estilizada seria lançado em plena época de ouro do rádio no Brasil, transformando-se imediatamente em sucesso nacional. Aí, o triângulo aparecerá.

Os principais responsáveis por essa estilização foram o pernambucano Luiz Gonzaga e o cearense Humberto Teixeira. O baião que a dupla apresentou era a porta de entrada para um conjunto de sonoridades de sua região, cujas características foram realçadas e retrabalhadas para cair no gosto dos ouvintes dos grandes centros urbanos brasileiros. Humberto Teixeira, em depoimento a Nirez<sup>51</sup>, afirmou que difundir a música do Nordeste se tratava mesmo de um projeto de Gonzaga, e que o baião teria sido a música escolhida “porque era a que tinha a

---

<sup>49</sup> “É só no fim do século XVIII, já nas vésperas da Independência, que um povo nacional vai se delineando musicalmente, e certas formas e constâncias brasileiras principiam se tradicionalizando na comunidade, com o lundú, a modinha, a sincopação.” In. “Evolução Social da Música no Brasil”, de 1939, publicado em Aspectos da música brasileira, volume XI das Obras completas de Mário de Andrade (ANDRADE, M., 1965, p. 31).

<sup>50</sup> Instrumento que consiste em um vaso de vidro ou cerâmica atritado por uma moeda ou por uma chave. (ALVARENGA, p. 306; FRUNGILLO, p. 46-47).

<sup>51</sup> Miguel Ângelo de Azevedo, jornalista e historiador fortalezense.

característica mais fácil, mais uniforme de se lançar” (DREYFUS, 2007, p. 122; SEVERIANO, 2008, p. 280).

Com a música gravada e a radiodifusão, a música popular vive uma transição entre um momento em que seu desenvolvimento é coletivo e outro em que passam a ser preponderantes a propriedade intelectual e a promoção individual de artistas, como estratégias utilizadas na manutenção do mercado fonográfico que ascendia. Dessa forma, aconteceu com os músicos do baião o que acontecera com os do samba algumas décadas antes: ao mesmo tempo em que se serviram de temas musicais que não tinham autoria fixa ou declarada, eles imprimiram marcas pessoais e recriaram tais expressões dialogando com esse novo contexto, cujo impacto foi marcante na sociedade brasileira no século XX.

Assim, foi possível que o baião se estabelecesse a partir do final dos anos 1940 com uma nova instrumentação, criada por Luiz Gonzaga – que levou a alcunha de Rei do Baião. Esse instrumental foi baseado no trio de sanfona, zabumba e triângulo. Da mesma forma como os primeiros intérpretes desse novo baião o apresentaram às massas cantando “Eu vou mostrar pra vocês como se dança o baião”<sup>52</sup>, esse formato de conjunto ou grupo musical, que se tornou característico dessa música (TAVARES, 2008, p. 28), foi firmado e reafirmado nas próprias letras das canções:

Ô baião  
Faz a gente lembrar, esquecer  
Ô baião  
Traz saudade gostosa de ter  
Um triângulo, uma sanfona, um zabumba  
Uma cabrocha  
Baionando um balanceio  
Quanto vale?  
Tesouro e meio<sup>53</sup>

Bem depois, Luiz Gonzaga explicaria o que o levou a reunir os instrumentos do famoso trio, da seguinte forma:

Eu vinha cantando sozinho, mas eu precisava de um ritmo. Porque a música nordestina precisava de *côro*. *Côro*, que eu digo, é couro de cachorro, couro de bode. Negócio para bater, como no Rio de Janeiro se usa couro de gato, né? Então, primeiramente, eu criei o zabumba baseado nas bandas de couro lá do sertão, aquelas que nós chamamos de *esquentamuié*. Mas a zabumba, só... eu fiquei assim,

<sup>52</sup> O gênero foi lançado em 1946, com a gravação da música “Baião”, de Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira, pelo conjunto Quatro Ases e Um Coringa.

<sup>53</sup> “Tesouro e meio”, baião de Luiz Gonzaga, gravado e lançado em 1956 (DREYFUS, 2007, p. 348; MORAES, 2009, p. 61).

com a asa quebrada. Eu precisava descobrir um instrumento bastante vibrante, agudo, pra brigar com a zabumba. Até que vi no Recife passar um menino vendendo cavaco chinês, com aquele tubo nas costas, tocando o *tinguilim*, como eles chamavam – o *tinguilim*. Aí ele fazia aquilo com certa cadência, né? E pronto! Achei o marido da zabumba. Olha que casamento!<sup>54</sup>

A história reaparece em depoimento de Gonzaga à sua biógrafa Dominique Dreyfus, no qual ele expressa sua preferência pelo som agudo do triângulo, em detrimento daquele produzido pelo pífano<sup>55</sup>, em função da força da projeção sonora do idiofone:

Só depois é que eu precisei de uma banda. Foi quando me lembrei das bandas de pife que tocavam nas igrejas, na novena lá do Araripe e que tinham zabumba e às vezes também um triângulo. Quando não havia um triângulo pra fazer o agudo, o pessoal tanto podia bater num ferrinho qualquer. Primeiro, eu botei zabumba me acompanhando. Mais tarde, numa feira no Recife, eu vi um menino que vendia biscoitinho, e o pregão dele era tocando triângulo. Eu gostei [...]. Havia os pífanos, que têm o som agudo, mas eu não quis utilizá-los porque a sanfona, com aquele sonzão dela, ia cobrir os pífanos todinhos. (DREYFUS, 2007, p. 152)

Estes dois depoimentos ajudam a esclarecer melhor algumas questões. A primeira delas é que o triângulo do vendedor de cavaco chinês parece ter exercido papel especial em uma espécie de desfecho de um longo processo criativo protagonizado por Luiz Gonzaga, não explicando totalmente a adesão da sonoridade desse instrumento como característica da música nordestina. Esse som já fazia parte do repertório dos habitantes na região, estando “na novena lá do Araripe”. É importante lembrar que, em Portugal, a presença dos ferrinhos – como o triângulo é comumente chamado por lá – não passa despercebida na música popular. Ainda na primeira metade do século XX, o instrumento marcava o ritmo das polcas marchas nos bailes de roda de Algarve, estava em cena nos fandangos de Beira Alta e nas estúrdias e nas rondas das vareiras do Minho (LEÇA, s/d). Nos registros do compositor, folclorista e etnomusicólogo português Armando Leça (idem, ibidem), eles também aparecem nos acompanhamentos musicais dos folguedos populares, especialmente fogueiras de junho, autos natalinos e reisados, ligados a festividades do calendário cristão e trazidos pelos colonizadores portugueses ao Brasil. São ainda hoje muito expressivos na cultura dos estados da região Nordeste e em especial no Cariri, que culturalmente transborda as divisas do Ceará e engloba o lugar onde nasceu e cresceu Luiz Gonzaga, no interior de Pernambuco.

<sup>54</sup> “Luiz Gonzaga - Arquivo Trama/Radiola 03/11/08”, vídeo disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=7G5sK7kNr4U>. Acessado em 16 de abril de 2011, às 11:44.

<sup>55</sup> “Instrumento de sopro feito de madeira, taquara ou bambu. É um tipo de flautim, com furos ao longo do comprimento, também denominado pífaro ou pife. [...] A banda de pífanos [é] conhecida também como esquentamulher.” (CASCUDO, 2001, p. 515)

Curiosamente, um dos folguedos em que se observa um destaque bastante diferenciado dado ao triângulo é a Folia do Divino, manifestação relevante em várias outras partes do território brasileiro. Esta festa está relacionada à devoção ao Espírito Santo e culmina no dia de Pentecostes, no primeiro semestre do ano. Assim como nas Folias de Reis ou Reisados, que tomam a visita dos reis magos ao menino Jesus e estão mais ligados ao ciclo natalino, nas Folias do Divino também são empreendidas peregrinações pelas vizinhanças e é dada importância a uma série de medidas em que as folias – ou seja, os grupos ambulantes – podem chegar às portas das casas, pedir licença para entrar, realizar louvações, receber doações e se retirar, em despedida, para seguir em direção às outras casas.

As Folias do Divino costumam ser compostas por um grupo de tocadores que saem cantando em procissão para anunciar a festa e receber contribuições. Em alguns lugares, como o interior paulista, por exemplo, é liderado por um mestre e os demais levam nomes conforme o timbre de sua voz nas cantorias, nomes estes provavelmente reformados pelo uso popular. Assim, o contrato de algumas folias viria a ser o tocador cuja voz apresentaria um registro semelhante ao de contralto. O tipo parece ser uma corruptela de tiple, uma palavra cuja etimologia aponta para uma possível origem espanhola e que significaria “a mais aguda das vozes”<sup>56</sup>. Segundo registros dos anos 1960, muitas vezes o lugar de tiple nas folias do estado cabia a crianças e, não raro, eram elas quem tocavam os triângulos. A fotografia de um menino documentada pela Comissão Paulista de Folclore e publicada no jornal A Gazeta, em 1959, trazia a seguinte legenda: “Este menino integrava a folia do Divino de Tietê, a tocar triângulo e a realizar, na cantoria, o que se denomina ‘voz tiple’ – ‘tiple’, na linguagem dos foliões – isto é, aquela que dá os sons mais agudos”<sup>57</sup>.

Esses detalhes se tornam interessantes também ao percebermos o uso desse instrumento por praticantes de caminhadas que, com a ajuda da música, procuram envolver os habitantes do lugar, encerrados em suas casas, e engajá-los na atividade que anunciam – neste caso, uma festa de cunho religioso e popular. Esse tipo de abordagem, que não é tão diferente do que fazem os próprios vendedores de chegadoinho, também se faz presente nos reisados nordestinos. E estes se servem do triângulo, embora durante a pesquisa não tenham sido encontradas referências ao lugar atribuído àquele que toca o instrumento nos grupos de

---

<sup>56</sup> Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, da biblioteca digital do Universo Online (UOL). Disponível em <http://houaiss.uol.com.br>. Acesso em 22/08/2011, às 09:16.

<sup>57</sup> Este e outros registros semelhantes foram encontrados nos acervos digitais do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular - CNFCP, ligado ao Ministério da Cultura (MinC) do Brasil.

tocadores e cantadores da região, com o nível de especificidade presente nos relatos sobre as Folias do Divino no estado de São Paulo.

Numa rápida passagem de seu *Ensaio sobre a música brasileira* (1962), publicado originalmente em 1928, Mario de Andrade escreve que “a sanfona que está influenciando bem na melódica da zona mineira, é acompanhada por triângulo nos fuas [sic] de Pernambuco” (ANDRADE, M., 1962, p. 55). Não há, no entanto, referência a quais manifestações ou expressões culturais esses instrumentos estavam atrelados. Além disso, fuá é apenas uma festa bagunçada, uma divertida confusão, o que nos deixa aí carentes de detalhes. A esta altura da pesquisa, acredito que a representatividade maior do som do triângulo no cotidiano dos habitantes do lugar, no contexto anterior ao baião estilizado, ainda se deva ao seu uso nos folguedos populares.

Na tentativa de compreender em que contexto esse som é amalgamado a práticas do lugar, os depoimentos de Luiz Gonzaga também ajudam a esclarecer melhor outra questão: fica enfraquecida a ideia de que os vendedores de cavaco chinês, e por conseguinte os de chegadinho, tocam triângulo por influência do uso do instrumento no baião. Parece ser mais provável que o triângulo associado à prática da venda desse doce seja anterior à incorporação do idiofone ao instrumental que se consolidou nos conjuntos musicais especializados nesse gênero fonográfico, de meados do século XX em diante – o que não implica dizer que o baião que foi ao rádio deixou de influenciar a prática dos vendedores de chegadinho, por exemplo, nos dias de hoje, como veremos adiante.

A isso se soma outra informação que surgiu no decorrer da investigação, que é a grande semelhança entre os vendedores de chegadinho e os *vendedores de obleas y barquillos* que estão em atividade em cidades mexicanas, como Querétaro<sup>58</sup> e Puebla (Figura 14). Assim como em Fortaleza, lá os tambores não levam as cores com as quais aparecem pintados na Espanha e em Portugal, ficando a folha de flandres em seu aspecto original. Além disso, finalmente encontramos o triângulo nas mãos de outros ambulantes anunciando esses biscoitos pelas ruas, só que *por las calles de México*.

---

<sup>58</sup> “Dulce recuerdo”, de Edgardo López Mañón. Texto disponível em <http://lascronicasdelviejo.blogspot.com/2008/02/dulce-recuerdo.html>. Acesso em 03/04/11, às 20:44.

Figura 14 – Vendedor de *chegadinho* em Fortaleza e vendedor de *barquillos* em Puebla, no México



**Fonte:** Acervos pessoais de Thaís Amorim Aragão e Alicia Moya-Sanchez, respectivamente.

É fascinante lembrar que esta pesquisa se iniciou com a assunção preliminar de que o som da passagem do vendedor de *chegadinho* pelas ruas é uma marca do entorno sonoro da cidade de Fortaleza. Isto não deixou de ser. O que aconteceu foi que começam a surgir informações que agora fazem ser possível relacionar esta prática com a de outros contextos urbanos, não só no Brasil como na América Latina. A partir daí podemos imaginar e talvez nos lançar a novas descobertas sobre a vida em nossas metrópoles. Nesse caminho, quaisquer que sejam as perguntas e suas possíveis respostas, elas certamente não precisarão ser buscadas apenas nos registros de outrora, mas também naquilo que se opera num presente vibrante em nossas ruas.

## 5 NA BATIDA DO TRIÂNGULO

Fortaleza, entre os últimos meses de 2010 e meados de 2011: foi este o momento em que busquei encontrar os vendedores de chegadinho que percorrem as ruas da cidade e, a partir de seus relatos, conhecer melhor a sua prática. Aqui a passagem do vendedor de chegadinho será ressaltada como evento sonoro, que revela algo sobre a cidade mas que possui suas próprias particularidades em função do som que é seu componente.

Muitas vezes, a pesquisa se utilizou de recursos metodológicos já consolidados na literatura científica, como entrevistas, uma certa dose de etnografia e observação participante. Como previu Becker (1999), algumas situações foram enfrentadas produzindo-se soluções específicas para elas, no curso do trabalho. Também foram realizados mapas, cujo caráter é secundário em relação à fala dos próprios ambulantes ou o engajamento dos ouvintes-informantes, como veremos a seguir. Como alerta Certeau (2009), o traçado dos percursos não pode substituir a prática, sob pena de que esta seja desconsiderada.

### 5.1 Mobilizando ouvintes-informantes

Ambulante, segundo o dicionário Houaiss, é aquele que se locomove, que anda ou migra, que não possui lugar fixo, que está sempre se transportando de um lugar a outro. Esta palavra pode até mesmo substituir o nome pelo qual se conhece certos comerciantes, aqueles que, a fim de exercerem sua atividade, não se fixam em apenas um lugar. A tal categoria pertencem os vendedores de chegadinho, cuja natureza torna difícil localizá-los. Não estão organizados em qualquer tipo de associação formal nem aparecem nas pesquisas sobre vendedores ambulantes realizadas pelo poder público municipal<sup>59</sup>. São uma espécie de personagem anônimo da cidade: é bastante comum encontrar habitantes de Fortaleza que saibam da existência deles, porém não se mostrou tão simples conseguir dessas mesmas pessoas informações precisas de onde e quando os vendedores de chegadinho foram ouvidos ou vistos.

Iniciei a exploração na mesma residência onde, dois anos antes, havia feito registros em vídeo da passagem de um vendedor de chegadinho, os mesmos que deram início a esta

---

<sup>59</sup> A Prefeitura Municipal de Fortaleza, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE), disponibilizou as pesquisas “Gênese e desenvolvimento das atividades dos ambulantes e feirantes da cidade de Fortaleza (Versão Preliminar)”, de novembro de 2008; a “Síntese do Perfil dos Ambulantes do Centro de Fortaleza”, a “Síntese do Perfil dos Vendedores Ambulantes Itinerantes da Praia do Futuro” e a “Síntese do Perfil dos Vendedores Ambulantes Itinerantes da Avenida Beira-Mar”, realizadas a partir de 2005.

pesquisa. Naquele primeiro momento, “deparei-me com uma profunda regularidade nos trajetos e nos horários do trabalhador, o que nunca antes pude observar, a partir de uma escuta periférica e desinteressada do som dos triângulos” que anunciam o chegadinho (ARAGÃO, Thaís, 2009). No período, o principal vendedor presenciado passou sempre naquele mesmo trecho de rua entre 14:44 e 15:19, todos os dias com exceção das segundas-feiras, repetindo percurso e performance ao instrumento.

De volta a Fortaleza em outubro de 2010, para um período de duas semanas de pesquisa de campo, me estabeleci na mesma residência a partir de onde foi observado o ambulante do vídeo. Na tarde do primeiro dia, um sábado, apenas pude torcer para que passasse pela rua o mesmo homem daquela época, a tocar seu triângulo. Para minha frustração, passou das 16 horas e isso não aconteceu. Nem iria acontecer, fosse naquele ou nos dias que se seguiram. Aquela rota, aparentemente tão estável considerando-se duas semanas inteiras de registros audiovisuais, foi alterada em algum momento nos dois anos e quatro meses que separavam as duas situações de observação, e não foi possível encontrar pistas do vendedor nem mesmo na segunda ida a Fortaleza, quatro meses depois, quando realizei uma segunda e última inserção a campo antes de concluir o trabalho.

Como havia desaparecido o ambulante que fazia o único fragmento de percurso conhecido por mim, e como não havia chegado a quase nenhum dado objetivo sobre a identidade e o paradeiro de outras pessoas do grupo aparentemente restrito do qual ele fazia parte, naquele momento pude sentir que encontrar vendedores de chegadinho no espaço urbano podia ser comparável a achar agulhas em um palheiro. Foi algo nesse sentido que comentei com pessoas de meu círculo social que tive a oportunidade de reencontrar, logo no fim do meu primeiro dia de estada em Fortaleza. Para minha surpresa, apenas meia hora depois de um desses encontros, recebi a ligação de um amigo que, coincidentemente, havia se deparado com um vendedor imediatamente depois que nos despedimos, pondo-me em contato com o ambulante pelo telefone móvel.

Algo semelhante voltou a acontecer no dia seguinte, com outro conhecido meu dando conta da presença de mais um comerciante em trânsito pela cidade – e abordando-o, a fim de fazer com que eu pudesse entrar em contato com mais um “homem do chegadinho”. A partir desses contatos, pude adentrar a esfera do cotidiano dos vendedores. Um deles, inclusive, se tornou um de minhas principais fontes, concedendo entrevistas em profundidade e me deixando acompanhá-lo para traçar suas rotas.

Uma boa combinação de informação circulando e acaso havia resultado na intermediação, por terceiros, de contatos com vendedores, em um momento em que me

encontrava fisicamente limitada a um só lugar, à espera de um acontecimento incerto – e sem tempo a perder. Tomando essa experiência como estímulo, resolvi empreender uma busca adicional, em paralelo, acionando uma rede de pessoas com as quais havia trabalhado ou estudado em Fortaleza. Seria como se essas pessoas, uma vez a par da pesquisa, pudessem servir como ouvidos extras, multiplicando pontos de escuta pela cidade. O perfil do grupo, é importante frisar, não difere muito do meu próprio: na sua maioria são jornalistas, produtores e gestores culturais, artistas, designers, publicitários, professores e estudantes universitários.

Selecionei 84 contatos e a eles enviei uma mensagem, via correio eletrônico, apresentando-lhes as linhas gerais da pesquisa e lhes pedindo que, se possível, anotassem a hora e o local em que presenciassem a passagem de um vendedor de chegadoinho, remetendo-me as informações para que elas pudessem compor a base de dados da pesquisa. Após três semanas, apenas sete pessoas deram retorno a este e-mail. Três foram imediatos, chegando 3, 10 e 17 minutos após meu envio. Os dois primeiros continham informações sobre a presença de vendedores em determinados locais da cidade, embora não apresentasse a precisão solicitada. O mais rápido deles dizia: “Sempre vejo vendedores de chegadoinho, aos domingos pela manhã, na barraca Itapariká, na Praia do Futuro. Por volta das 10hs. Já vi umas 3 vezes. Mais tarde respondo com calma teu email.” Não houve mais resposta. Mas é interessante perceber que foi possível um retorno, qualquer que fosse, nesse momento em que, segundo o próprio remetente, não houve muita calma.

Havia uma certa urgência nessas primeiras respostas. Os remetentes informavam o que sabiam naquela hora e se mostravam dispostos a participar. O segundo respondente, por exemplo, falou da existência de um rapaz que costumava passar à noite na avenida João Pessoa, em frente ao clube de futebol Ceará Sporting e à Faculdade Cearense, caminhando no sentido do bairro da Parangaba. “Eu o vejo em outros lugares, no (bairro) Benfica, como que viesse do (bairro) Otávio Bonfim. Inicialmente é isso. Ficarei atento.” Neste caso, de fato, foi apenas o início da participação desse colaborador. Um mês depois, ele enviou a localização exata da passagem de um vendedor de chegadoinho no Benfica. Até o final da pesquisa, no entanto, não falou mais do vendedor da avenida João Pessoa.

O terceiro e-mail recebido não trazia informações sobre a localização dos vendedores em curso. Sua remetente manifestava ter apreciado o projeto, contou algumas lembranças da infância sobre o chegadoinho e terminou escrevendo “vou ficar ligada”. Dois dias depois chegou um quarto retorno, em que seu autor também manifestava disposição a colaborar: “Ficarei de olho nos chegadoinhos!” Declaração curiosa, se pensarmos que o primeiro contato com os vendedores geralmente não é visual.

Percebe-se que as pessoas que enviaram e-mail prontamente se mostraram sensibilizadas. Foi expresso um certo comprometimento de que deixariam seus sentidos disponíveis para a tarefa, e eu esperava que a mensagem pudesse ter sensibilizado outros dos meus contatos, que se mantiveram silentes.

Enfim e aos poucos, respostas que atendessem plenamente o pedido foram surgindo, com um intervalo relativamente fixo entre elas. Chegaram 5, 11 e 15 dias depois do envio de minha mensagem, trazendo dados bastante precisos – a primeira das três incluía também relatos sobre a experiência pessoal do remetente com o som do chegadoinho, que também me parecem importantes para o entendimento do fenômeno, mas que não serão abordados em profundidade neste trabalho. Nos deteremos agora na criação e consolidação de uma rede do que chamarei de ouvintes-informantes, mobilizados fundamentalmente com a ajuda da Internet.

Quase um mês depois do envio do e-mail, quando havia sido concluído o primeiro período de pesquisa de campo e eu já me encontrava de volta a Porto Alegre, perguntava-me por que motivo teria sido tão baixa a adesão dos colegas ao estudo: apenas 8% dos contatos iniciais haviam respondido a mensagem. Os que enviaram dados imprecisos foram os que responderam mais rápido, enquanto os que enviaram dados mais apurados foram os últimos a responder. Analisei com mais cuidado as mensagens desses últimos. A primeira chegou em cinco dias. A autora da segunda levou onze dias para ouvir passar algum vendedor. O terceiro informante o fez quinze dias após receber minha mensagem. Estes interlocutores consideraram o pedido e se mantiveram predispostos a identificar o som do triângulo, tendo sua atenção despertada à passagem dos ambulantes e dispensando tempo para registrar e repassar as informações. Mas será que esses três colaboradores teriam enviado mensagens caso não tivessem se deparado com um vendedor de chegadoinho? Essa era uma das dúvidas que pairavam no ar, enquanto seguia aguardando respostas da rede de selecionados.

Como as poucas pessoas que reportaram os eventos tais como lhes foi solicitado não enviaram mensagem alguma antes de finalmente ouvirem um ambulante, era possível que mais pessoas entre os selecionados pudessem estar sensíveis a percebê-los e a tomar notas, mas que não o tivessem feito por diversas razões. Como, por exemplo, não ter ouvido qualquer vendedor desde que receberam minha mensagem. Esta, sem dúvida, seria uma informação relevante para o estudo e talvez pudesse ser buscada de alguma forma.

Seguindo esse raciocínio, e seguindo também recomendações de Becker (1999) sobre pressupostos ocultos quando encontramos resultados negativos ao testar hipóteses, foram elencadas uma série de explicações plausíveis para a ausência de retorno por parte dos meus

contatos. Enviei nova mensagem para aqueles que não responderam ao primeiro e-mail, com um pequeno questionário no qual se encontravam organizadas essas possibilidades. Desta vez, não remeti um só e-mail para todos ao mesmo tempo, preferindo fazer o contato individualmente. Como resultado, 46 das 77 pessoas que não haviam respondido ao primeiro e-mail deram retorno nesse segundo momento: a participação passou de 8% para 63%. E a resposta também foi rápida, com 39 retornando no mesmo dia ou no dia seguinte ao envio do e-mail.

Desse total, 27 pessoas, ou 59% do universo de respondentes da segunda mensagem, declararam não ter ouvido o vendedor. A maior parte estava em Fortaleza (39%). Outra parcela se ausentou em algum momento (11%) e há também os que não estavam na cidade no período entre a primeira e a segunda mensagem (7%). Seis pessoas, ou 13% desses informantes, declararam ter ouvido o vendedor: cinco não anotaram os dados e uma os repassou, em resposta à segunda mensagem. Onze destinatários não receberam o primeiro e-mail, ou não tiveram tempo ou tiveram algum tipo de problema com o computador ou com a conexão à Internet que os impediu de lê-lo no período, o que significa que 26% não chegaram propriamente a se envolver com a pesquisa. Uma pessoa não sabia o que era um vendedor de *chegadinho*. Não nascida em Fortaleza, ela se mudou para a cidade em idade já adulta.

Um outro expediente também baseado na Internet, utilizado para estabelecer uma rede de ouvintes-informantes, foi o Twitter – uma “rede social e servidor [...] que permite aos usuários que enviem e leiam atualizações pessoais de outros contatos” (SANTOS, L.A., 2010, p. 65), em textos curtos, de até 140 caracteres, seja através da própria Internet, mensagens de celular ou ainda por programas específicos em dispositivos portáteis. O Twitter se configura como um espaço comunicacional onde os sujeitos podem produzir e compartilhar textos (escritos, imagens sonoras e/ou visuais), podem escolher acompanhar textos de outros participantes, além de citar conteúdos de terceiros e travar conversações entre si. Dessa forma, em torno de cada usuário é criada uma rede particular, com dinâmicas e características próprias.

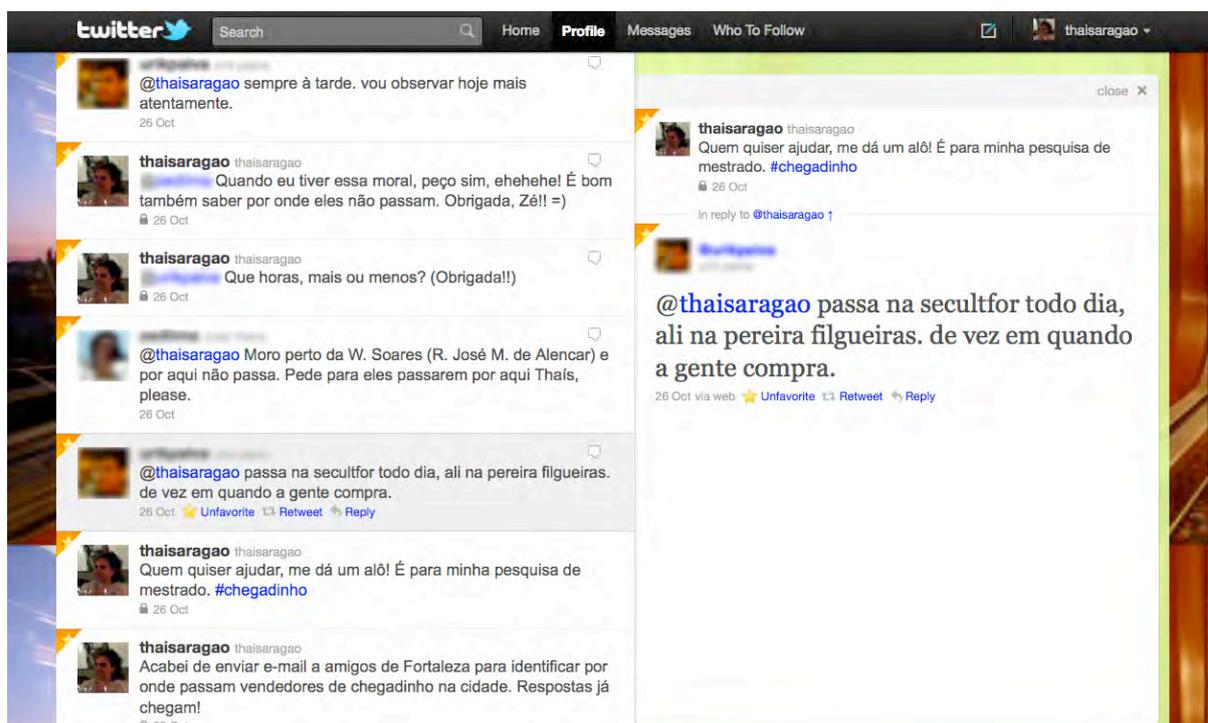
Quando iniciei essa fase da pesquisa, mantinha uma rede da qual faziam parte muitos residentes de Fortaleza. Cerca de 660 usuários do serviço acompanhavam minhas atualizações, e eu esperava que alguns desses *followers* (para usar a terminologia da comunidade) estivessem na capital cearense e pudessem me informar, caso ouvissem algum vendedor de *chegadinho* passando pelo mesmo ambiente em que se encontravam. Assim como a articulação da rede que me trouxe o contato com os primeiros vendedores de *chegadinho*, essa possibilidade se apresentou inadvertidamente quando, no primeiro dia dos

trabalhos em campo, compartilhei pelo Twitter que estava esperando o vendedor de chegadoinho passar pela rua. Apenas algumas horas mais tarde, um professor de música que leu a mensagem me contou que um daqueles ambulantes havia passado em frente à sua casa naquele dia, especificando inclusive o horário.

Dada a dificuldade de ter uma ideia de quantos vendedores perambulavam na cidade e por onde, enquanto me dedicava à exploração de outras fontes de pesquisa – como os arquivos de jornais locais e as pesquisas sobre comércio ambulante realizadas pela prefeitura – e à lenta construção de uma interlocução com os ambulantes já identificados, comecei a explorar também o uso do Twitter como ferramenta para chegar a informações adicionais sobre a disposição do fenômeno no território da cidade.

Quando enviei a primeira mensagem por correio eletrônico ao grupo de 84 contatos, comentei pelo Twitter: “Acabei de enviar e-mail a amigos de Fortaleza para identificar por onde passam vendedores de chegadoinho na cidade. Respostas já chegam!” . Em seguida, complementei com a mensagem: “Quem quiser ajudar, me dá um alô! É para minha pesquisa de mestrado”. Quase imediatamente, usuários começaram a responder, contando sobre ambulantes que circulavam por algumas partes da cidade. Mas, assim como os retornos via e-mail, as primeiras informações que chegavam pelo Twitter não davam indicativos fortes de tempo e também mencionavam a aparição de vendedores em áreas amplas, como avenidas e bairros. De qualquer forma, e bem semelhante à experiência com os e-mails, alguns disseram que passariam a observar mais atentamente seu entorno a fim de contribuir na pesquisa, como mostra a Figura 15.

Figura 15 – Conversações pela internet



Fonte: Twitter.

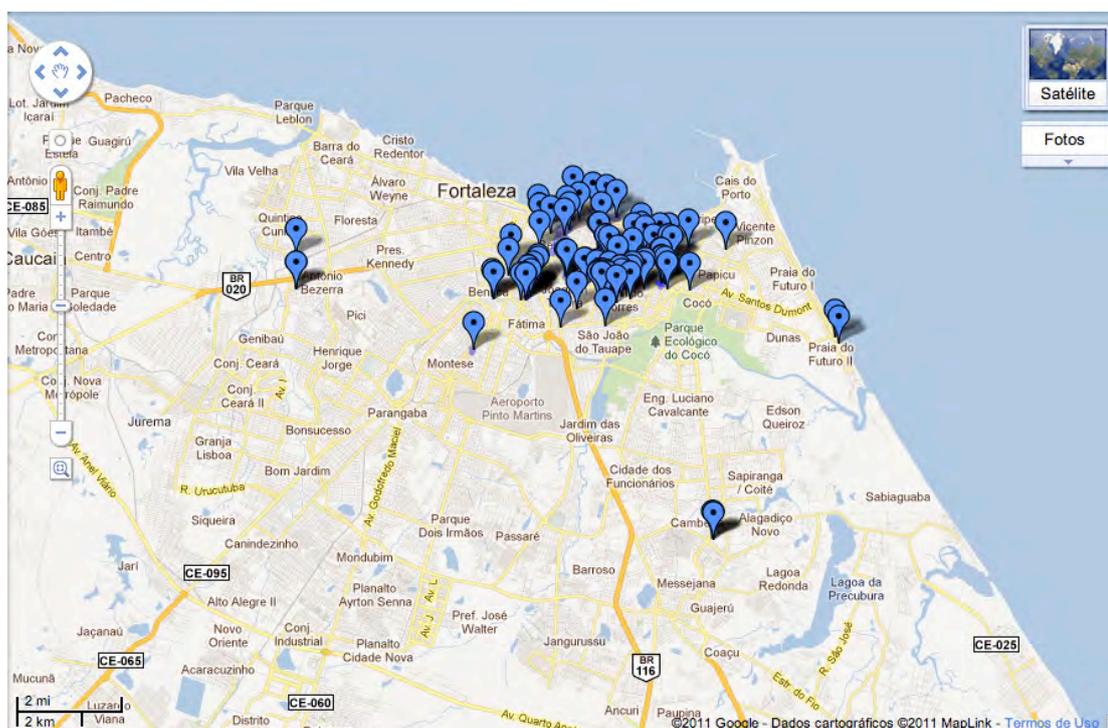
Esses primeiros contatos aconteceram no período da manhã, logo depois de minhas postagens. Os espaços mencionados – Centro, Joaquim Távora, José Bonifácio e Aldeota – são bairros contíguos.

Já no início daquela tarde, chegou a primeira informação precisa: “menina, acabou de passar! rua jaimé benévolo esquina com padre miguelino, às 13h35”. Às 15:09, mais uma colaboração de outra usuária do serviço de rede social: “Desembargador com Pe. Valdevino, passando um *now!*” Os eventos ocorreram respectivamente nos bairros do José Bonifácio e Aldeota, confirmando a informação que alguns contatos passaram mais cedo, de que havia atividade dos ambulantes nessas áreas. Recebendo as mensagens segundos depois dos acontecimentos, foi possível fazer perguntas aos ouvintes no momento ou poucos instantes depois, recuperando informações que, de outra forma, talvez fossem perdidas ou ficassem difusas na lembrança dos informantes – como a direção para a qual se movimentavam os vendedores.

Logo no primeiro dia, a partir da colaboração de informantes mobilizados pela Internet, já foi possível adicionar pontos em um mapa (Figura 16), criado no serviço GoogleMaps, a fim de que os colaboradores pudessem visualizar o trabalho que ajudavam a desenvolver, ao mesmo tempo em que eu ia organizando a visualização das informações

reunidas. Ao término da pesquisa, os eventos se concentraram principalmente ao redor da área central da cidade, com poucas ocorrências mais periféricas em relação a essa região – nos bairros de Antônio Bezerra e Quintino Cunha, na Praia do Futuro e em Messejana.

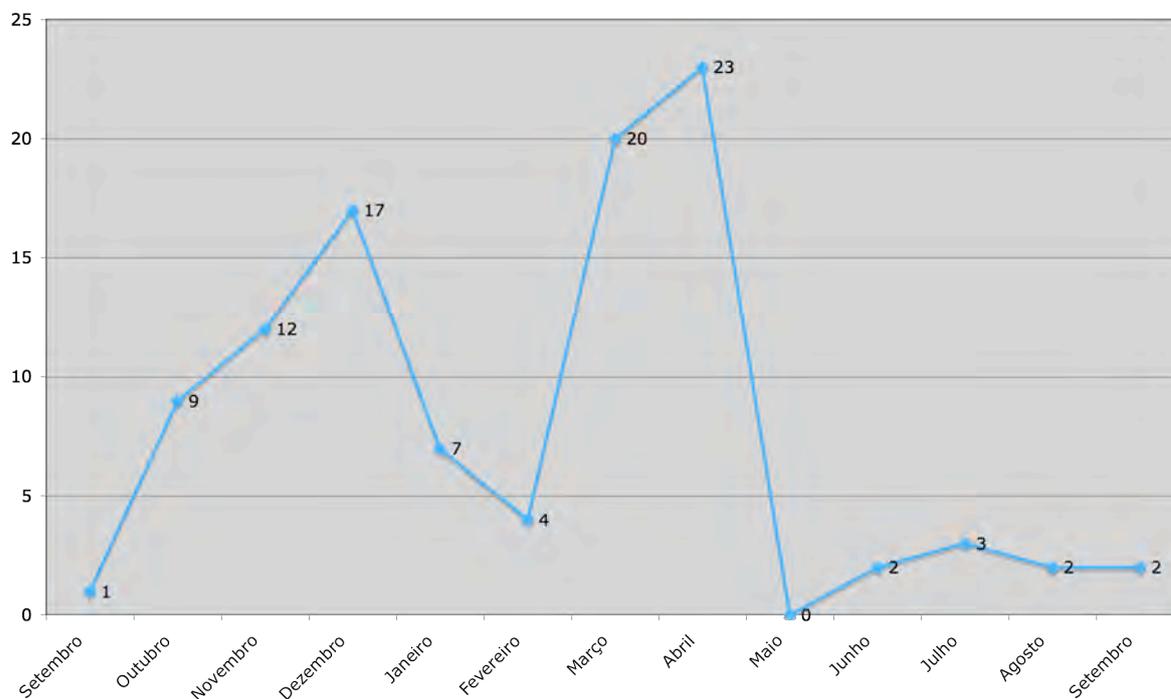
Figura 16 – Mapa de pontos de escuta



**Fonte:** Colaboradores da pesquisa.

Ao todo, foram 101 colaborações entre outubro de 2010 e setembro de 2011 (Gráfico 1). Ainda está contida, nesse conjunto, uma colaboração que chegou no mês anterior ao início do período, antes mesmo que essa forma de coletar dados se consolidasse ao longo da investigação. Os meses em que mais foram reportadas passagens de vendedores de chegadoinho pelos ouvintes-informantes foram aqueles que coincidiram com meu próprio trabalho de campo junto aos ambulantes, ou se avizinharam a esses momentos. Nessas ocasiões eu costumava fazer comentários sobre o andamento da pesquisa no ambiente do Twitter, que se tornou meu principal meio de interlocução com os ouvintes-informantes. Estes parecem ter sido estimulados pela narração que eu fazia do desenrolar do trabalho enquanto buscava os vendedores, pois a frequência da participação caiu muito quando passei a contar que me preparava para analisar dados e para escrever. Em maio, ao relatar que estava me mudando e arrumando a nova casa, não recebi qualquer colaboração. A partir daí, os dados voltaram a ser recebidos, em pequena quantidade, mas com níveis bem constantes.

Gráfico 1 – Número de colaborações por mês



**Fonte:** Pesquisa própria.

Além desses dados transformados em pontos no mapa de escuta, alguns ouvintes-informantes mobilizados também enviaram fotografias digitais, algumas tiradas em câmeras de telefones celulares. Apenas uma delas foi feita por sugestão minha, sendo as demais realizadas e enviadas espontaneamente. Eis as imagens dos vendedores de chegadoinho feitas e remetidas pelos informantes, organizadas cronologicamente (Figura 17)<sup>60</sup>, e como os eventos registrados se distribuem no mapa da cidade (Figura 18).

<sup>60</sup> A seta vermelha na última das fotografias foi adicionada à imagem pela própria autora da foto.

Figura 17 – Fotografias registradas por ouvintes-informantes



1



2



3



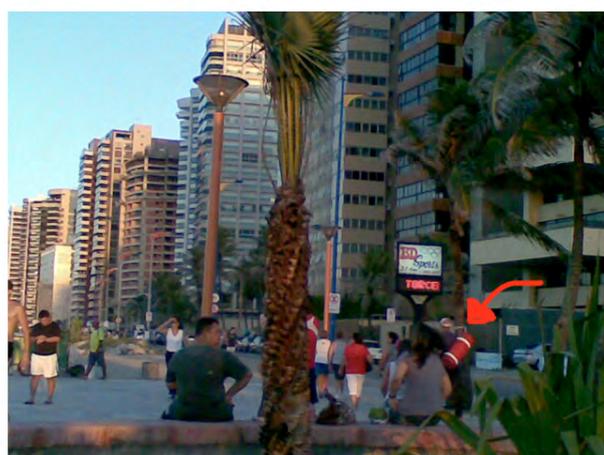
4



5



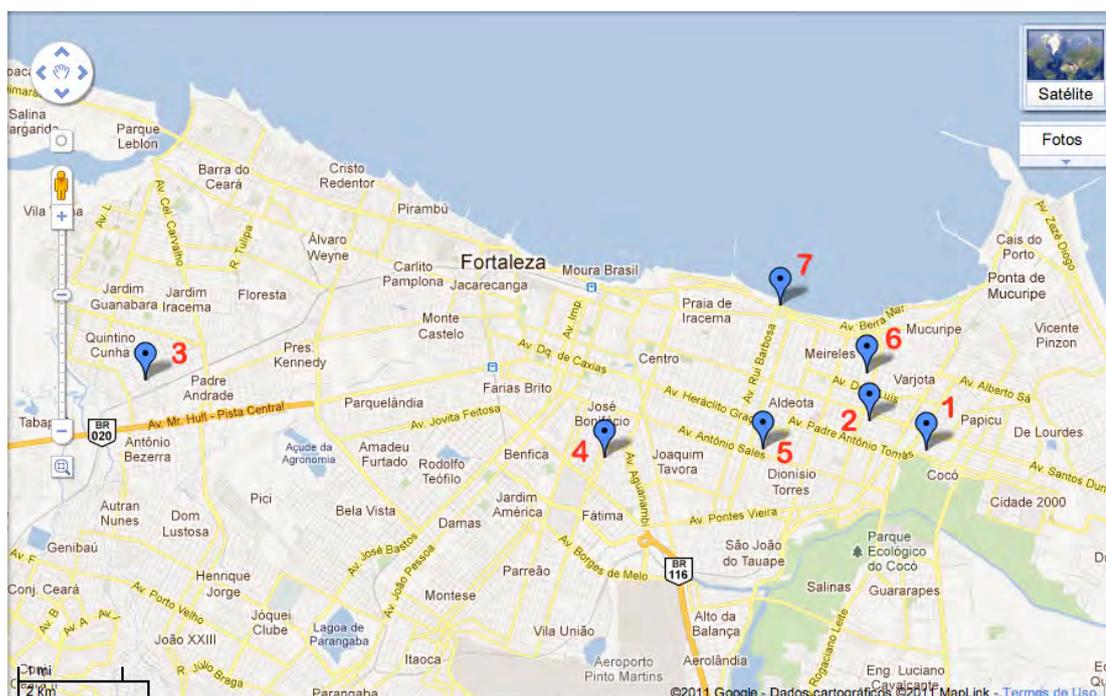
6



7

Fonte: Colaboradores da pesquisa.

Figura 18 – Localização dos eventos registrados nas fotografias, cronologicamente



1. Dia 05 de setembro de 2010, domingo, às 16:30. Rua Valdetário Mota, à altura do número 1595, bairro Cocó.
2. Dia 25 de outubro de 2010, segunda-feira, às 18:05 Rua Desembargador Leite Albuquerque, à altura do número 1170, bairro Aldeota.
3. Dia 16 de janeiro de 2011, domingo, às 18:02 Rua Deputado Matoso Filho, quase esquina com Av. Emília Gonçalves, bairro Quintino Cunha.
4. Dia 22 de março de 2011, terça-feira, às 15:27. Rua Jaime Benévolo, esquina com Padre Miguelino, bairro de Fátima.
5. Dia 08 de abril de 2011, sexta-feira, às 16:30. Rua Dom Expedito Lopes com Rua José Vilar, bairro Dionísio Torres.
6. Dia 01 de junho de 2011, terça-feira, às 19:33. Rua República do Líbano com Rua Cel. Linhares, bairro Varjota.
7. Dia 11 de junho de 2011, sábado, às 17:10. Rua João Cordeiro com Av. Hist. Raimundo Girão, bairro Praia de Iracema.

**Fonte:** Colaboradores da pesquisa.

É preciso lembrar que a rede mobilizada foi formada principalmente por pessoas do meu convívio ou próximas a ele. Lidei com familiares, amigos, antigos colegas de trabalho e de estudos, pessoas que acompanham voluntariamente meus comentários no Twitter, que dividem comigo interesses e afinidades em diferentes níveis. Por isso, foi tomado o cuidado de solicitar a esses ouvintes-informantes dados bastante objetivos: onde e quando presenciaram a passagem de ambulantes.

Os mapas construídos advêm da sobreposição de pelo menos quatro outros mapas possíveis: o de circulação dos vendedores de chegadoinho, o de habitantes capazes de perceber a passagem deles, o de pessoas conectadas à internet e o da minha própria rede de contatos mobilizada – e, ainda assim, quando esta teve a oportunidade de se deparar com o evento e as

condições necessárias para repassar os dados solicitados. Apenas a partir de acontecimentos simultâneos nesses vários níveis é que foi possível que os pontos emergissem em um quinto mapa, que é o que está sendo apresentado aqui. Assim, é importante lembrar que não se trata de um mapa geral dos pontos de escuta da passagem dos vendedores de chegadoinho em Fortaleza, e sim a visualização das informações cuja obtenção foi possível, da forma descrita e no período mencionado. Junto a outros subsídios, sua função é auxiliar na análise desse fenômeno, sobre o qual quase não havia se produzido dados antes dessa pesquisa.

A utilização de ferramentas disponíveis na Internet foi motivada pela necessidade de ampliar e diversificar as fontes de informações e pela oportunidade revelada no desenvolvimento dos trabalhos, resultando no surgimento de informações a partir de conversas estabelecidas principalmente por correio eletrônico e por serviço de redes sociais. Essa exploração se mostrou especialmente interessante nesse momento da pesquisa de campo, em que, considerando o modelo proposto por Becker (1999), os problemas, conceitos e índices selecionados e definidos são provisórios e os dados são utilizados para especular sobre possibilidades. Para esta pesquisa, na qual foi preciso trabalhar com uma relativa escassez de informações sobre o objeto em estudo, a captação de dados com abordagem feita pela Internet possibilitou subverter um pouco as convencionais limitações espaço-temporais durante a investigação, chegando a resultados que ajudaram a orientar os passos seguintes.

## **5.2 Tendo com os vendedores**

Enquanto as colaborações se integravam ao mapa de pontos de escuta, busquei explorar oportunidades de estabelecer contato direto com vendedores de chegadoinho. As primeiras delas, como já exposto, surgiram a partir de pessoas do meu convívio social que, sabendo da tarefa que eu empreendia, encontraram casualmente dois ambulantes pelas ruas da cidade e tomaram a liberdade de abordá-los, fazendo com que nos encontrássemos. Um desses comerciantes me apresentou a dois colegas, mas esta foi a única vez em que isso aconteceu. Em outra ocasião, quando estive na casa de um outro vendedor, apareceu sem aviso, durante a conversa, um outro rapaz que também foi apresentado como eventual vendedor de chegadoinho (eventual porque não se ocupava disso diariamente, como a maioria dos que foram encontrados).

Cheguei a outros, a partir de um endereço proferido por um daqueles primeiros vendedores contatados, que indicou de forma incerta a localização de uma antiga fábrica, já fechada, cujos donos já eram falecidos. Conversando com pessoas da vizinhança apontada, foi

possível chegar a ambulantes que por lá haviam trabalhado, e que ainda permaneciam no ramo. Outra fonte entre os vendedores de chegadoinho foi revelada pelo próprio mapa de pontos de escuta, quando foi observado que colaboradores diferentes haviam passado pontos que coincidiam tanto em lugar, quanto em dia da semana e horário. Cruzando essas informações, foi possível ir ao local, confirmar a presença de um ambulante e então conversar com ele.

Outra forma de chegar às fontes foi por intermédio de quem recentemente havia se dedicado ao tema. O historiador Emy Falcão Maia Neto, que havia desenvolvido ou participado de pesquisas tanto sobre os sons da Fortaleza pré-rádio como também sobre táticas ambulantes na cidade durante as décadas de 1980 e 1990, indicou o caminho para um de meus interlocutores. Os empresários Monic Sabóia e Eduardo Palhano, que hoje produzem chegadoinho para padarias e supermercados, haviam buscado junto aos vendedores de rua informações sobre a receita e os modos de fazer o biscoito, e também me apontaram como contatar um deles. Por último, o *videomaker* Djaci José Morais Alves disponibilizou, na íntegra, o áudio do documentário “Lá Vem o Chegadim! – Memórias e Resistências”, trazendo não só depoimentos de vendedores que não tive a oportunidade de encontrar durante a pesquisa, como também o registro sonoro de um deles em ação, saindo de sua casa para caminhar pela cidade, triângulo em punho.

Consegui estar pessoalmente com onze vendedores de chegadoinho, a quem pude dirigir várias questões que orientam esta pesquisa. As entrevistas foram tratadas a partir de temas transversais que emergiram em relação ao eixo central, e não de forma a construir os perfis individuais das fontes. Porém, aspectos da história particular dos vendedores serão ressaltados sempre que ajudarem na compreensão de como eles atuam no espaço da cidade. Com alguns, tive mais tempo, ou mais empatia. Com outros, não foi possível estender o papo, ou simplesmente a conversa não se estendeu a ponto de render informações suficientes ou consistentes. Por repetidas vezes, enfrentei a desconfiança daqueles que abordei, fosse com os ambulantes respondendo evasivamente às minhas indagações, negando possuir um telefone celular para contato, desligando a chamada quando eu me identificava do outro lado da linha, ou mesmo lançando-me diretamente a pergunta: “por que você quer saber sobre isso?”

Fui percebendo que tal interrogação, mesmo seca, não era apenas mera retórica para me constranger e afugentar. Muitos não compreendiam, de fato, por que alguém estaria tão interessada nos meandros da venda de chegadoinho. O desconhecido motivo poderia se revelar prejudicial à continuidade usual de sua labuta diária, à qual se dedica há 17 anos aquele que menos tempo desempenha a atividade, dentre os que me forneceram tal informação. Mesmo

quando tentei justificar minha curiosidade, às vezes foi difícil fazê-la compreendida. Admito que nem sempre consegui explicar a ideia, como trabalhada no âmbito universitário, durante as conversas na rua ou na residência das fontes, quando houve oportunidade. Aos poucos, penso que fui me fazendo entender – se não explicando meus atos, provavelmente a partir do meu próprio agir.

Talvez por isso, conversar com alguns vendedores de chegadinho foi bem mais complicado na primeira viagem a Fortaleza do que na segunda etapa em campo, cinco meses depois, quando retomei contato com aqueles com quem havia conversado na vez anterior. Se no início me receberam de maneira desconfiada, no momento seguinte se mostraram mais calmos, às vezes até mesmo divertidos com toda a história. Sabiam que eu não morava mais na cidade, pois, no primeiro momento em campo, quando tentaram me dissuadir a não entrevistá-los imediatamente, remarcando a conversa para algumas semanas adiante, esclareci que não seria possível, já que estaria por pouco tempo ali. Assim, ao me verem de retorno, a perguntar novamente pelo chegadinho, houve quem achasse a conduta curiosa, senão engraçada. Desconheço que tenha ocorrido algo significativamente desagradável que pudesse ser atribuído à minha busca por informações, o que pode tê-los tranquilizado de alguma forma.

A maior parte dos vendedores de chegadinho abordados foi encontrada em atividade, tendo o mais novo 26 anos e o mais velho, 67 anos de idade. Todos homens. A presença das mulheres aparece em alguns relatos. Numa determinada família, por exemplo, a mãe se ocupava da feitura dos chegadinhos, vendidos nas ruas pelos filhos pequenos, que tinham entre 6 e 10 anos. Entre eles estava uma menina, que usava o cabelo curto e blusa de “manga grande”. “Parecia um rapaz, um menino. Ela vendeu até... 14 anos!”, conta a mãe. Além desse caso, que se passou ainda em meados da década de 1980, não foi registrado outro de mulheres vendendo chegadinhos na ruas de Fortaleza – mas no período da pesquisa surgiram três testemunhos, de distintos ouvintes-informantes, a respeito de um vendedor vestido de mulher, que acabei não encontrando em campo.

Tive contato com duas vezes mais vendedores de chegadinho que vieram de cidades do interior do estado, do que ambulantes que já nasceram em Fortaleza. Dos que vieram, todos passaram a desempenhar o ofício na capital. No grupo migrante, há duas situações diferentes. Uma é a daqueles que foram à metrópole para se vincular a outros empregos e, quando esses lhes faltaram, adotaram a venda de chegadinho como ocupação. O setor da indústria (têxtil, fabricação de recipientes para gás de petróleo liquefeito) e da construção civil foram setores que atraíram alguns desses trabalhadores. Há também um que se dirigiu à

capital para cuidar de um senhor de idade avançada que veio a falecer depois de algum tempo, fazendo com que saísse do ambiente doméstico e fosse se ocupar do chegadoinho junto com seus irmãos, já engajados nesta venda pelas ruas.

Nesse grupo, no entanto, mais expressivo é o número daqueles que se dirigiram a Fortaleza para se associar diretamente à venda de chegadoinho. Nisso, teve papel fundamental a existência de uma pequena fábrica em atividade no início dos anos 1970, no bairro Henrique Jorge. Oito entre onze entrevistados mantiveram alguma relação com este local de trabalho. Sendo assim, discorrerei um pouco sobre ele e sobre o bairro, para uma melhor compreensão de como se integram ao tecido sócio-espacial da cidade.

### 5.3 A fábrica do Henrique Jorge

A antiga fábrica de chegadoinhos por onde passou a maioria dos vendedores que pude contatar durante a pesquisa fica a poucas quadras da casa onde, em 1930, Rachel de Queiroz (então com 19 anos) escreveu o romance “O Quinze”<sup>61</sup>. Duas décadas depois, a área da cidade onde se encontra o Sítio Pici ou Casa dos Benjamins receberia um espaço pensado para a população de baixa renda. Em 1952, a Prefeitura Municipal de Fortaleza doou um grande terreno para a construção de um conjunto de 456 unidades habitacionais pela Fundação da Casa Popular, criada no governo Dutra como parte de uma série de ações no campo social, em resposta ao avanço da mobilização de trabalhadores e intelectuais em torno de diversas questões – entre elas, o direito à moradia.

A Fundação da Casa Popular - FCP é resultado da acomodação de diversos interesses políticos em um período de contestação das ações do Estado pela classe trabalhadora. [...] A formulação do anteprojeto da FCP foi baseada em estudos realizados ainda no final do período Vargas pela Comissão de Aplicação das Reservas da Previdência Social (CARPS). (ARAGÃO, Thêmis, 2010, p. 18).

O Conjunto Habitacional Casa Popular foi inaugurado em 20 de outubro de 1953. A prefeitura ficou responsável pela urbanização, pavimentação e energia. Para dar acesso a ele, no início do mesmo ano haviam sido iniciadas as obras da Avenida 25 de Julho – depois Avenida Brasília, em seguida Avenida Jóquei Clube e, finalmente, Avenida Senador Fernandes Távora. A via só seria inaugurada dez anos depois. No bairro Casa Popular, como

---

<sup>61</sup> O título faz menção à grande seca de 1915, que levou a presidência do Estado a criar campos de concentração para confinar os retirantes que chegavam à capital, como visto no capítulo 2.

ficou sendo chamado, também foram instalados os transmissores da Rádio Assunção Cearense, pertencente à Arquidiocese de Fortaleza, que foi ao ar em 1962. Um ano depois, uma homenagem da câmara de vereadores ao maestro violinista Henrique Jorge Ferreira Lopes, pai do político Paulo Sarasate, apaga o nome do conjunto habitacional das referências ao bairro, que a partir de então passa a se chamar Henrique Jorge.

Ali, no início dos anos 1970, as irmãs de uma família com origens em Maranguape, também na Região Metropolitana de Fortaleza, produziam entre 1.200 a 3.000 chegadinhos por dia. Por volta de 1973, o irmão mais novo delas mudou-se para a capital com sua esposa e filhos, a fim de somar forças ao pequeno negócio. Mesmo possuindo algumas terras na cidade natal, o núcleo familiar não conseguia se sustentar lá. Pouco se sabe sobre como as primeiras se estabeleceram no Henrique Jorge, mas, quando o caçula chegou de Maranguape, ficou morando com um tio nas imediações até conseguir fazer sua própria casa ao lado das irmãs, projetando sozinho a construção e erguendo-a apenas com a ajuda da esposa e do primogênito. Assim, puderam acompanhar as outras mulheres da família no pequeno negócio – ao que tudo indica, informal.

A partir do relato dos filhos desse produtor, já falecido, é possível dizer que, apesar da dureza do trabalho, fazer chegadinhos na capital ainda lhes permitia levar uma vida digna, sem ostentação, garantindo o essencial. Recebendo pequenas aposentadorias, as senhoras conseguiam complementar a renda da casa com os biscoitos bem a contento. Mostra disso é que depois de certo tempo foi possível até comprar um automóvel – um Volkswagen modelo Brasília. Mas não eram muito dadas ao lazer, saindo de casa principalmente para as compras ou para a igreja.

Apesar de ser comum que produtores e vendedores chamassem essas oficinas de fábricas, o processo se mostrava inteiramente artesanal. Um tambor com cerca de vinte litros de massa era preparado diariamente ao lado das fornalhas, que ficavam no alpendre aos fundos da residência. Ali, essas senhoras – “irmãs vitalinas”, como aparece na fala de vendedores entrevistados – derramavam com o bico dos bules alguns círculos dessa mistura, distribuindo-os sobre a superfície aquecida de uma prensa, que são conhecidas no meio como “máquinas”, como pode ser visto na Figura 19<sup>62</sup>.

Entre as duas chapas do utensílio, girado constantemente sobre o carvão em brasa para que ambos os lados se mantivessem bastante quentes, eram assados os chegadinhos. Quando eles alcançavam o ponto adequado, as chapas eram abertas e a massa era retirada rolando um

---

<sup>62</sup> Na imagem, o vendedor apenas reproduz as maneiras de fazer chegadinho. No momento das fotografias, ele não estava de fato assando os biscoitos.

funil sobre ela – a mão do feitor ficando por dentro do objeto. Em poucos segundos a massa secava e endurecia, tomando a forma de cone. Esse processo foi observado nas casas de alguns produtores entrevistados.

Figura 19 – Alguns utensílios e maneiras de fazer chegadinho



**Fonte:** Pesquisa própria.

Por ser o biscoito muito fino, é necessária certa perícia para que não se estrague o produto, e também para que o assador não se queime. Muitas fontes relataram o extremo desconforto pela exposição continuada a altas temperaturas, bem como o receio sobre os riscos que a situação poderia ter causado à saúde desses antigos “industriais”.

Para comercializar os chegadinhos, eles arregimentavam vendedores para percorrer a cidade anunciando o produto. A família mencionada fazia não apenas os tambores

como também os triângulos entregues aos ambulantes que se ofereciam para o trabalho. Não se sabe de onde trouxeram ou como conheceram a prática e os objetos nela utilizados, ou as maneiras de fazer que se tornaram próprias dela. São hoje todos falecidos e seus descendentes desconhecem tais detalhes.

Contam que os vendedores que se apresentavam saíam levando uma certa quantidade de chegadinhos em consignação, por um valor de custo fixado previamente, não importando aos produtores quanto o biscoito valeria nas ruas. A diferença entre o preço na fábrica e aquele anunciado cidade afora era o que ganhava o vendedor, que pagava o devido ao retornar de suas perambulâncias. “Pagava quando voltava. Hoje paga antes. Mudou por causa da sem-vergonhice. Hoje ninguém dá mais a lata, todo mundo tem que comprar a sua”, afirma um antigo vendedor dessa fábrica, hoje também produtor.

Na casa onde aprendeu o ofício, nem sempre foi fácil manter um bom número de vendedores em atividade. Frequentemente os produtores enfrentavam, por um lado, a escassez de gente interessada naquele tipo de ocupação e, por outro, a falta de compromisso dos que nela ingressavam. Muitas vezes, eram surpendidos quando um vendedor não retornava, deixando-os no prejuízo material do tambor, do triângulo e dos chegadinhos, além do tempo e esforço empregado para fazer cada um deles com suas próprias mãos. Segundo contam os filhos e sobrinhos desses feitores, episódios assim aconteciam muito menos com os vendedores que vinham do interior, para quem a família preparou um espaço na casa, a fim de alojá-los.

Dormiam em pequenos quartos ou em redes estendidas em corredores e alpendres. Não foi possível verificar o que veio antes, se a disponibilidade de alojamento ou os laços de confiança que foram se formando e se consolidando entre produtores e vendedores interioranos. Mas percebe-se que, para os pequenos produtores, a oferta de moradia atrelada ao trabalho facilitou a manutenção da mão-de-obra para a venda nas ruas; assim como, para alguns ambulantes vindos do sertão, a oficina de chegadinhos serviu de porta de entrada para o trabalho na metrópole.

Os entrevistados que nasceram no interior e foram vender chegadinho em Fortaleza chegaram principalmente entre meados e fins da década de 1970, embora haja registros de chegadas ainda no início dos anos 1990. A maioria morava na zona rural de seus municípios de origem, ligando-se à agricultura. Tais municípios estão situados relativamente perto de Fortaleza, entre 90 e 200 quilômetros de distância, na mesorregião do Norte Cearense, que circunda a Mesorregião Metropolitana de Fortaleza em sua totalidade (Figura 20). Quando havia necessidade de mais vendedores de chegadinho na capital, alguns ambulantes

interioranos da fábrica do Henrique Jorge buscavam garantir trabalho para familiares, retornando a seu povoado natal para chamar irmãos e primos, especialmente.

Figura 20 – Mapa de fluxo entre mesorregiões



**Fonte:** Pesquisa própria.

Seja em relação a vendedores interioranos ou fortalezenses, membros da família aparecem como tendo um papel fundamental no convencimento de muitos dos entrevistados a entrar na profissão, fosse por convite ou seguindo o exemplo uns dos outros. Um dado curioso que emergiu da pesquisa é que, de forma geral entre os entrevistados, é comum que a transmissão da prática entre os ambulantes seja feita entre irmãos. Às vezes o mais velho influenciou o mais novo, que acabou entrando e se estabelecendo na profissão, mesmo depois que o outro deixou a atividade.

Em dois casos os pais influenciaram os filhos, sendo que em uma dessas situações pais e filhos entraram na atividade praticamente juntos e, na outra, os filhos vendem em situações extraordinárias, como em eventos ou nos fins de semana, porque vão à escola regularmente nos demais dias. Somente quando se encontra vendendo chegado em outro lugar no mesmo momento, este pai de família envia ao trabalho seus filhos adolescentes, a fim de não perder tais oportunidades.

Tomei conhecimento de um terceiro caso em que pai e filho trabalham juntos, no qual é possível ter havido transmissão do saber de uma geração a outra, mas não foi possível conhecer melhor essa história durante esta pesquisa. É importante mencionar que os descendentes dos produtores mais antigos de que se tem notícia não seguiram na profissão dos

pais e tios. Às vezes, justificam a escolha por preferirem não repetir uma trajetória de trabalhos tão árduos, de baixa rentabilidade e pouco reconhecimento social.

Era pouca gente que queria trabalhar nisso. O pessoal tinha vergonha de andar com aquela..., com uma lata nas costas, batendo aquilo ali, né? Não era todo mundo que tinha coragem de... Não era um serviço pesado! Pelo menos aqui, não sei os outros lugares, o pessoal tinha uma vergonha danada de sair com aquilo ali vendendo. E ganhava até bem, cara. Se fosse analisar, dava pra ganhar dois salários, tranquilo. Eu conheço uns caras que entraram nisso aí, compraram casa, compraram... Criaram a família bem direitim. (Osmar, filho de antigo produtor do Henrique Jorge)

Outras formas de transmissão foram encontradas, especialmente entre pessoas com algum outro vínculo familiar, como entre sogro e genro, e também entre concunhados.

As diferenças entre produtores e vendedores de chegadinho pareceram confusas no começo da pesquisa, principalmente porque a informalidade do vínculo empregatício permite que certas noções de hierarquia – entre patrão e empregado, por exemplo – sejam relativizadas e também porque alguns acumulam as duas funções dentro do universo do chegadinho. Na fábrica do Henrique Jorge, os produtores se comportavam como patrões e os vendedores, como empregados. Trabalhava-se para aquela casa, mesmo que não houvesse vínculo formalizado e mesmo que se levasse a mercadoria em regime de consignação. Até mesmo os instrumentos de trabalho e a moradia, como visto, eram garantidos pelos empreendedores. No entanto, aos poucos, não só esses como os outros poucos produtores da cidade – é possível afirmar que eram pelo menos quatro casas a fabricar chegadinho em Fortaleza – foram envelhecendo e alguns morrendo, sem que o ramo prosperasse. Sem os produtores, os vendedores não tinham o que vender e se viram obrigados a procurar outros trabalhos. Foi o que muitos fizeram.

Nos últimos dez anos, o chegadinho poderia ter desaparecido de Fortaleza, se não fosse pela apropriação do que podemos chamar de espólio da prática pelos vendedores remanescentes. Esse espólio inclui não apenas os artigos de cozinha destinados à feitura do biscoito mas a própria receita, sobre a qual as “irmãs vitalinas” do Henrique Jorge, por exemplo, preferiam manter certo segredo. Lentamente, as chamadas “máquinas” foram sendo compradas por alguns ambulantes, mas não antes de muito esforço para convencer as famílias dos seus falecidos donos a se desfazerem dos artefatos. Também tiveram que reunir, a muitas custas, a quantia necessária para adquirir uma ou duas “máquinas” que estavam paradas nas cozinhas desses antigos produtores.

Em qualquer canto do mundo que você chegar pedindo uma máquina de fazer chegadoinho você não vai encontrar, porque não existe. Tem que dizer como é. Se você ouve alguém dizer, aí você faz. (Raimundo, produtor e vendedor, novembro de 2010)

Mesmo de posse de um desses utensílios para assar chegadoinhos, muitos tiveram dificuldade na hora de preparar a massa. Alguns pouquíssimos empregados, que atuavam diretamente na produção, como assistentes, tinham conhecimento da receita. Para desvendar os ingredientes, as medidas e os modos de fazer, os demais tiveram que lembrar de fragmentos de conversas ou de quando testemunharam algum momento de fornada, se foi o caso.

No tempo que a gente começou a querer aprender fazer, foi no tempo que ele [antigo produtor] morreu. Que não tinha mais gente pra fazer pra nós. Aí a dona lá pegou e vendeu as máquinas. Aí nós fomos pelejar pra fazer. Quase nós não acertamos. (Ana, em entrevista realizada em março de 2011)

As velha não deixavam! Não ensinava a gente a fazer as coisa de jeito nenhum, nem deixava nem a gente olhar, sabe? Aí, quando meu irmão fez essa máquina, aí ele aprendeu a fazer, lá no [Conjunto] Jereissati. Eles foram embora pro interior, aí ele me deu a máquina. Aí quando eu cheguei aqui, eu fui fazer. Eu fazia um chegadoim tão mal feito! Botava no saco, fechava, saía vendendo. Quando vendia um pacote de chegadoim, eu saía na carreira fechada, mode o dono não tomar o dinheiro. Porque era muito mal feito! [...] Aí quando foi um dia, eu conheci um cara que vendia chegadoim pras véia e sabia fazer. Disse que tava desempregado e pediu pra fazer chegadoim dois dias pra ele. Aí deixei. Aí eu fui prestar atenção. Aí aprendi. (Luís, em entrevista realizada em março de 2011)

Luís<sup>63</sup>, como se pode perceber, não comprou uma das “máquinas” dos antigos fabricantes, tendo ganhado a sua de um irmão que a mandou fazer. Mesmo mais nova, a seu ver trata-se de “um improviso”. Os vendedores de chegadoinho que depois vieram a se envolver na produção valorizam bastante as antigas prensas, que vão ganhando deles pequenos reparos, pois já são muito desgastadas e seguem sendo utilizadas quase diariamente. Dois outros vendedores mencionaram a importância de se fazer o chegadoinho nelas.

Antigamente, essas máquina não eram fabricada aqui, eram fabricada em Belém do Pará. Aí, com o tempo, mandaram falsificar ela, fazer imitação, com outro ferro, esse ferro que não é o ferro fundido. Que esse ferro que nós trabalha, ele é um aço e um ferro fundido ao mesmo tempo. É tanto que a minha chegadoinha, tem delas que tem uma listrazinha. [...] Por isso que a maioria dos cliente, do pessoal hoje em dia tão desconhecendo a chegadoinha. Diz que não é a mesma chegadoinha de antigamente exatamente por causa disso aí. Por causa que não é a mesma máquina

---

<sup>63</sup> Como alguns foram inicialmente reticentes a passar informações, decidi alterar os nomes de todos os entrevistados quando me refiro a eles ao longo deste texto. Também tentei manter suas palavras da forma como foram pronunciadas.

que o pessoal trabalhava antigamente. (Francisco, em entrevista realizada em março de 2011)

Eu, particularmente, acho que fica um sabor diferente. É tipo o feijão cozinhado numa panela de barro e no carvão. Fica o sabor completamente diferente. O mesmo caso vem da chegadoinha. Se a pessoa fizer chegadoinho no mesmo esquema que faziam antigamente, a chegadoinha vai sair mais saborosa. (Paulo, em entrevista realizada em novembro de 2010)

Estes dois vendedores, encontrados por meios e em momentos diferentes durante a pesquisa, dizem conseguir reconhecer na máquina de qual antigo produtor foi feito o chegadoinho encontrado à venda nas ruas, só pelas marcas que a superfície das prensas deixam nas folhas do biscoito. Para eles, possuir uma máquina antiga parece tomar um certo caráter de distinção, tanto em relação a vendedores que se tornaram produtores quanto também a novas maneiras de fazer.

A principal vantagem em ter uma máquina, no entanto, é a autonomia. Os vendedores que acabavam se tornando produtores passaram a não depender mais de patrões. “Muito melhor a gente fazer pra gente do que comprar. [...] Comprar não tem condição, não. Não ganha nada, não”, afirma Luís, vendedor que hoje produz sua própria mercadoria. Há uns que fazem chegadoinho apenas quando não estão empregados em outra atividade, mas a maioria se ocupa das fornadas diariamente, seja para eles mesmos venderem ou fornecendo para outros. Neste caso, pode-se verificar uma espécie de replicação da postura entre vendedores e antigos produtores, embora suavizada pela condição de um dia terem sido todos vendedores.

Aí eu já falei pra ele: “Na hora que cê parar, eu quero as máquinas, eu vou fazer lá em casa pra mim”. Já falei pra ele isso, e ele disse que daqui a dois anos ia parar. Aí eu disse: “Coidado, viu? Olhe, se tu não me der as minhas formas, eu vou botar tu na Justiça, viu? Na Justiça do Trabalho”. Aí ele começa a achar graça. [ri] Eu digo: “Que eu já tô com um bocado de tempo que trabalho contigo, macho! É pra tu me dar meus direito, viu?” Aí ele começa a achar graça. (Sebastião, em entrevista realizada em março de 2011)

A fim de manter esse meio de sobrevivência na cidade, os vendedores hoje em atividade, portanto, encontram-se na expectativa de eventualmente se tornarem produtores, caso os fornecedores da mercadoria faltem. Embora encarem como um alívio quando isso acontece, a vida dos ambulantes que não só vendem como também produzem é extremamente dura. Acordam a partir das quatro horas da manhã para acender o forno a carvão, que mantêm em algum ambiente da casa, geralmente anexado à cozinha. Tive a oportunidade de visitar um vendedor-produtor duas vezes, em duas residências diferentes. Na segunda visita, ele havia acabado de mudar de casa e a família ainda estava providenciando algumas reformas. Embora

o único banheiro da moradia estivesse em obras, o forno do chegadoinho – feito de alvenaria – já estava pronto e em pleno funcionamento.

Enquanto o forno chega à temperatura ideal, mistura-se os ingredientes. Deixa-se as máquinas sobre as bocas do forno até atingirem o devido aquecimento e começa-se a assar os chegadoinhos. Em geral, a fornada fica pronta no final da manhã. Alguns podem terminar o serviço pouco antes do meio-dia, quando almoçam e descansam um pouco antes de sair, portando a iguaria em seus tambores e o triângulo nas mãos. Não são poucos os que consideram a caminhada menos extenuante do que a própria feitura do chegadoinho.

Antes de nos determos nos percursos dos vendedores de chegadoinho, cabe também assinalar algumas peculiaridades da prática: os ambulantes da capital cearense promoveram mudanças na embalagem e na acomodação do chegadoinho durante os percursos. Nas últimas décadas, o biscoito passou a ser oferecido em porções dentro de saquinhos plásticos. A nova maneira substituiu o pegador de flandres com que os vendedores manipulavam as folhas durante a venda.

O aspecto do tambor também foi modificado. As latas eram feitas de folhas de flandres ou chapas zincadas (ou meramente “zinco”, como chamam) cravadas por rebites, para prender suas bordas, dando-lhes a forma cilíndrica. Do mesmo material era feita uma palheta (pegador) com a qual os vendedores retiravam os chegadoinhos. Esse tipo de recipiente teria a vantagem de conservar o produto livre da luz e da umidade. A desvantagem do material é que ele acabava manchando ou enferrujando, devido à ação do tempo e ao contato com o corpo do trabalhador.

Há cerca de uma década, um dos ambulantes teve a ideia de mandar confeccionar um novo tambor a partir de folhas de aço inoxidável, que se tornaram acessíveis em oficinas metalúrgicas e no Mercado São Sebastião, um dos locais aonde se dirigem os vendedores de chegadoinho para mandar fazer suas latas. Além de ser de fácil limpeza, aumentando o asseio, o artefato chega a brilhar nas costas dos ambulantes, melhorando a aparência geral de quem os porta.

“Era de zinco e ferrugem. Muita gente mandaram fazer de inox. Aí é bonitinha, a lata. Aquilo ali a gente passa um sabãozinho e uma esponja, aí fica brilhando mesmo, sabe?”, conta Luís, produtor e vendedor de 67 anos. Para Francisco, também produtor e vendedor, “nós que trabalha com chegadoim, nós mesmo combinemos pra arranjar uma latazinha mais social, entendeu? Mais limpinha. O zinco ele enferruja com o tempo”. Segundo o ambulante Jorge, “tinha os feitor certo, de triângulo, de lata, que fazia. Antigamente era de... era de flande, mesmo. Hoje em dia, não. É tudo de inox. Que é mais decente, né?”

Mantendo o mesmo formato dos antigos recipientes e a correia para passar sobre os ombros, rapidamente o tambor reluzente foi adotado pelos demais vendedores, tornando-se um novo padrão nas ruas da cidade. Tambores de flandres ainda são encontrados, desde que em bom estado de conservação, pois o investimento nas novas latas é relativamente alto para as condições financeiras dos vendedores.

Na época, foi R\$ 200. Mas agora eu acho que eles querem mais, né? É o seguinte: eu fui mandar fazer uma de zinco, e era R\$ 30 uma de zinco. Aí o cara disse: “rapaz, faça uma lata disso aqui, que isso nunca se acaba”. “Mas eu não posso, meu amigo! Quanto é?” “Duzentos.” “Mas o dinheiro só é trinta.” “Não, mas você passa aqui todo dia? Você dá os trinta de entrada e toda segunda você me dá R\$ 10.” Aí: “Tá feito!” Fizeram a lata, vim de lá com a lata. Toda segunda-feira, eu levava R\$ 10. (Luís, vendedor e produtor, em março de 2010)

A segunda diferença marcante está na receita. Se na Espanha e em Portugal os ingredientes se resumiam a farinha de trigo, açúcar e água, no Ceará há o aporte da goma de mandioca. Mandioca que, para Câmara Cascudo, é “a camada primitiva, o basalto fundamental” da alimentação no Brasil (1983a, p. 106). Não é possível dizer quando a goma entrou no modo de fazer dos chegadinhos, uma vez que os antigos produtores nada deixaram registrado sobre isso. Dois vendedores que aprenderam praticamente sozinhos a fazer a massa do chegadinho acrescentaram outros ingredientes em seus modos particulares de feitura: um agrega um pouco de sal, para equilibrar a doçura; outro adiciona uma fração de farinha de mandioca fina, que diz modificar muito levemente a textura do biscoito.

Nenhum dos entrevistados soube dizer como a prática de fazer e vender chegadinho chegou até ali, alguns afirmando que essa informação teria ido para o túmulo junto com aqueles que os ensinaram. Mas, curiosamente, entre os vendedores encontrados, e até mesmo entre filhos e sobrinhos dos antigos produtores, é bastante disseminada a história de que seria uma invenção dos orientais. Muitos dizem que é obra de chineses; outros acreditam que de japoneses (e é possível que isso aconteça porque saibam que em outras praças o chegadinho é chamado de cavaco chinês; mas também não se sabe de onde vem essa denominação). Duas pessoas sugeriram que o chegadinho pode ter vindo de costumes dos escravos. Mesmo com o aparecimento da goma na receita, os povos pré-cabralinos não foram citados nesses comentários, muitas vezes feitos em tom de perguntas ou suposições. Houve até mesmo entrevistados que passaram a mim a tarefa de descobrir, para depois informá-los.

#### 5.4 Vendedores e seus triângulos

Nenhum dos vendedores de chegadoinho abordados soube dizer quem começou a vender chegadoinho tocando o triângulo pelas ruas. Quando começaram na ocupação, já receberam esse instrumento junto com o tambor, diretamente dos fabricantes aos quais estavam ligados, sem nunca questionar a composição da indumentária. Como já sabemos, esses mesmos padrões se encarregavam da feitura dos objetos – triângulos e tambores. Um dos vendedores mencionou que, certa vez, quando já trabalhava por conta própria, trocou a lata por um isopor. Não obteve muito êxito nas vendas, pois as pessoas na rua se mostraram confusas sobre a natureza do produto que compravam.

Ao modificar esses elementos, o ambulante que trocou o tambor pelo isopor alterou a relação com seu público e, diante das dificuldades em escoar o produto, sentiu que deveria retornar à prática anterior. E o fez. Os objetos trazidos parecem caracterizar a imagem do vendedor de chegadoinho a tal ponto que esse trabalhador se torna único na paisagem humana da cidade.

Habitantes da cidade que se demoram nela tempo suficiente para dominar tais convenções, ou que estão conectados a redes nas quais podem ter acesso a informações sobre esses detalhes do cotidiano citadino de forma rápida e espontânea, tomam quase como certo que um ambulante com tambor cilíndrico às costas e com triângulo em punho só pode estar vendendo um tipo de coisa: chegadoinho. É um código há algum tempo compartilhado pela comunidade. No entanto, diferente do tambor, nenhum dos vendedores mencionou intenção de mudar o instrumento usado para anunciar o chegadoinho.

O som produzido pelos ambulantes amplia consideravelmente, no tempo e no espaço, a percepção da presença do ambulante nas redondezas. Embora este passe perto de um possível comprador por um instante apenas, seu tilintar pode exceder a duração de dois minutos se ouvido de um ponto fixo, e consegue destacar-se bem em meio a um conjunto de sons ambientais que inclui a presença contínua do ruído de máquinas, motores e outros emissores sonoros aparentemente bem mais poderosos.

Por ter seu emissor em movimento, tal som possui uma dinâmica que permite ao ouvinte inferir sua distância até o vendedor, se este se afasta ou se aproxima, em que direção, a qual velocidade. Além disso, esse tipo de projeção sonora permite aos ambulantes cruzarem limites entre o espaço público e o espaço privado, questão muito sensível na contemporaneidade, geradora de inúmeros conflitos. É possível que a maior parte das pessoas sequer se lembre de – ou não se interesse por – falar sobre o chegadoinho e o som do triângulo

de seu vendedor, mas, quando o assunto é tratado, é bem mais frequente encontrar registros de manifestações de estima do que de habitantes incomodados. Foi possível encontrar várias dessas demonstrações de apreço publicadas em diários fortalezenses nos últimos anos, como estas a seguir.

Estou escrevendo e estou ouvindo o alegre ruído, um quer que seja de metais (peças diferentes) compondo em ferro uma adorável harmonia. (Eduardo Campos, “O passado não passa”, Diário do Nordeste, caderno Opinião, p. 2, 02/02/2005)

A irresistível melodia do homem do chegadinho. (Airton Monte, “A hora do desespero”, O Povo, Vida & Arte, p. 2, 17/07/2009)

Flagrar os últimos vendedores de chegadinha e cuscuz é ouvir um barulhinho familiar com cara de infância e provar algo gostoso que nos leva ao passado. (O Povo, Caderno Especial Fortaleza 279 anos, p. 22, 13/04/2005)

Apesar de o triângulo não se tratar, propriamente, de um instrumento melódico ou harmônico (pois não toca notas), compreende-se que os cronistas estão apontando o caráter musical do triângulo em sua inserção no contexto urbano. O som é apresentado como alegre, irresistível, familiar. A consideração demonstrada parece não se dever apenas a uma predileção das pessoas pela iguaria em si – embora gostar de comer o chegadinho também tenha influência fundamental – conotando também algo que diz respeito à relação desses habitantes com a cidade e um sentimento sobre o passado. A recepção desse evento acústico pela população, como já dito, merece ser abordada em maior profundidade em um estudo específico. Aqui, nos concentraremos principalmente no uso que os vendedores de chegadinho fazem do som em seus percursos urbanos. Por exemplo: que importância é dada por eles mesmos ao instrumento que tocam em sua lida diária.

Na época dos antigos produtores de Fortaleza, quando não eram estes que faziam os triângulos, as peças eram encomendadas em qualquer ferreiro. Processo simples, sem segredo: era só entortar um ferro que soasse bem. Alguns vendedores hoje autônomos mencionaram que conseguiram seu triângulo pedindo a conhecidos que trabalham em canteiros de obras pela cidade, como favor. “Tinha cabra zeloso que deixava aquilo bem brilhoso! Parecia de inox, viu?”, observa o filho de um antigo patrão. Apesar do cuidado que pode ser dispensado por alguns, é comum que o instrumento se parta, ao longo de algum tempo, seja pela qualidade do material, seja pela intensidade e frequência de uso. Dessa forma, não é difícil encontrar quem tenha mais de um triângulo – assim como mais de um tambor.

Triângulo se gasta em três, quatro anos. Se quebra, se gasta. Mas anima o cara. O barulho é perturbador, mas a vontade de vender anima. Tem dia que o cabra volta

para casa sem vender tudo. Tem dia que, num quarteirão, seca a lata. Venda é cheia de mistério. (Raimundo, produtor e vendedor)

Entre eles, há quem já tivesse intimidade com a música, tendo tocado em forrós e reisados antes de terem se lançado com o triângulo solo pelos caminhos da cidade – e continuam tocando ocasionalmente em festas, porque é comum surgirem convites quando são ouvidos nas ruas.

– Cê já sabia tocar antes?

– Não. Aprendi com eles. Aliás, nem aprendi. Porque lá no meu interior, a gente tocava. Tem o meu tio lá que tocava aqueles forrozim pé-de-serra, aí eu batia o triângulo já, lá. Aí quando eu vim de lá, já vim... Como se diz...? Foi a única coisa que não me deu dificuldade pra mim, na chegadinha, foi isso aqui. O mais trabalho que deu na chegadinha, pra mim, foi eu fazer a chegadinha, que é um negócio muito quente. (Francisco, vendedor e produtor)

Antes eu brincava reisado no interior. Quando eu cheguei no Dragão do Mar<sup>64</sup>, que vi aquele boi bonito, eu falei pras moças: “Ô, rapaz, se eu pegasse um boi desse pra eu brincar na praça!” Brincava na praça, levava um sanfoneiro, um cara dum triângulo, um pandeiro. E ganhava dinheiro. Mas o negócio é que pra fazer um boi daquele não tem com que fazer! Madeira do mar não presta pra nada. Agora lá no Dragão do Mar tem um boi bonito, sabe? Um boi que é a coisa mais beleza do mundo. Mas eles... não dão, não. (Luís, produtor e vendedor)

Outros ambulantes, porém, nunca haviam tocado triângulo antes. Aprenderam para que pudessem desempenhar a função de vendedor de chegadinho. Alguns nem dizem que tocam: simplesmente “batem o triângulo”. “O pessoal me chama pra tocar forró nos bares e eu não sei. Só sei fazer a zoadinha”, admite José, vendedor de 45 anos.

Alguns dos primeiros padrões também não lhes cobravam qualquer habilidade musical para ingressar na atividade. “O triângulo é só pra chamar a atenção. Você passa ali, você escuta alguma coisa, você vai querer dar uma olhada. Naquele tempo a gente olhava, pra ver o que era. Só isso. Pra chamar a atenção, o triângulo”, explica o filho de um antigo fabricante de chegadinho. A habilidade não era considerada pré-requisito para ingressar na atividade, sendo muitas vezes aprendida no imediato desempenho da venda nas ruas.

Mas há também aqueles que fazem questão de demonstrar sua destreza, executando vários ritmos e rindo da pouca desenvoltura de outros colegas. Quem apenas escuta o som, pode não imaginar que Miguel, 62 anos, toca o triângulo com uma só mão, movendo-o junto com a baqueta entre os cinco dedos e fazendo com que soem, à semelhança de sino e badalo. Como as entrevistas foram feitas individualmente, raramente tendo sido realizadas em grupos

<sup>64</sup> O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (CDMAC) é uma Organização Social (OS) gerida pelo Instituto de Arte e Cultura do Ceará (IACC), vinculado à Secretaria da Cultura do Estado do Ceará (Secult-CE).

de vendedores, não presenciei nenhum desafio de triângulo entre eles. Mas alguns comentários – tanto dos próprios vendedores entrevistados quanto do registro dos jornalistas José Paulo de Araújo e Tarcísio Matos no fim dos anos 1980 – me fazem crer que uma pequena competição pode, de fato, fazer parte do universo de brincadeiras entre os vendedores de chegadinho. Até porque se costuma atribuir principalmente ao toque do triângulo o sucesso da venda.

Tem que saber tocar. Se o sujeito não souber tocar, não vende nada, viu? (Jorge, vendedor, março de 2011)

Se andar com a chegadinha, só com o tambor, sem fazer zoada, o pessoal não tá escutando. Só vende se tiver a zoada: o triângulo. É uma ciência, né? Só vende se tocar. Se não tocar, não vende. (Sebastião, vendedor, março de 2011)

Se não tiver o triângulo, como é que eu vou vender? [...] Como é que eu vou vender a chegadinha sem... Eu vou batendo palma? [ri] Não tem nem condições! (Francisco, produtor e vendedor, março de 2011)

Um dos mais jovens ambulantes entrevistados – já na casa dos trinta anos – comenta que as pessoas riam dele no começo, pois estava todo tempo mordendo a ponta da língua enquanto tentava acertar o toque do instrumento, enquanto andava. Constrangido com a situação, passou um certo tempo com “medo de vender”. “Pra falar a verdade, eu não sei tocar... direito. Toco tão mal! Mas o pessoal não percebe isso”, afirma. Refere-se, aí, aos habitantes. De fato, antes de iniciar a pesquisa, eu mesma achava que todos os vendedores de chegadinho, salvo alguma exceção, desferiam mais ou menos o mesmo toque ao triângulo. Somente durante a investigação pude verificar que todos os vendedores que contactei têm sua própria forma de tocar. Nenhum toque se mostrou igual ao outro.

Embora seja a finalidade primeira da atividade, é importante comentar que nem todas as performances de vendedores de chegadinho ao triângulo são orientadas exclusivamente ao propósito de realizar uma venda. Para muitos deles, o triângulo diverte, entretém, torna a caminhada mais leve. “Eu acho um divertimento pra mim. Porque se passam ligeiras as horas. A gente vai tocando. Fico tão divertido que eu só ando tocando assobiando”, diz o fortalezense Sebastião, que no momento de nossa conversa já estava há 32 anos no ramo. Para Raimundo, vendedor e produtor, são “duas coisas que divertem o vendedor de chegadinho: o triângulo e R\$ 5 aqui, outro ali”.

O triângulo também é usado como autodefesa, principalmente quando os vendedores são alvo de escárnio nas ruas.

– Era pouca gente que queria trabalhar nisso. O pessoal tinha vergonha de andar com aquela..., com uma lata nas costas, batendo aquilo ali, né? Não era todo mundo que tinha coragem...

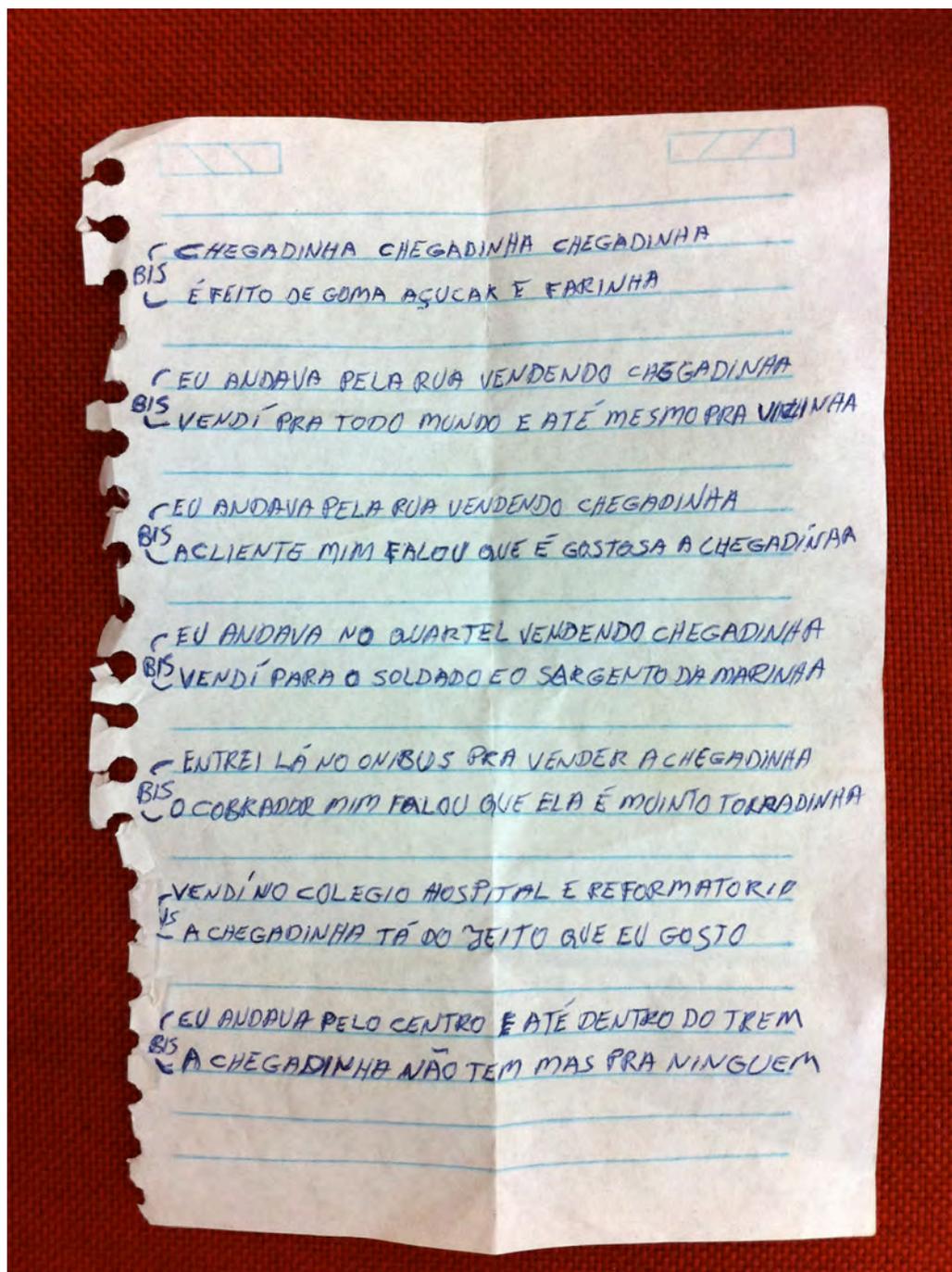
– E alguém mangava? Por que [os vendedores] tinham vergonha?

– Pois é...! Rapaz, você sabe que em todo canto tem gente canalha, né? Agora já tinha vendedor da gente que era descarado. Quando a negada começava a frescar, eles entravam logo no embalo. E dançavam, tacavam logo um forró. Aí começavam! [ri] Em vez de ele vender, fazia era uma festa! [Dá uma grande gargalhada.] Eu achava até legal isso, ó, cara! Quando eles chegavam comentando: “Rapaz, eu fiz uma festa em Fulano de Tal ontem.” Ainda hoje tem um cara que... Hoje ele não trabalha mais no ramo, não. Ele trabalha de galego. Esse rapaz era incrível, o cara. Era incrível! Fazia até umas rimas, ele, com aquele triângulo dele. (Osmar, filho de antigo produtor, em entrevista realizada em março de 2011)

Quando intimidados, alguns buscam evocar a festa, aliviando tensões, criando ou estreitando laços por meio da música. Depois de anos de prática com o triângulo pelas ruas, esses homens acabam por assimilar formas mais eficientes não apenas de comunicar sua passagem, mas também de se sentirem cómodos com sua ocupação.

Isso se reflete nas canções de pelo menos dois ambulantes que foram identificados como compositores. Feitas para serem entoadas na rua, elas falam sobre a própria profissão: quem são os vendedores de chegadinho, o que desejam, por onde andam, quem encontram, como as pessoas os consideram e o que elas acham do chegadinho. Segue a letra de um desses criadores, registrada do próprio punho do autor (Figura 21).

Figura 21 – Letra de música de um vendedor de chegadoinho



Fonte: Acervo do videomaker Djaci José.

Um dia, quando o vendedor que compôs a canção acima tomava um ônibus, uma senhora passou a lhe observar e, julgando que o tambor de chegadoinho, assim como o triângulo, se tratava de um instrumento musical, perguntou-lhe se era músico. “Não, sou não”, ele respondeu. Percebe-se aí que dissocia sua profissão daquela de músico, embora seja capaz de tocar um instrumento e compor canções.

O outro compositor que apareceu durante a pesquisa foi o único vendedor com quem conversei que compra seu triângulo diretamente numa loja de instrumentos musicais. Abaixo, temos a transcrição de trechos de duas de suas canções.

Deus abençoe minha lata  
E meu triângulo também  
Os meus passos pela rua  
Quando vou e quando venho.

Vou caminhando pelas ruas da cidade  
Tenho saudade da minha terra querida  
Ainda me lembro do meu tempo de criança  
A esperança de subir na minha vida  
Com tanta luta, me tornei um ancião  
E agradeço ao nosso Criador  
Na caminhada  
Todos os dias  
Tenho alegria porque sou compositor.

Reconhecendo-se compositor, este vendedor gosta de criar canções especialmente para chamar a atenção das crianças e tem composições feitas especialmente para elas. Por meio das músicas que compõe, percebe-se que ele também acaba sublimando o fato de se aproximar dos 70 anos de idade vivendo uma rotina fustigante, pondo-se a trabalhar nas fornalhas durante toda a manhã e, à tarde, a percorrer longos caminhos – interpretação que se baseia não apenas nas letras, mas também nas entrevistas. Em suas conversas, mostra que mantém a expectativa de que alguma de suas músicas seja gravada por artistas famosos, como os Aviões do Forró, ou que algum programa de televisão sorteie sua carta e lhe presenteie com um *trailer* para vender cachorro-quente, de preferência trazendo o gestor municipal com a autorização de instalar o equipamento em uma praça da cidade. “Só aparece nesse tempo, né? Pra aparecer...”, comenta.

Revela aí o desejo de seguir vivendo de música ou de abdicar finalmente do ir e vir para poder fixar trabalho num espaço público de grande circulação<sup>65</sup>, mas compreende que isso só seria possível com o aval do poder público, que há décadas intervém para coibir a apropriação dessas áreas pelo comércio informal, especialmente aquele que tenta se estabelecer em um determinado ponto (DANTAS, 1995). Na fala desse ambulante, é muito perceptível a presença da figura daqueles que detêm o poder de conceder ou impedir o acesso a alguns lugares por onde ele gostaria de passar, enquanto leva seus chegadinhos.

---

<sup>65</sup> Outro vendedor também fala, de forma saudosa, de um tempo em que o diretor de um colégio o deixava ficar na porta da escola nos momentos em que os alunos chegavam ou saíam de volta para casa.

– Condomínio a gente vende mais. Mas o negócio é entrar. Tava com uns dez anos que eu pelejava pra entrar num condomínio do [bairro] Antônio Bezerra e não conseguia. Aí um dia eu falei com o porteiro, aí o porteiro disse: “Fale lá com o rapaz acolá”. O cara tinha sido encarregado onde eu trabalhei. Eu trabalhava de seis às dez da noite e ele trabalhava de dez às seis da manhã. Conhecido da gente. Aí eu fui falar com ele e ele disse: “Eu não quero zoada aqui, não!” Aí tiraram ele, botaram uma mulher. Aí eu abandonei, não pedi mais, não. Quando foi um dia, passando em frente ao condomínio, era umas sete da noite, e aquela mulher: “Ei, vem cá!” Aí eu digo: “Venha aqui, por favor, senhora”. Aí quando ela veio, perguntou “Por que que você não entrou?” “Eu não posso entrar aí, não. Posso entrar aí, não... Tá com dez anos que eu pelejo pra entrar aí, pra fazer a rota aí dentro do condomínio, ninguém deixa eu entrar.” Ela disse: “você tá falando com a...” Sinde, né?

– Síndica.

– É. “Cê tá falando com quem manda aqui. Você pode entrar, de agora em diante”. [...] Se eu arrumasse pra entrar naquele condomínio aqui do Tabapuá<sup>66</sup>, o Previcon... Os prédios, assim, a pessoa pode arrodar tudinho. É capaz de eu vender muito chegadim ali. Mas, ê... É muito difícil! Todo mundo é ladrão. Não entra, não. Mas essa mulher, é porque ela achou que... eu sempre passava lá. Aí ela resolveu mandar eu entrar, né? Eu canto lá dentro... Canto música. Aquele negócio, né? (Luís, produtor e vendedor)

Além dos síndicos, outros que podem abrir ou fechar passagem – nestes casos, entre espaços públicos e privados – são os seguranças de *shopping centers*. Certa vez, este mesmo vendedor precisou entrar em um centro comercial para pagar uma conta. Como trazia o tambor e o triângulo, foi impedido de entrar. Depois de explicar a situação ao segurança, este finalmente o deixou passar, alertando-o para que não batesse o triângulo lá dentro. O vendedor expressa vontade de poder vender nos *shopping centers*, mas não sabe exatamente com quem falar para pedir autorização. A proeza não é impossível: há oito anos seu concunhado, também vendedor e produtor, vem sendo chamado para vender chegadinho em um *shopping* da cidade, uma vez por mês, quando é promovida uma feira de artesanato<sup>67</sup>. Outro também já chegou a vender em uma festa promovida por quem o ambulante identificou como dono de um centro comercial localizado na Aldeota.

Também procurando sempre “ter conhecimento com o dono”, Sebastião conta que vende chegadinho nas arquibancadas do Castelão há mais de três décadas. Tinha 17 anos de idade e já perambulava com tambor e triângulo pelas ruas de Fortaleza quando o Papa visitou a cidade, no dia 8 de julho de 1980, para a celebração de abertura do X Congresso Eucarístico Nacional. Havia uma jangada no gramado do estádio Plácido Castelo e no próprio altar foram alçados panos com a forma das velas da embarcação. Ali João Paulo II ouviu Luiz Gonzaga

<sup>66</sup> Bairro no município de Caucaia, já nos limites com Fortaleza, que se encontra com os bairros Quintina Cunha e Antônio Bezerra, onde surgiram pontos de escuta na capital.

<sup>67</sup> Será possível que os promotores da feira associem o chegadinho a produtos regionais, de forma que a presença do vendedor seja pensada para fortalecer uma imagem de cearensidade que possam vir a pretender ao evento? É uma pergunta sobre a qual se pode refletir no futuro.

cantar um baião composto com o padre Gothardo Lemos, chamado “Obrigado, João Paulo II”<sup>68</sup>. Colocou sobre a cabeça do Sumo Pontífice um chapéu de couro. Entre aproximadamente 120 mil pessoas presentes, estava o vendedor de chegadoinho Sebastião.

Foi no tempo do Papa. Em 80. Em 80, eu saí pra vender lá minha chegadoinha, de manhãzinha, e aí quando eu cheguei lá... os portão eram abertos, era liberado, né? Aí eu entrei pra dentro do estádio. Aí fiquei lá vendendo, no estádio. Aí foi o tempo que chegou aquela água mineral, daqueles copinho de plástico – que foi em 80 que chegou aquela. Ainda me lembro, tudim. Aí eu digo: “Sabe de uma coisa...?” Não tinha mais chegadoinha... Aí eu: “Eu vou já vender água!” Aí lá foi eu pra vender água. Ih! Ganhei muito dinheiro vendendo água ali dentro do estádio. [ri] Todo mundo morrendo de sede. [rindo] Aí fiquei lá até... o que? Fiquei até umas cinco e meia da noite, pras seis horas. Aí começou a ter jogo, e eu disse: “Sabe de uma coisa...?” Achei bom, né? O capitalzim, lá. Aí eu: “Eu vou lá”. Aí: “Vem cá, quem é comandante daqui? Quem é que comanda aqui dentro do estádio, e tal?”. “É fulano.” Aí conversei: “Rapaz, deixa eu vender minha chegadoinha aqui? Sou muito conhecido, e tal...” “É? Pois traga todos os seus documentos.” Aí eu levei todos os meus documentos. E até hoje ainda tô assim. (Sebastião, vendedor, em março de 2011)

Apenas três dias depois da conversa acima, um rapaz que assistia pela televisão a um jogo no estádio Castelão entre os times Flamengo e Fortaleza, pela Copa do Brasil, postou nas redes sociais que conseguia ouvir pela transmissão “o som do Triângulo do tio do chegadoinho” (Figura 22). Aparentemente, a venda fica mais fácil em dia de partida de futebol até para quem não está no estádio: “Outro canto também que eu vendia muito era em dia de jogo, nas churrascaria! Vendia muito. Era num instante, quando tinha jogo! Qualquer churrascaria que você passava e tive[sse] gente assistindo o jogo. Se um comprar, todo mundo compra”, conta Inácio, de 26 anos.

Figura 22 – Postagem no *Twitter* sobre vendedor ouvido no estádio Castelão



Fonte: *Twitter*, 16 mar. 2011.

<sup>68</sup> “Quando eu acabei de cantar, me aproximei dele e ele me disse: ‘Obrigado, cantador’”, conta Luiz Gonzaga, que faleceria nove anos depois, deixando expressivo legado para a cultura brasileira (DREYFUS, 1996, p. 286-287).

De alguma forma, o público parece reconhecer uma associação entre o vendedor de chegadoinho e o espetáculo futebolístico. Inclusive é comum que apreciadores de futebol em Fortaleza costumem fazer piadas envolvendo o esporte e o chegadoinho, especialmente quando aludem a aspectos como fragilidade e valor (já que o produto é barato) referentes a situações e personagens que passam pela crônica esportiva. Durante a pesquisa, soube até de jogador ex-vendedor de chegadoinho, mas não pude me inteirar sobre a história desse homem que teria trocado as chegadoinhas de comer por outras, um tanto mais novas e controversas.

Algumas vezes o triângulo parece servir a uma aproximação bem mais efetiva com a população. O vendedor Paulo, de 33 anos, demonstrou grande satisfação ao falar de seu contato com pessoas que costuma encontrar pelo caminho, especialmente no Monte Castelo e no Parque Araxá. Relatou episódios em que cedeu aos pedidos de curiosos e entregou a eles o instrumento. Às vezes deixou que alguns também levassem o tambor aos ombros, por alguns metros ao longo da calçada, ou até mesmo entrassem com eles em suas casas, fazendo graça à família por parecerem vendedores de chegadoinho. Essa fantasia alegrava o ambulante.

Em muitas ruas, onde já tinha cliente certo, deixava de soar o triângulo. Ali já sabia que veria os mesmos grupos de pessoas em frente às mesmas residências ou pequenos pontos comerciais, e que certamente lhes comprariam seu chegadoinho. Em dias de boa vendagem, chegava a reservar uns últimos pacotes no tambor e deixava de lado a chance de voltar para casa mais cedo para ir um pouco mais longe, até onde morava uma certa senhora que sempre o interpelava em suas andanças usuais. Como os últimos pacotes já tinham endereço certo, a partir dali também já não tocava mais o triângulo, indo batê-lo à porta daquela cliente, em especial.

Eu não vinha batendo. Eu ia praticamente escondido, para ninguém me ver, pra eu levar chegadoim pra essas duas pessoas. Entendeu? No caso, pra essas duas não, pras três, porque tinha essa outra senhora da outra rua também, que sempre me esperava. Eu não gostava de deixar ela sem chegadoinho. (Paulo, vendedor, em novembro de 2010)

Foi encontrado outro vendedor que recorria ao recurso de sustar o toque a fim de selecionar sua clientela, embora o depoimento tenha apontado mais para o objetivo de ignorar certas vizinhanças do que o de agradar outras. Como a grande maioria desses ambulantes mora na periferia, eles costumam se deslocar até as áreas onde começam a vender, por meio de transporte público. Mas este, em particular, reside nas imediações do Centro da cidade.

Assim, ao invés de pegar ônibus ou outra condução, ele caminha até onde inicia sua rota de venda.

Este vendedor não sai de casa já anunciando o chegadinho. Ele só começa a tocar o triângulo onde considera valer mais a pena. No considerável trecho entre sua morada e até o ponto onde, de fato, começa a trabalhar, simplesmente não lhe interessa soar o instrumento.

– E aqui é bom de vender?

– Não, aqui é só passagem. Ninguém bate não, aqui. [...] Começou a bater o triângulo... é venda, né? (José, vendedor, em novembro de 2010)

Então talvez a rota de um vendedor de chegadinho realmente comece quando ele começa a tocar seu triângulo, sendo sua linha – como muitos chamam seu percurso de venda – marcada pelo som que produz quando passa. Se assim considerarmos, percebe-se que a rota marcada pelo som emitido pelo vendedor de chegadinho pode ser contínua e também pode ser entrecortada, se for do entendimento do vendedor.

Além de contínua ou entrecortada, a rota sonora pode ser, ainda, remarcada. Foram verificados, por exemplo trechos percorridos por dois ambulantes no mesmo dia, no mesmo turno, com um rápido intervalo entre a passagem de ambos. “Ontem eu ia ali na (rua) Joaquim Nabuco, ali depois da (avenida) Dom Luís, aí uma mulher dum prédio me chamou. Não tava com dez minutos que o Jorge tinha passado. Ele passou e ela esperou por mim. É por isso que eu digo que não precisa ter cliente, não. É o que chegar primeiro”, diz um vendedor entrevistado. Interessante reparar que, embora tenha passado depois do colega, ele acaba dizendo que chegou primeiro. Seria assim porque foi o primeiro a ser percebido conscientemente pela cliente? O primeiro a ser abordado por ela?

Como o som do triângulo chega ao ouvinte antes mesmo do vendedor, e também permanece sendo ouvido por um certo tempo depois que seu tocador passa, os ambulantes estão sempre atentos a chamados que possam surgir de todas as partes. Aguçam os ouvidos e também a vista, porque sempre pode haver alguém chamando ou acenando para eles, na esperança de fazê-los parar. Sempre que podem, alguns viram-se para dar uma boa olhada para as portas das casas, para as varandas dos edifícios ou para a rua que deixam para trás, antes de dobrar uma esquina.

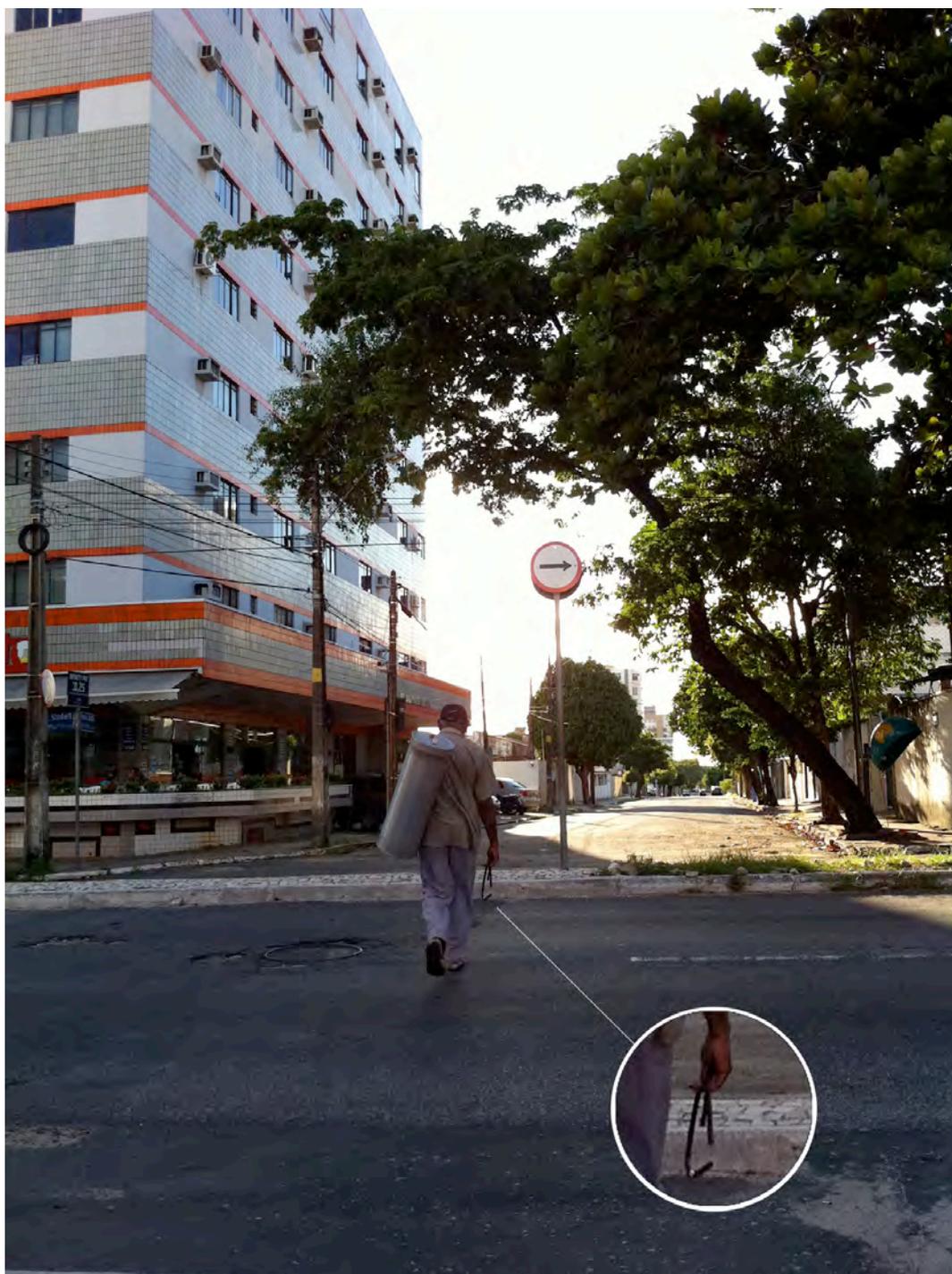
Assim, não é de se estranhar que evitem andar longos trechos pelas avenidas, mais movimentadas e mais ruidosas: conseguem ouvir melhor e melhor serem ouvidos nas áreas residenciais, onde também possuem mais clientes.

- Avenida assim ninguém anda, não.
- Por que?
- É porque... devido à zoadada dos carros, com a zoadada do triângulo, né? Mesmo assim, é mais comércio, ó. (José, vendedor)

Entre aqueles de quem foi possível detalhar as rotas, que serão mostradas em mapas adiante, boa parte anda, no máximo, um ou dois quarteirões por avenidas. Ao invés de seguir o curso desses logradouros, que muitas vezes funcionam como marcos delimitadores entre bairros, é mais comum que os ambulantes os cruzem, com o intuito de passar de uma vizinhança a outra, ou também os utilizem como baliza de retorno ao interior do bairro onde se encontram, para ziguezaguear pela área. Na Figura 23, pode-se ver um vendedor cruzando a avenida Barão de Studart, entre os bairros Joaquim Távora e Dionísio Torres (tocava o triângulo segurando as duas partes do instrumento com uma só mão).

Como já visto no capítulo 2, a organização de considerável parte do território fortalezense tem a característica do traçado xadrez, o que facilita esse tipo de movimento realizado pelos ambulantes. Uma das vantagens é ser ouvido por mais tempo ou por repetidas vezes na mesma região. Se o potencial cliente não teve tempo ou vontade suficiente na primeira audição, pode finalmente se convencer ou ser mais ágil quando o vendedor passar na rua detrás ou do lado, ou mesmo nos dias seguintes.

Figura 23 – Vendedor atravessando avenida para passar a áreas residenciais



**Fonte:** Pesquisa própria.

Mas há registro de trechos de rotas em que a atração, para o vendedor, está no movimento da avenida. Só que, nesses casos, o fluxo de pedestres é maior que ou quase tão intenso quanto o fluxo de automóveis. É o caso do calçadão do North Shopping, na avenida

Bezerra de Menezes<sup>69</sup>; da Praça Luíza Távora, que se localiza numa quadra entre a avenida Santos Dumont e a não menos frenética rua Costa Barros; do passeio da avenida Monsenhor Tabosa, que é frequentemente chamado de *shopping center* a céu aberto, atraindo muitos turistas e também fortalezenses; além do calçadão da avenida Beira Mar, onde se concentram habitantes que vão fazer *cooper* ou caminhadas, além de visitantes que vão até lá para conhecer um dos principais cartões postais da cidade.

No caso das praças, quando aparecem no percurso de um vendedor, este prefere deixar a calçada, cruzando-as pela extensão de seus espaços internos. Pelo menos um vendedor encontrado tem seu ponto final em uma delas. A Praça Luíza Távora é hoje um espaço de lazer principalmente de quem reside em Fortaleza. É onde está instalado o Centro de Artesanato do Ceará (Ceart), que frequentemente promove feiras para exposição e venda do trabalho de artesãos de todo o estado, sempre com atrações para crianças, opções de gastronomia regional e espetáculos musicais. Para além dos eventos, o uso da praça pela população é contínuo.

Bastante já foi abordado sobre os percursos dos vendedores de chegadinho, especialmente quando o triângulo estava relacionado a eles. Sabemos que as rotas existem não apenas quando o ambulante se desloca, mas principalmente enquanto ele toca os ferrinhos, podendo apagar ou camuflar sua presença nas ruas simplesmente deixando de batê-los, seja antes, durante, ou depois do percurso da venda. Um registro encontrado na Internet nos permite constatar que é esperado que o vendedor tenha chegadinhos para vender quando ele está tocando o instrumento: “Eiita, muito bom.. O cara da chegadinha passa aqui em frente tocando o triângulo e não tem chegadinha. ¬¬” (Imagem 24). O comentário é irônico. Convém esclarecer que os dois últimos caracteres da citação são utilizados coloquialmente na Internet para inscrever uma expressão de desprezo ou descontentamento, por se assemelharem a dois olhos fitando friamente para o lado.

---

<sup>69</sup> Lemos sobre a avenida Bezerra de Menezes na página 73.

Figura 24 – Postagem de internauta sobre vendedor que toca triângulo sem ter chegado



Fonte: Twitter, 06 out. 2011.

É como se ficasse subentendido que a parte (o toque do triângulo) pode ser tida também como o todo (a venda itinerante de chegadoinho). A relação se repete, por vezes, quando as próprias palavras chegadoinho, chegadinha ou chegadoim são associadas a outros elementos da prática, seja pelos próprios vendedores, seja pelos consumidores. Um dos ambulantes, por exemplo, chega a ser tratado pela onomatopeia que traz o próprio som do triângulo: “Me conhecem mais por ‘diguingue’ do que por chegadoim. Por causa do barulho”. Já outro se apresenta como Chegadoinho, uma vez que, pelos lugares onde anda, ele é muito chamado assim, pelo nome do produto que vende. Isso se repete com o principal vendedor do documentário “Lá Vem o Chegadoim! – Memórias e Resistências”, de Djaci José, que chega a afirmar que ele, que vende a chegadinha, é o próprio chegadoinho, enquanto chegadinha, no feminino, se trataria do biscoito. Um outro vendedor apresenta uma quarta versão:

A chegadinha, que eu saiba mesmo, é o triângulo. Porque a gente vai batendo, a pessoa pergunta o que é, aí a gente apresenta aquele material, que é exatamente o chegadoinho. Mas o chegadoim mesmo, [como é] chamado, é o triângulo, porque a gente vai batendo, a pessoa chega, despacha. Aí, isso aí é que é a chegadinha. (Francisco, produtor e vendedor)

Nesta última fala, o vendedor passa a ideia de chegadoinho como sendo aquilo – ou aquele, considerando os demais depoimentos – que chega. Aonde? Aos ouvidos e ao lugar daquele a quem se dirige: o habitante da cidade. A chegada pressupõe uma ausência substituída pela presença do vendedor de chegadoinho. Sua prática, quando se realiza, não é apenas um fato, mas um evento. Dotado de duração, estende-se no tempo e no espaço. Tal evento não é apenas anunciado pelo som do triângulo, mas também existe enquanto som, tendo sua própria existência baseada nessa emissão sonora – se entendermos a tomada de

consciência do ouvinte como a própria finalidade de existir do som (como parte) e da prática (como o todo, como o amálgama de seus elementos constitutivos).

Assim, quando o som é percebido pelo habitante que está às margens das rotas de venda, no entorno sonoro em que o tilintar se propaga, algo ou alguém (o chegadinho homem, o chegadinho doce ou o chegadinho triângulo) está chegando. E haverá um momento em que estará indo embora, afastando-se cada vez mais, até que aquela aguda percussão já não seja mais ouvida. Então o acontecimento terá se consumado, terá passado para o habitante que o escuta – a não ser que tenha sido sustido por alguém que interferiu na trajetória do vendedor para comprar o chegadinho. Esse silêncio, essa parada, essa suspensão momentânea também faz parte dessa ocorrência acústica. O silenciamento, temporário, não deixa de compor o evento sonoro a que corresponde a passagem do vendedor de chegadinho, considerado a partir de um ponto de escuta estático, delimitando-o e caracterizando-o.

E aí compreendemos um outro elemento fundamental para que a prática se estabeleça nos moldes que lhes são próprios: o movimento. Será que se estivessem tocando o triângulo parados a população seria tão tolerante com estes trabalhadores das ruas? Antes: se eles se encontrassem fixados em algum ponto de Fortaleza, seria mesmo necessário assinalar com o som sua presença?<sup>70</sup> Pois é isso que parecem fazer os vendedores do chegadinho: usam o som para assinalar sua presença física ambulante que, como o som, parece evanescer no complexo emaranhado de coisas, pessoas e situações que se entrelaçam e tecem o cotidiano da cidade. Eis porque um dos entrevistados do documentário de Djaci José afirma que o triângulo é instrumento, sim: de trabalho.

---

<sup>70</sup> No Rio Grande do Sul, os vendedores de casquinha que caminhavam entre os banhistas na praia de Capão da Canoa tocavam a matraca, mas aqueles que vi parados no Parque da Redenção, em Porto Alegre, não. Estes últimos apareciam em dias de passeio, como fins de semana e feriados, e nesse caso eram as pessoas que por eles passavam.

## 6 OS VENDEDORES DE CHEGADINHO E A CIDADE

Para além do som, mas ainda a partir dele e guiada – quase que seduzida – por ele, a pesquisa desemboca em temas clássicos, como cidade e trabalho. Estar sensível ao ambiente sonoro urbano pode abrir portas para faces inexploradas de diversas questões que se apresentam como fundamentais nas ciências humanas. A exploração dos sons urbanos nesta investigação nos deixou mais perto também da possibilidade de produzir uma pequena fração do que seria o mosaico científico sobre o qual fala Becker, um conjunto de estudos complexo e detalhado que tem a cidade como tema (BECKER, 1999).

A partir dos percursos empreendidos diariamente pelos vendedores de chegadinho, comunicados principalmente em seus relatos, aqui talvez nos aproximamos não só de uma cidade particular, mas também da cidade como conceito, observando aspectos da vida de um grupo de habitantes cuja prática investigada tem o espaço urbano como elemento preponderante em sua constituição. A seguir, nos deteremos nessas questões.

### 6.1 Os percursos

Quando perguntei aos ambulantes que cortam os bairros pelas áreas residenciais se podiam me dizer exatamente por onde seguiam vendendo, eles geralmente não conseguiam explicar com exatidão. Mesmo com o apoio de mapa, mostravam muitas dúvidas sobre o traçado que realizavam na prática. Um dos mais jovens com quem pude falar tinha computador ligado à internet em casa, e abrimos o *GoogleMaps* para que ele indicasse o traçado percorrido. Mas ainda assim, o rapaz tinha dúvidas sobre a maior parte do caminho, pois não reconhecia perfeitamente as ruas só pelo plano traçado. No seu caso, as principais referências eram lugares onde havia acontecido algo especial consigo – um incidente, uma venda costumeira. E isso não estava no mapa. Para reconhecer esses pontos, faltava-lhe ver as ruas como se estivesse nelas<sup>71</sup>.

Outro vendedor, dos mais velhos, conseguiu contar todo o seu circuito, mas atendo-se a grandes marcos – como uma linha férrea, um mercado, um colégio, um parque, um terminal de ônibus ou mesmo um bairro –, ficando os trechos entre esses lugares em aberto. Também

---

<sup>71</sup> Infelizmente, não foi possível carregar sequer a versão “satélite” da visualização do *GoogleMaps*, muito menos a navegação “*Earth*”. Fiquei sabendo naquele momento, por um comentário que expressava a frustração do entrevistado, que bairros de extrema periferia de Fortaleza, como aquele, não eram atendidos com serviço de banda larga, inviabilizando o uso desse tipo de ferramenta disponível na internet.

lhes fugiam à memória os nomes das ruas, tornando mais difícil me comunicarem seu curso com a fidelidade mínima para torná-los mais válidos à pesquisa.

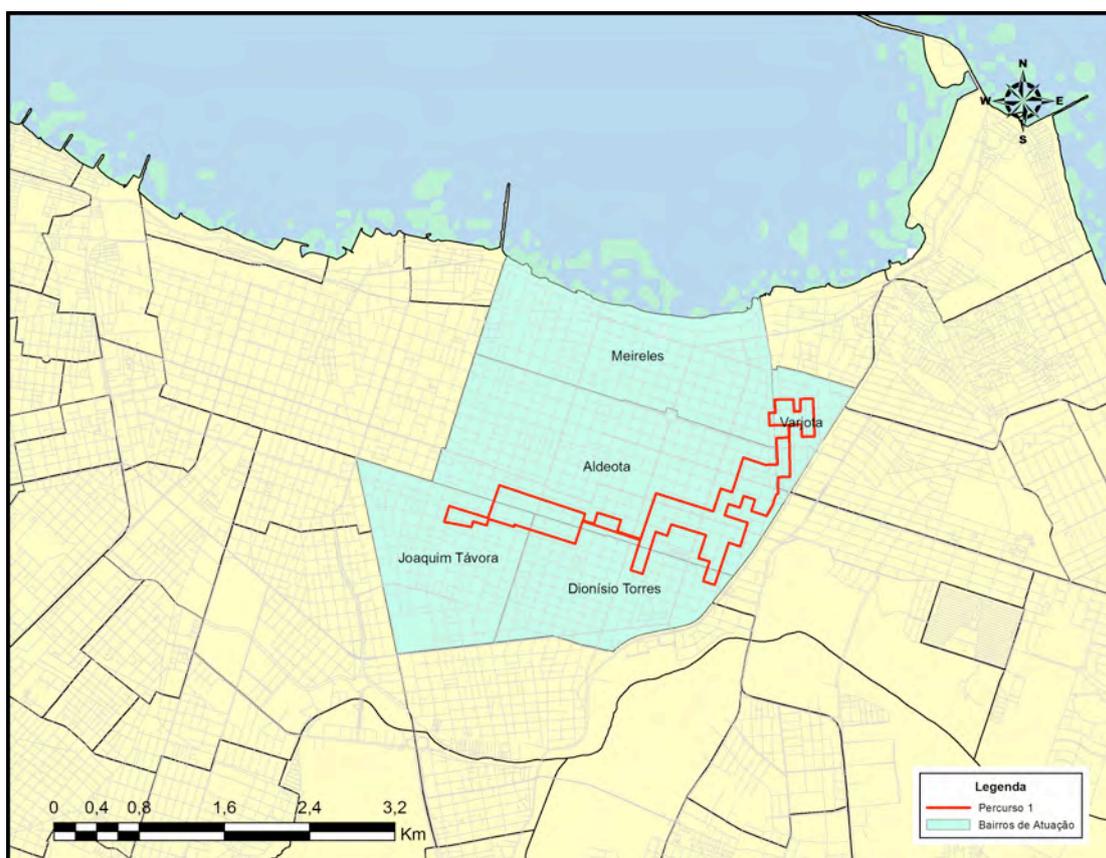
Dessa forma, mostrou-se necessário compartilhar com eles a própria experiência do percurso. De antemão, foi considerado acompanhar os vendedores a pé, a certa distância, para observar também o que acontece no caminho – e como o próprio caminho acontece. Minha preparação física, no entanto, muito provavelmente frustraria as expectativas, até porque havia imposto a meta de traçar tantas rotas quanto fosse possível. Também pensei em acompanhá-los de bicicleta, mas o fato é que nunca havia encarado o trânsito de Fortaleza nesse tipo de transporte, o que poderia restringir minha atenção em relação ao evento observado ou ao próprio tráfego, pondo em risco minha integridade física e, conseqüentemente, a investigação.

A forma mais adequada encontrada foi realizar as rotas de carro. Ao invés de caminhar, o vendedor estaria no banco do passageiro apontando a direção que tomava quando estava a pé. Foi preciso aceitar o ônus de não presenciar a interação entre vendedores e população no ambiente da rua, por exemplo. Porém, apesar de perder o contato entre ambulantes e compradores, foi possível conversar mais à vontade com as fontes no interior do carro, e o teor dessas conversas foram muito importantes para compor o *corpus* da pesquisa.

A primeira rota foi traçada no fim de outubro de 2010, já nos últimos dias de campo da primeira etapa com os vendedores. Uma vez bem sucedida (e isso parecia significar que o primeiro vendedor a aceitar o convite aprovou a ideia do passeio e comentou com os colegas), um outro que trabalhava com ele já se mostrou disponível para repetir a experiência. Mas não houve tempo para isso. No entanto, em minha segunda ida a Fortaleza para fazer campo, não custou tanto convencer os ambulantes desse grupo a refazer o procedimento. As duas outras rotas foram tomadas em março de 2011, da mesma forma como foi tomada a primeira, quatro meses antes.

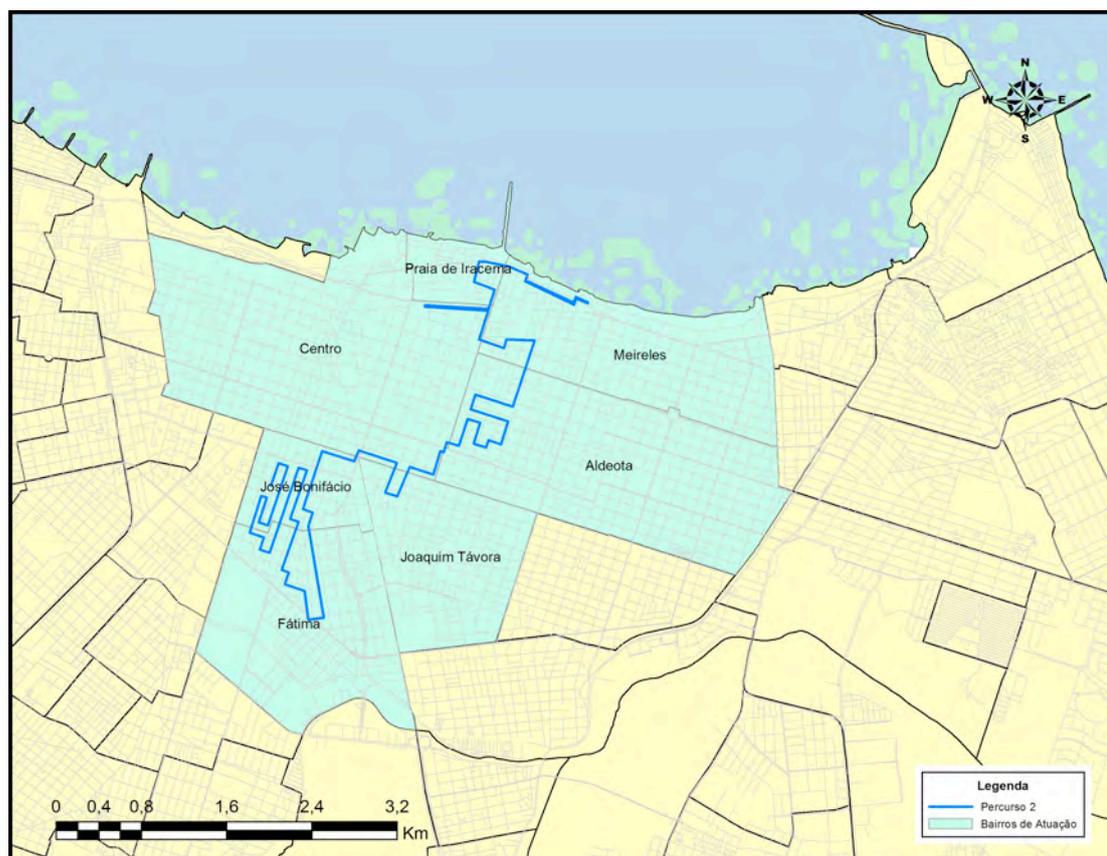
Os três vendedores que informaram suas rotas fazem parte do grupo que se reúne no início da tarde, antes de sair para a venda, como já mencionado – o que acontece mais ou menos ao mesmo tempo, por volta das 14h30min. Juntos, cobrem uma área que engloba bairros como José Bonifácio, Fátima, Centro, Joaquim Távora, Aldeota, Praia de Iracema, Dionísio Torres, Varjota e Meireles. Eis os percursos informados (Figuras 25, 26 e 27):

Figura 25 – Mapa do Percurso 1



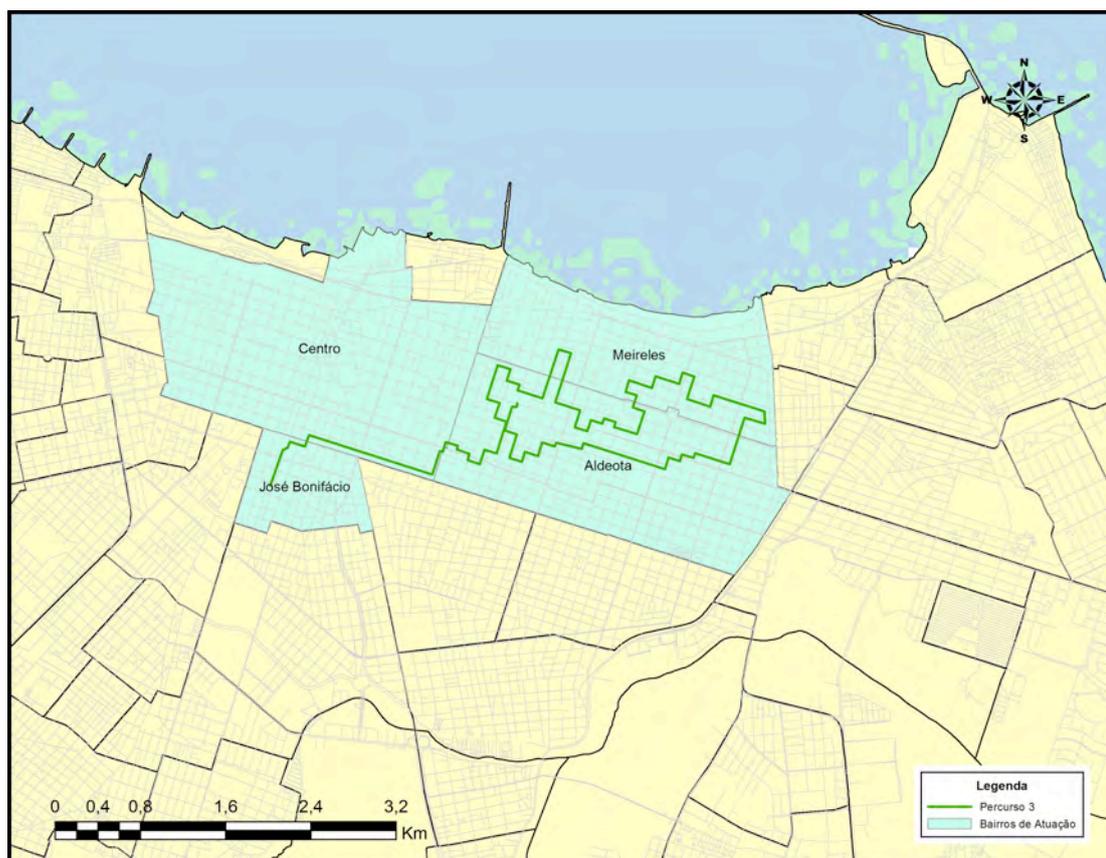
Fonte: Pesquisa própria.

Figura 26 – Mapa do Percurso 2



Fonte: Pesquisa própria.

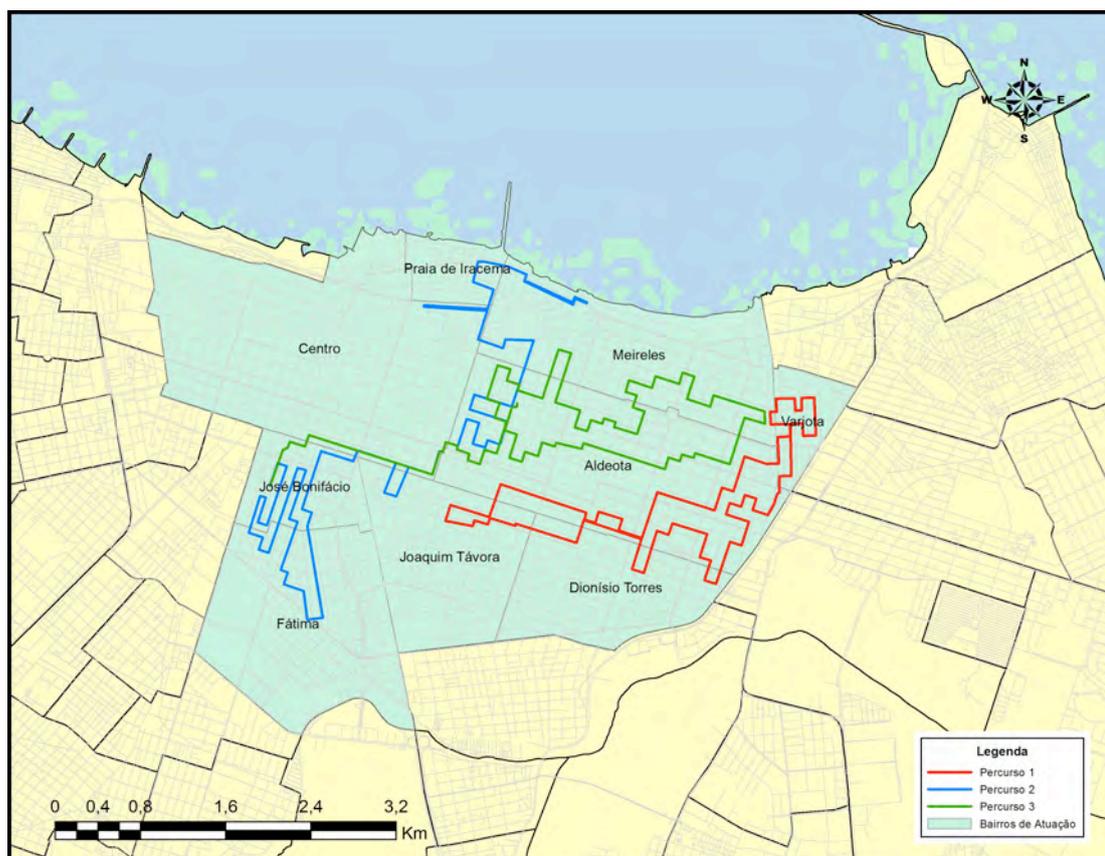
Figura 27 – Mapa do Percurso 3



Fonte: Pesquisa própria.

Sobrepostas, as rotas de venda se configuram no tecido urbano de Fortaleza assim (Figura 28):

Figura 28 – Mapa dos Percursos



**Fonte:** Pesquisa própria.

Os percursos parecem se complementar, com os vendedores cobrindo grandes extensões que se aproximam e, por vezes, se cruzam. O vendedor do percurso em azul começa se detendo nos interstícios dos bairros de Fátima e José Bonifácio, para depois cruzar uma área que o ambulante do trajeto verde percorre um pouco mais demoradamente, por perto da Praça Luíza Távora. Depois, um ruma para a costa, descendo até a igrejinha da Praia de Iracema, indo até o início da Beira Mar e retornando pelo calçadão do aterro praiano, onde pega um ônibus de volta para casa.

O outro, cujo percurso marcado em verde, explora bastante a Aldeota – que afirma ser onde realmente começa a vender bem – e depois o Meireles. Faz uma longa volta e retorna para a praça, onde fica por algum tempo, sentado, à disposição das famílias que lá passeiam no fim de tarde. No começo da noite, toma um ônibus a poucas quadras dali. Leva uma hora e meia para chegar em casa, em Maracanaú.

Por morar nas imediações do Centro, o vendedor do percurso vermelho completa 20,05 quilômetros de caminhada. A parte assinalada corresponde apenas ao trecho em que efetivamente toca o triângulo, caracterizando-o como rota de venda. Anda principalmente

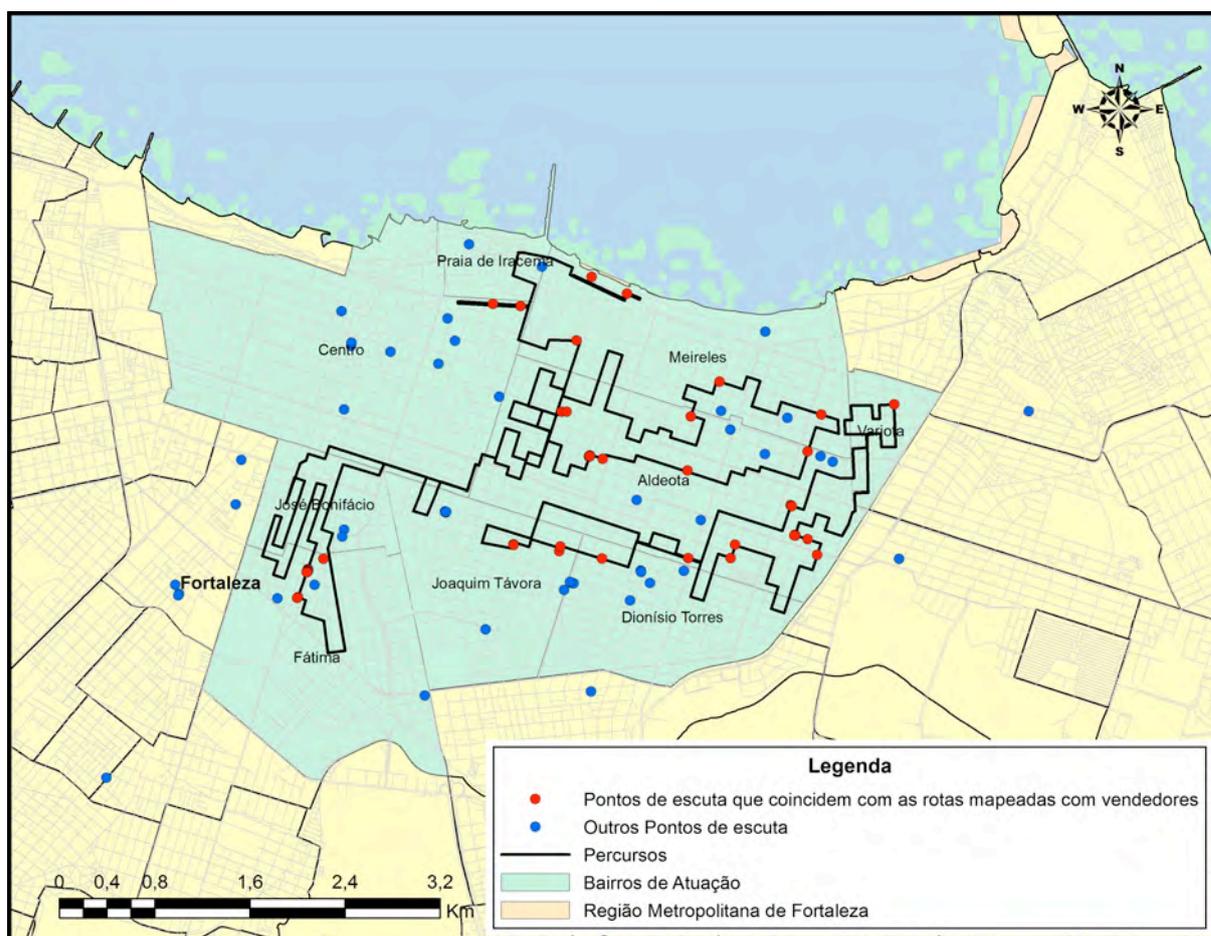
pelos bairros Joaquim Távora, Dionísio Torres e Aldeota, subindo ainda até a Varjota. Percorre poucos intervalos em avenidas, mas ainda assim parece guiar-se pela Antônio Sales, cruzando-a várias vezes ao longo de sua extensão, e também pela Via Expressa, que ele prefere margear apenas de um lado. Projetada para escoar tráfego em alta velocidade, a Via Expressa é, para as vizinhanças que divide, um marco mais forte do que a Antônio Sales, apesar desta última ter três faixas e canalizar um fluxo de veículos também muito intenso.

A avenida Domingos Olímpio, da qual a Antônio Sales é uma extensão, também orienta o início dos dois outros percursos, servindo de corredor entre os bairros José Bonifácio e Aldeota. É curioso como há apenas algumas tímidas entradas pelo território do Centro nessas duas rotas de venda. A outra se afasta e acontece mais distante dele.

Antes de visualizar como percursos e pontos de escuta se comportam em um mesmo mapa, cabe dizer que o número de colaborações dos ouvintes-informantes não significa necessariamente o número de pontos de escuta. Quando a mesma pessoa reportou mais de uma vez a passagem de um vendedor por um determinado local, foi contado um único ponto de escuta. Seriam contados dois pontos de escuta diferentes se dois ouvintes-informantes reportassem eventos no mesmo lugar, em dias diferentes ou até no mesmo dia (esta última hipótese não chegou a acontecer). Ainda, se o mesmo colaborador enviou dados sobre ter ouvido o triângulo do chegadoinho em dois lugares distintos, também foram considerados dois pontos de escuta.

A área que compreende os bairros onde atuam os vendedores com percursos mapeados foi onde se registrou a mais alta incidência de pontos de escuta informados durante a pesquisa. Trinta de um total de 76 pontos de escuta coletados com os ouvintes-informantes, por exemplo, coincidem com lugares por onde costuma passar pelo menos um desses três vendedores (Figura 29). No entanto, algumas dessas escutas reportadas coincidem no espaço, mas nem sempre no tempo, o que sugere que outros vendedores podem percorrer os mesmos espaços em outros momentos – e nos faz imaginar ambientes sonoros, ouvidos a partir de um mesmo ponto, em que triângulos soem mais de uma vez por dia.

Figura 29 – Mapa de percursos e de pontos de escuta coincidentes



**Fonte:** Pesquisa própria.

As escutas que coincidem no espaço dos percursos mapeados, mas não em seus tempos, surgem às vezes num dia em que o ambulante afirmou não passar, ou num horário diferente, com diferença de algumas horas. Sabe-se que os vendedores podem ser muito precisos nos horários em que passam por determinados pontos da cidade. Mesmo tendo seu movimento interrompido quando acontecem as vendas, costumam compensar esses pequenos intervalos em que se encontram parados, acelerando o passo, a fim de poder chegar a determinados lugares, adiante na rota, mais ou menos na hora em que diariamente passam por eles.

Provavelmente fazem isso para manter fregueses, pois vão percebendo que, ora sim ora não, estes encontram-se em casa e disponíveis para responder ao soar do triângulo. Assim, tendem a manter seus próprios padrões, baseados na observação das situações em que as vendas se realizam, procurando fazer com que elas aconteçam novamente. Também podem

desejar manter o percurso dentro de um determinado tempo, não ultrapassando certo horário para concluí-lo, pois não querem retornar do trabalho muito tarde.

Na Tabela 1, pode-se ver os horários em que foram registradas passagens de vendedores em sequências de vários dias, a partir de dois pontos de escuta estabelecidos.

Tabela 1 – Frequência de passagem de vendedores a partir de dois pontos de escuta

<b>PONTO DE ESCUTA 1</b>		
DATA	DIA DA SEMANA	HORÁRIO
Dia 26/10/2010	terça-feira	15:35
Dia 30/11/2010	terça-feira	15:35
Dia 09/12/2010	quinta-feira	15:43
Dia 25/01/2011	terça-feira	15:25
Dia 15/03/2011	terça-feira	15:38
Dia 22/03/2011	terça-feira	15:27
Dia 05/04/2011	terça-feira	15:23

<b>PONTO DE ESCUTA 2</b>		
DATA	DIA DA SEMANA	HORÁRIO
Dia 16/03/2011	quarta-feira	16:40
Dia 17/03/2011	quinta-feira	16:45
Dia 18/03/2011	sexta-feira	16:44
Dia 12/04/2011	terça-feira	16:40

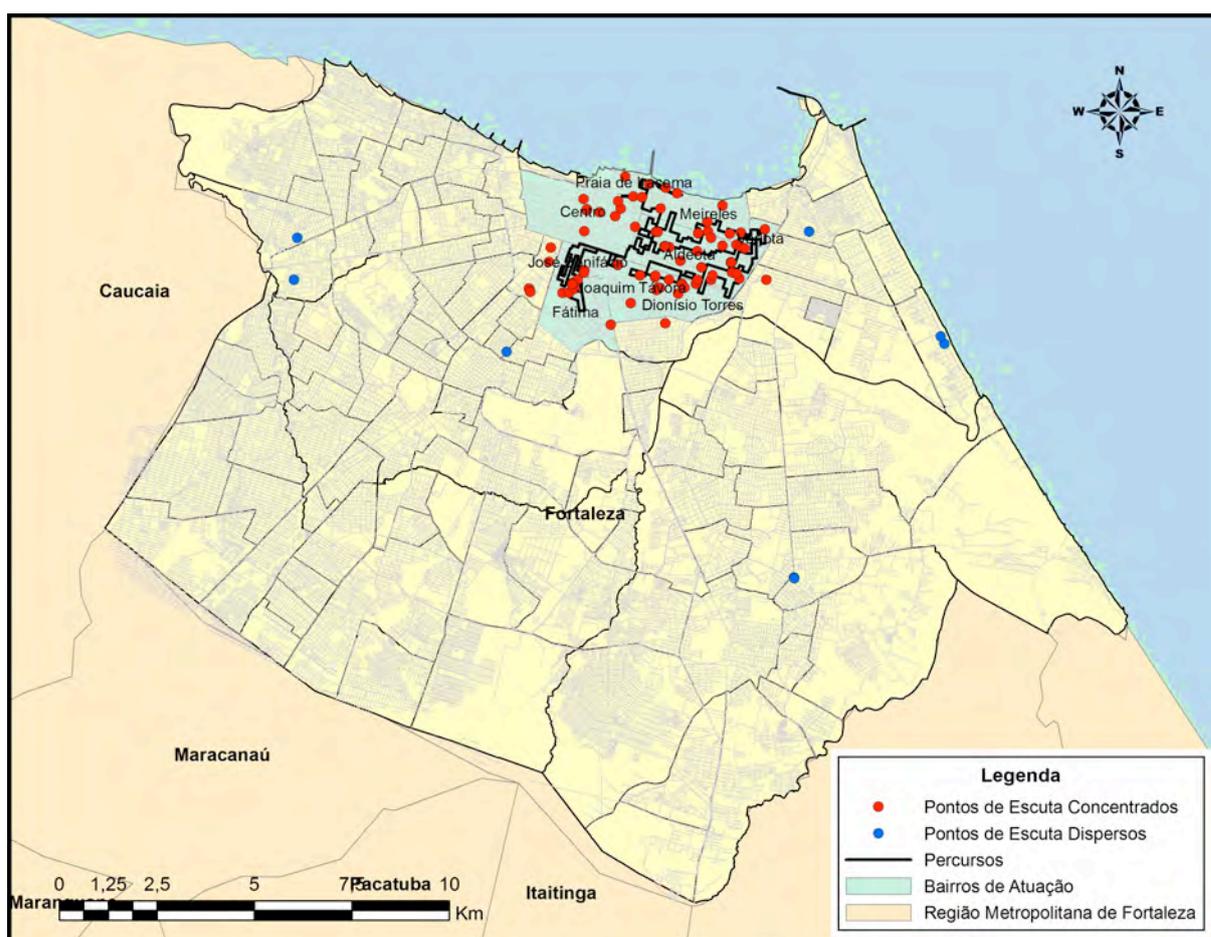
**Fonte:** Colaboradores da pesquisa.

No Ponto de Escuta 1, os intervalos das colaborações são de semanas e, mais frequentemente, de meses. Foram sete os registros de passagem de vendedor de chegadoinho, o mais cedo tendo sido às 15:23 e o mais tarde, às 15:43. Repara-se que, à exceção de uma, todas as escutas se deram em terças-feiras, o que poderia revelar não apenas hábitos e predisposições cotidianas do ambulante como também da ouvinte-informante, caso nos detivéssemos mais nesse grupo. No Ponto de Escuta 2, as colaborações aconteceram por três dias seguidos, repetindo-se um mês depois. A passagem daquele vendedor de chegadoinho se deu sempre dentro de um intervalo de cinco minutos. O mais intrigante é que o ambulante flagrado não usava relógio em sua caminhada.

Os dados sobre a coincidência de pontos de escuta e percursos mapeados apontam para uma certa probabilidade de que os ouvintes-informantes tenham presenciado a passagem de um dos vendedores de chegadoinho que vieram a se tornar fontes, mas também demonstram que outros vendedores atuam nos mesmos espaços, em momentos diferentes. A existência de outros trabalhadores é confirmada pelos que foram entrevistados. Vários falaram sobre colegas que cruzam seu caminho, que compartilham com eles algum fragmento da sua trajetória ou que simplesmente mantêm rotas nos arredores.

Há pontos de escuta fora do perímetro onde é elevada a concentração de eventos sonoros registrados, embora vão se tornando mais escassos ao se distanciarem da região de destaque. Apenas oito pontos de escuta estão dispersos para além da região de grande incidência de eventos sonoros, como mostra a Figura 30.

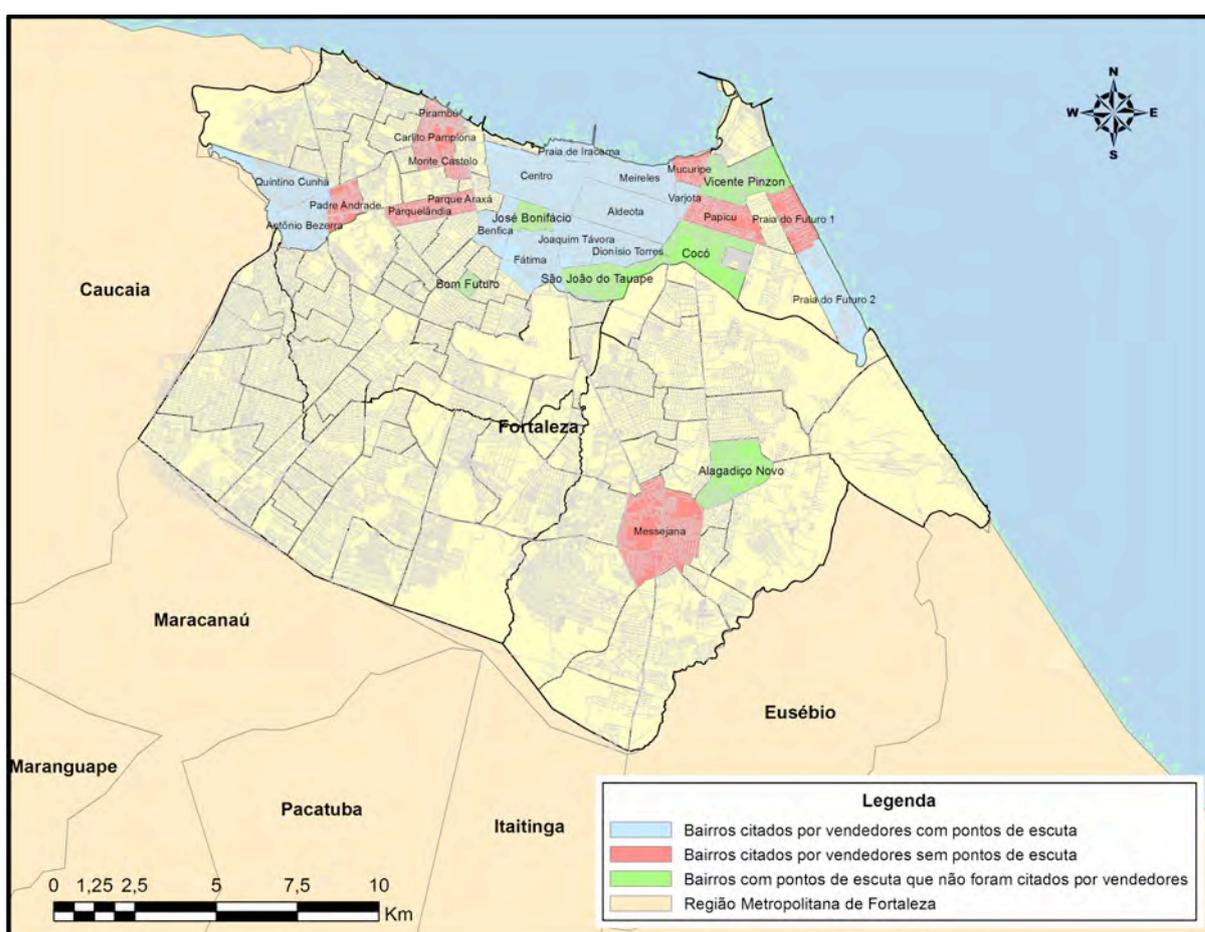
Figura 30 – Mapa geral de pontos de escuta e de percursos



Fonte: Pesquisa própria.

Sobre os pontos mais periféricos, é importante dizer que cheguei a conversar com vendedores que percorrem bairros como Quintino Cunha e Antônio Bezerra, onde surgiram dois pontos de escuta na zona oeste da cidade. Da mesma forma, tive acesso a um ambulante que realiza a rota da Praia do Futuro e que eventualmente se fixa na Casa de José de Alencar. Porém, não consegui contato com vendedores que cobrem as áreas do Bom Futuro, Jardim América, Parreão e Montese, em cujas proximidades foi registrada a passagem de um deles (no Bom Futuro, mais especificamente). Essas vizinhanças não foram citadas por nenhum dos vendedores que se converteram em fontes. Da mesma forma, os vendedores de chegadoinho contaram que atuam em bairros onde acabaram não surgindo pontos de escuta informados pelos ouvintes colaboradores, como pode ser visto na Figura 31.

Figura 31 – Mapa de bairros citados por vendedores ou com pontos de escuta



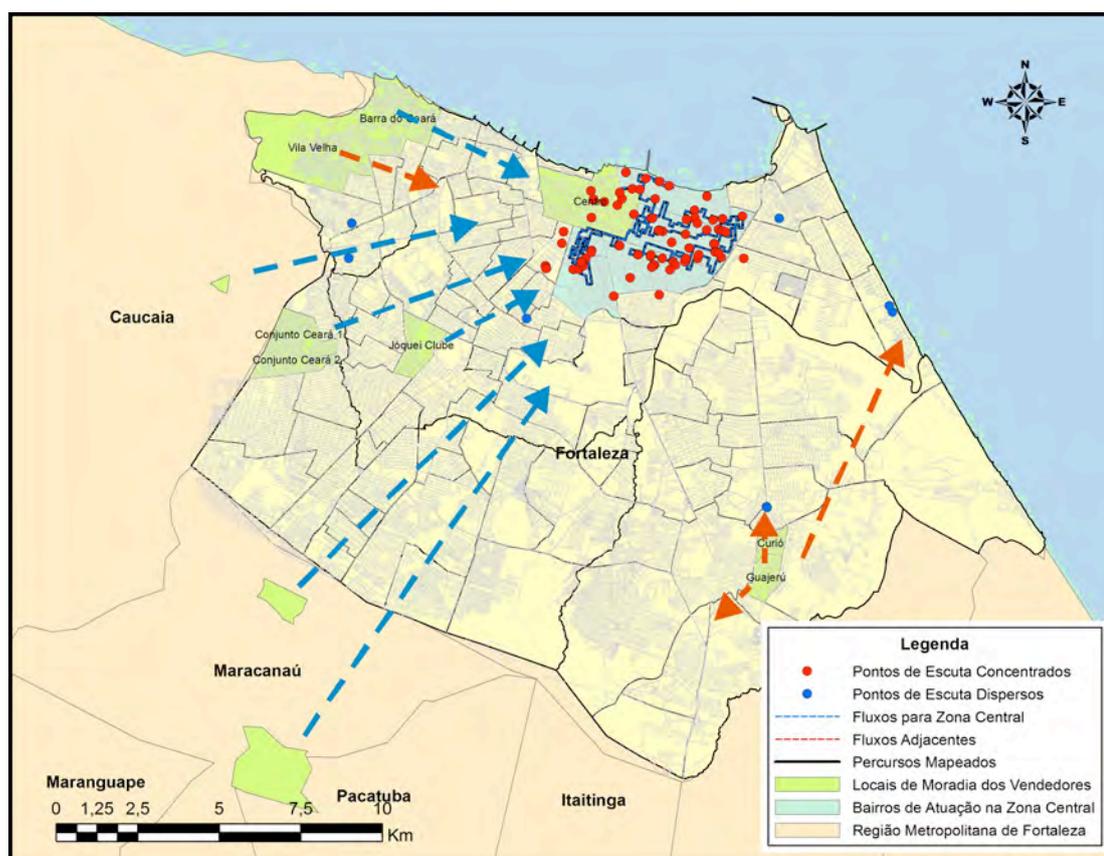
Fonte: Pesquisa própria.

É importante observar que os locais de moradia dos vendedores de chegadoinho, que costumam se configurar como conjuntos habitacionais, vilas ou ocupações, influem em seus

deslocamentos. Em vários casos, especialmente os daqueles que se dirigem a pé até o ponto em que começam a tocar seus triângulos, as próprias rotas se confundem com o movimento que fazem para ir e voltar do trabalho, podendo ser consideradas, elas mesmas, uma fração de seu movimento pendular<sup>72</sup>.

Se imaginarmos uma linha que cruze a cidade de Norte a Sul, a partir do Centro, teremos – à exceção de um – todos os ambulantes morando na parte ocidental da Região Metropolitana, em bairros de Fortaleza, Maracanaú e Caucaia. Eles acabam por realizar rotas de vendas que se orientam em direção ao outro lado da cidade. O único vendedor que mora na parte oriental é aquele que deixou de realizar as rotas residenciais, preferindo espaços de lazer. Seus fluxos se dão em áreas adjacentes à que habita, o que também acontece com dois vendedores da Vila Velha. Os demais se dirigem a bairros nas zonas mais centrais de Fortaleza (Figura 32).

Figura 32 – Mapa de fluxos entre zonas de moradia e zonas de percursos



Fonte: Pesquisa própria.

<sup>72</sup> “A expressão ‘movimentos pendulares’ é habitualmente utilizada para designar os movimentos quotidianos das populações entre o local de residência e o local de trabalho ou estudo. Nesse conceito estão implícitos, na sua forma mais simples, dois deslocamentos de uma pessoa entre dois pontos do espaço geográfico: um de ida para o local de trabalho ou estudo e outro de retorno ao local de residência.” (MOURA, 2008)

## 6.2 Relações orientadoras

Há alguns aspectos dos percursos urbanos realizados pelos vendedores de *chegadinho* que não necessariamente têm ligação direta com o som, mas que também revelam formas específicas desenvolvidas pelos vendedores ambulantes para se relacionar com a cidade – especialmente com os sujeitos que fazem a cidade. Há um vendedor, por exemplo, que anda pelas ruas quase sempre no sentido contrário ao dos automóveis, a fim de ter o tráfego sempre em seu campo visual e se proteger do fluxo dos carros – de vez em quando, até vendendo para motoristas que encostam a seu lado ou com quem se deparam em um semáforo fechado, a lhes solicitarem *chegadinho* pela janela do veículo. “Aí eu corro e venho despachar bem ligeiro! Por causa do sinal. [...] Eu vendo é muito *chegadinho* assim”, diz.

Já sabemos também que alguns vendedores não gostam das avenidas, não só porque o ruído dos carros concorre com o do triângulo, mas também porque há muitos estabelecimentos comerciais nesses logradouros, mostrando aí predileção pelas áreas onde prevalecem as residências. Também não é à toa que a folga desses comerciantes costuma se dar na segunda ou terça-feira. Aos domingos, quando a maior parte da população descansa em seus lares, há vendedor que consegue encurtar em até duas horas e meia o tempo de sua caminhada em venda. “No fim de semana é melhor, as pessoas estão em casa. Todo ambulante se dá melhor em feriado, fim de semana”, afirma um deles.

Conta também sobre como, por volta das 19 horas, no meio da semana, costumava parar na Praça do Canal 10, na Aldeota, para esperar que, no interior das residências, as pessoas se desvencilhassem da janta e da televisão. Fazia isso porque o chamado do *chegadinho* se mostrava incapaz de romper esses hábitos, que também vão influir na conformação dos percursos, incluindo seus aceleramentos, ralentamentos e até pausas.

Às 19 horas ninguém vendia mais nada. Tá todo mundo vendo televisão. A gente ficava nas praças esperando e às 20 horas começava. Hoje nessa hora o pessoal já tá voltando pra casa. Tem muito ladrão. Graças a Deus, nunca fui assaltado. Mas meu irmão foi. Ia chegando em casa e vinham dois armados de revólver, 38. Isso há uns cinco meses. Passei 23 anos [vendendo] e nunca aconteceu nada. Agora... (Raimundo, produtor e vendedor, novembro de 2010)

Vários ambulantes comentaram que seus percursos costumavam ser muito mais longos. Além de estarem avançando na idade, com oito dos onze entrevistados tendo entre 42

e 67 anos e estando na profissão por períodos entre 17 e 36 anos, a violência urbana parece ter sido mais um fator que vem encurtando suas jornadas ao longo do tempo. Enquanto havia vendedores que retornavam das ruas depois das 23 horas, hoje boa parte deles dá por encerrada a caminhada por volta das 19 horas, andando uma média de cinco horas por dia. Embora tenha conversado com um ambulante que leva apenas duas ou três horas andando com seu tambor de chegadinhos, há também dois outros que chegam a passar de seis a sete horas por dia em marcha. Os que menos andam geralmente são produtores, que já passaram no mínimo quatro horas trabalhando na feitura dos biscoitos em casa, antes de sair para as ruas. Mas se é regra, tem sua exceção: o mais velho vendedor em atividade – Luís, de 67 anos – leva cerca de seis horas para assar e empacotar seus chegadinhos e é um dos que passam mais tempo nas ruas, totalizando aproximadamente doze horas de trabalho por dia.

A gente anda demais. Aquilo era pra vender mais ligeiro, mas custa demais pra vender. O pessoal era pra comprar mais. Mas é que é o pobre... Tasso Jereissati [empresário, ex-governador e senador], se ele botar uma lata de chegadim nas costas, ele não anda um quarteirão. Todo mundo compra. É porque o pobre... (Luís)

Outro que também termina mais tarde, chegando a sete horas de percurso, explica: “A venda melhora mesmo quando o sol tá baixando. Seis horas... Vamos supor, das cinco até oito horas, sabe? Porque quando o sol tá muito quente, o pessoal não sai de casa. Acha que o chegadinho tá quente, aí não quer comprar”. É possível que consiga ficar mais tempo nas ruas porque more perto do Centro de Fortaleza. Mas esta não é a realidade para o resto dos vendedores. A maioria deles, como aparece nos mapas, mora em bairros bastante periféricos ou mesmo em municípios vizinhos, na Região Metropolitana, e chegariam demasiado tarde em casa se continuassem a realizar os mesmos trajetos de quando se iniciaram no ofício.

Se eu fizer minha rota todinha, quando eu vou chegar é mais da meia-noite, entendeu? E é muito perigoso. Aí pra mim chegar em casa arriscando a vida... Achei melhor diminuir a rota. E eu achava era bom, antigamente, quando eu fazia pra lá. Mas nessa época eu era solteiro, não tinha hora pra chegar. (Francisco)

Este vendedor e também produtor mora no Alto Alegre, perto do Quarto Anel Viário, no município de Maracanaú, Grande Fortaleza. Portanto bem longe da Aldeota e circunvizinhanças, onde costuma vender. Ele se desloca quase diariamente até um ponto perto do Centro de Fortaleza, onde encontra outros vendedores de chegadinho. Ali, passam um momento reunidos, conversando, antes de cada um pegar sua rota. Esse lugar de encontro costumava estar localizado perto do hospital Instituto José Frota (IJF), mas “devido à

perturbação de muita malandragem na esquina da praça lá, aí nós saímos”, conta Francisco. Para ele, o novo ponto – onde cheguei a encontrá-los quando realizei as entrevistas – “é bom, porque é só família”.

Outro vendedor de chegadinho desenvolve tal relação com os habitantes da cidade que ele só consegue explicar evocando a ideia de família: “Uma coisa que eu nunca pensei foi mudar de bairro, pra vender. Eu nunca pensei em fazer isso. Porque eu já tô acostumado com aquele povo. Como se fosse assim... Fizesse parte da família. Entendeu?” No Natal que havia se passado, um outro vendedor chegou a receber um presente de uma cliente: a confecção de um milheiro de cartões de visita. “Rapaz, pra que um presente melhor que esse aqui? Fiquei tão feliz! Distribuí, já ganhei dinheiro às custas”, diz, rindo. “E eu vou mandar fazer de novo. [...] Lá no cartão botei meu nome, aí ‘chegadinha’, aí ‘entrega a domicílio’”, conta.

Algumas vezes, os ambulantes conseguem até vender fiado a alguns clientes costumeiros. “Tem freguês aqui que me paga por mês!”, afirma Jorge, enquanto passávamos por uma área bastante residencial. Outros citaram a prática, mas um deles, que tem uma experiência particular com o Centro, afirmou não gostar muito da ideia: “No Centro da cidade, o pessoal comprava fiado e demorava a pagar. Tudo era no fiado... Aí eu deixei de mão”. Este afirma que prefere só se estender até aquela área para vender chegadinho quando ele mesmo tem alguma outra tarefa na região. Portanto, mais uma vez percebe-se como relações mais ou menos estáveis entre vendedores e compradores podem aparecer como fatores que estabelecem os percursos.

Quanto à faixa etária dos compradores, a impressão dos vendedores varia muito. Inácio diz vender para gente de todas as idades, mas discorda que o principal público seja o infantil. “O pessoal tem mania de dizer que é coisa de criança. Mas eu mesmo vendia mais era pros idoso. Porque os bichinho é antigo, né?”, diz. Luís tem outra vivência: “Se não fosse as crianças, como é que comprava? Porque gente grande não compra chegadinho”, afirma o ambulante, que admite que é preciso ter os pais do lado dos meninos e meninas, já que o dinheiro está no bolso dos adultos.

Para ele, o que faz concorrência com o chegadinho é a pipoca e o xilito, que foi um dos primeiros desse tipo de petisco de massa de milho industrializado, que surgiram na cidade por volta dos anos 1980 e que se tornaram muito populares, especialmente por serem encontrados muito barato em qualquer mercearia de bairro. “Se não fosse isso aí, o chegadinho vendia demais. Porque o [saco de] xilito desse tamanho por R\$ 1,20 e quatro folhas de chegadinho por R\$ 1,00... Aí o pai compra aquela coisa pros meninos. Mas com menino pedindo, o pai compra, viu? Eu tô vendendo... Eu não subi [o preço]. O salário subiu

e eu não subi”, explica. Também lhe aflige um pouco a notícia de que há chegado industrializado, porque provavelmente não vai poder juntar dinheiro para comprar o maquinário necessário, que julga estar além de suas possibilidades financeiras.

Eu ouvi dizer que nos Mercantil São Luiz já tem pra vender chegadim. Agora não sei se é verdade. Que a gente fazendo caseiro, não é todo mundo que quer comprar, né? Acha que a gente mexe a massa com os pés. Agora sendo registradozinho, industrial, com uma embalagem bonita, tipo aquela embalagem da pipoca, aí todo mundo compra, né? Até o supermercado compra. (Luís, vendedor e produtor)

Para Francisco, também não são as crianças o principal público consumidor do chegado, embora ele se preocupe em tornar o produto conhecido a elas.

O pessoal às vezes vem e pergunta: “Você vende muito pras crianças, né?” É o contrário: a gente vende mais pros idoso do que mesmo pras criança. [ri] Tem muita criança que não sabe nem o que é chegado. A gente tem que... Um vendedor, quando tem paciência, ele chega pra criança, mostra. Porque tem criança que é como se diz: quer ver o quê que tá acontecendo, ver o que tá vendendo, né? A gente tem paciência, vai mostrar. Eu tenho cuidado demais com meus clientes! Tanto eu tenho cuidado com idoso, com criança, com qualquer pessoa. Até um bêbo<sup>73</sup>, se eu encontrar no meio do caminho, às vezes eu prefiro dar um pacote de chegado do que puxar conversa com ele. Porque a pessoa que tá bêbo tá com... como se diz, fora de si, né? E a gente, dando um pacotim pra ele, ele se comporta ali, vai-se embora com o pacotim, lá na frente toma uma e tira o gosto. [ri] Porque o bêbo, a gente se enrola de qualquer jeito! É o bicho mais complicado de a gente lutar. (Francisco, produtor e vendedor)

Encontros com bêbados: não apenas apareceram muito frequentemente nas entrevistas como eu mesma, em campo, participei de uma situação em que um transeunte embriagado se aproximou do vendedor. Embora tenha balbuciado algumas palavras elogiosas sobre vendedores de chegado, não pude deixar de sentir que um clima de tensão se instalou. Como se não bastasse tratar-se de um completo desconhecido, seu estado dificultava muito nossa própria capacidade de prever suas atitudes, fazendo-nos considerar inúmeras adversidades e pondo-nos em alerta.

Portanto, não é de se estranhar que a referência a ambientes familiares reapareça nas falas dos ambulantes quando o tema da violência emerge. Embora tenha descartado ruas por conta de cachorros ameaçadores, que por trás dos muros e portões reagiam enérgica e ruidosamente à sua passagem, o vendedor Paulo ainda considera que o maior perigo está na presença de assaltantes em determinadas áreas.

---

<sup>73</sup> Bêbado.

O filho do meu padrasto, ele gostava de andar era no Bairro Ellery. Ele me chamou pra ir vender com ele e eu não fui. No dia que eu não fui, ele foi assaltado. Já não gostava de ir pra lá, que eu achava esquisito. Aí é que eu não fui mesmo, depois que ele foi assaltado. Tem uma pracinha lá, que tem um canal. Ele foi assaltado três vezes naquela praça. Em frente à igreja, com um monte de gente dentro da igreja, ele foi assaltado. Uma vez deram uma pisa<sup>74</sup> nele, amassaram o tambor. [...] Meu irmão mais velho foi vender chegadinho lá na... [perto da] Lagoa do Opaia, né? Ele foi assaltado, amassaram o tambor, fizeram barbaridade com ele. Quebraram os chegadim tudo. [...] Eu, graças a Deus, nunca fui assaltado. Não sei se é porque eu só trabalho com gente conhecida, né? E eu tô sempre em contato com as pessoas. Nunca fico assim... só! Tô sempre com pessoas. [...] Pra cá tem umas ruas que eu não andava. Eu não lembro as ruas que eu não ando, porque são esquisitas. Você anda e você não vê ninguém na rua, só aquele deserto. Aí esse tipo de rua eu não ando. Só ando nas ruas que tem bastante conhecido. (Paulo, vendedor e produtor)

Os vendedores de chegadinho entrevistados preferem andar por ambientes mais calmos, evitando passar por bairros onde entendem que há brigas ou acontecem muitos assaltos. Diante de situações em que se acham em perigo – como reiteradas vezes surge nos comentários de ambulantes, cada vez mais receosos de cruzarem o caminho de uma pessoa disposta a confusão – é comum que eles se poupem do confronto sempre que podem, por vezes agindo acanhadamente ou mesmo fingindo não saber que as provocações são dirigidas a eles. “Nós que trabalha na rua, ninguém deve esquentar com esse tipo de coisa”, diz um deles.

Além de restringir a extensão das rotas e de fazer com que os ambulantes desviem de certos bairros, comunidades ou ruas, a insegurança também já fez com que, em determinados momentos da semana, alguns deles deixassem de percorrer áreas onde venderiam mais. Por ter sido assaltado num domingo, um vendedor decidiu não mais ir à Aldeota nesse dia. “É muito perigoso. A gente vê tanta coisa nessa Aldeota...” Um de seus colegas (ambos são do grupo que se reúne antes de começar a vender em rotas separadas) também mudou seu caminho aos sábados e domingos: vai para o Bairro de Fátima, mesmo que ali a venda seja mais fraca para ele. “Aldeota tem muito ladrão no fim de semana. [...] No Bairro de Fátima, é só casa. Lá [na Aldeota] é mais prédio. Os prédios, quando chamam, é melhor. Nas casas, é um pacotinho. Nos prédios, é cinco, dez reais. [...] Antes tinha muita casa. Tão tirando e fazendo só prédio”, afirma um deles.

Ainda que, para moradores de apartamentos que ouvem o triângulo do vendedor e querem comprar chegadinho, possa ser mais difícil alcançar o ambulante ou sinalizar para ele a partir de edifícios, isso não impede que os trabalhadores considerem mais interessantes para as vendas essas regiões onde se observa um adensamento populacional verticalizado muito acentuado. A Aldeota e demais bairros que a circundam ainda são um destino muito

---

<sup>74</sup> Surra.

valorizado pelos vendedores de chegadinho, reconhecido inclusive por alguns que não andam por aquela área.

Para o filho de um antigo produtor da cidade, que chegou a empregar mais da metade dos ambulantes contatados durante a pesquisa, já há quinze ou vinte anos o bairro é destino de vendedores de chegadinho: “Na época que a gente trabalhava com eles, as áreas boas d’ eles vender eram essas aí: Varjota, Aldeota, Montese... Era por aquele lado ali. Pra cá [Henrique Jorge], não vendiam nada, não”. Mas nega que os patrões apontassem os caminhos a serem seguidos pelo vendedor: “A gente não mandava, não. Ele era quem criava. Ele era quem criava o itinerário dele”.

O sentido de criação é interessante. Perguntei diretamente aos vendedores de chegadinho: como se estabelecem os percursos? Em que se baseia a decisão de qual rua tomar, onde dobrar, a qual direção se dirigir? A resposta deles é pronta: onde vende melhor.

– O que leva o senhor a ir por uma rua e não por outra?

– Freguês. Onde for vendendo melhor. [...] No começo da venda, a gente vai procurando, sabe? As rua melhor, e tal. A rua que a gente passa dez vez e não vende nada, ali a gente já descarta ela. Essa aqui não presta. É assim. (José, vendedor)

A gente muda de um bairro pro outro porque fica muito fraco. Vendedor não pode ficar parado. (Antônio, vendedor)

Pego esse pedaço de rua bem aí porque esse apartamento me compra. (Francisco, produtor e vendedor)

O público consumidor tem papel fundamental na definição dos percursos mas, quando vão entrar no ofício, é comum que os vendedores de chegadinho recebam orientações dos mais experientes, que os guiam por determinadas áreas da cidade até que consigam se localizar e se orientar bem sozinhos. Isso acontece porque muitas áreas são quase completamente desconhecidas pelos novatos, que vão aos poucos conhecendo e reconhecendo os lugares, até poderem, a partir de um juízo próprio, adaptar as rotas ensinadas às situações que vivenciam, tornando-as suas.

Uma vez eu me perdi com um colega meu. Porque ele ia me ensinando o trajeto, sabe? Vamos supor: você vai num quarteirão, passa dois quarteirão, entra à direita e o outro esperando no outro. Aí chegamos lá na Verdes Mares ali, que chama Vicente Pinzon, aí quando eu cheguei lá, cadê o cara? Esperei, esperei, e nada. Aí endoidei. Aí vim de lá pra cá, porque minha rota vai só até o Canal 5 ali, sabe? Aí vim perguntando. Foi o jeito. Que eu era novato nessa rota aqui, né? Que a minha rota era do Canal 5 pra... De lá eu já ia simhora. Aí ele queria me ensinar pra esse lado de cá. Só foi esse dia mesmo, que eu me perdi dele. Foi logo no começo que eu comecei a vender pra cá, sabe? (José, vendedor)

Tive conhecimento de pelo menos três situações em que dois vendedores de chegadinho compartilham algum trecho da rota em curso – geralmente, algumas quadras, apenas. Só os vendedores que trabalham na área da Aldeota e bairros adjacentes mencionaram isso. Um depoimento interessante mostra que, em dado momento, por se sentir incomodado, o vendedor preferiu deixar um caminho por onde estava “entrando” um outro colega, levando-o a buscar um “pedaço de chão”, uma rota só sua.

Essa rota lá, antigamente, quem fazia era eu. Aí começaram a entrar. Aí eu: “Não, não gosto de tá perturbando ninguém! Quero andar numa rota só minha!” É como se diz: eu arranjei esse pedaço de chão que eu tô aqui passando com você hoje. Passa só eu e o Seu Miguel, que é um vendedor de chegadinho que começou a trabalhar com nós. (Francisco, vendedor e produtor)

Com boa parte dos vendedores entrevistados, uma vez estabelecida a rota, esta pouco muda. Vendedores de chegadinho podem passar mais de vinte anos explorando mais ou menos um só percurso, que é alterado de forma muito lenta. E quando isso acontece, pode ser que a mudança envolva alguns poucos quarteirões. Além disso, podem retomá-la, caso a deixem por algum tempo. O vendedor que passava em nossa rua em Fortaleza em 2008, e que sumiu em 2010, acabou reaparecendo em 2011. Havia encontrado um outro emprego no período em que atentamos para a sua ausência, tendo retornado à mesma linha apenas um mês depois que fiz a última incursão a campo.

Apenas um dos vendedores deixou as rotas nas áreas residenciais, que fazia quando começou neste trabalho. Prefere hoje marcar presença em locais de lazer, seja nos jogos de futebol ou em pontos como o Centro das Tapioqueiras, um complexo na saída para o litoral leste onde vários quiosques servem diversos tipos de tapioca, e a Casa de José de Alencar, espaço de museu que possui um restaurante especializado em culinária regional e que oferece música ao vivo nos fins de semana, especialmente forró pé-de-serra. A única rota que mantém, deslocando-se em sua extensão, é a da Praia do Futuro, que não foge à lógica dos outros espaços – de lazer. Vai do Caça e Pesca, na foz do rio Cocó, até o final da praia e retorna, repetindo até três vezes o percurso. Tratam-se dos fluxos adjacentes – ou seja, não orientados à área central de Fortaleza – marcados no mapa da página 152, na região sudeste da cidade.

Quanto ao espaço dos fluxos que foram situados na área noroeste da cidade, um dos vendedores entrevistados pelo documentarista Djaci José fez uma observação interessante: “Aqui na Barra do Ceará não passava nenhum [vendedor de chegadinho]. É bairro novo, né? Só passava do cais pra lá. Do cais pro Centro, aí todo mundo conhece. Agora os bairros mais

novos – Goiabeiras aqui, Barra do Ceará – quase ninguém conhece. Quase ninguém compra”. Para ele, quanto mais antigo o bairro, mais pessoas conhecem o chegadoinho. “Os bairros antigos é do Pirambu pra frente”, explica.

De fato, ao longo do século XX, aquela região recebeu uma numerosa população, principalmente migrantes pauperizados ligados às bases rurais do interior do estado (Figura 33). Na área, já havia povoados tradicionais praianos cujos moradores vivem da pesca há várias gerações, uma faixa industrial que começou a se estabelecer nos anos 1920 ao longo do eixo viário da Avenida Francisco Sá, e um espaço de lazer formado de chácaras de classe média e alta instaladas a partir dos anos 1940 – passando pela construção do Clube de Regatas em 1960 (SANTOS, M.F.P., 2006).

Figura 33 – Pontos de referência para compreender a conformação das periferias



Fonte: Pesquisa própria.

Na grande seca de 1932, foi localizado nessa região do Pirambu um dos dois campos de concentração que ficavam na entrada da cidade para impedir a chegada dos retirantes ao núcleo urbano central de Fortaleza. Como visto no capítulo 2, esta foi a resposta governamental para o deslocamento das multidões instituída pelo presidente do Ceará, Benjamim Barroso (o vice era Padre Cícero). O outro dos chamados currais do governo não ficava muito distante: o Campo de Concentração do Alagadiço encontrava-se próximo à estação de trem do Otávio Bonfim. Milhares de retirantes “eram conduzidos, assim que chegavam, diretamente para o ‘curral’ de arame farpado de onde não poderiam mais sair” (NEVES, 2007, p. 87).

Além da estratégia mencionada – cobrir os principais trajetos migratórios – os campos exigiam rigorosa disciplina e adesão contínua a novas tecnologias sociais: vida em comum, banheiros, horários rígidos, higiene pessoal, vacinação etc. A vida no interior dos campos era vigiada permanentemente por uma guarda armada e tornou-se um aprendizado de novas hierarquias, que se refletiam nas formas de trabalho empregadas nas obras públicas. [...] Vaqueiros e pequenos sitiantes – hábeis no trabalho agrícola que realizavam autonomamente com a família – tinham que aprender a obedecer ordens de engenheiros, chefes de seção e feitores. [...] A origem do poder de dar ordens e determinar as tarefas de cada um não provinha da propriedade da terra, como estavam acostumados, mas de um saber técnico que não dominavam. (NEVES, 2007, p. 91-92)

Naquele momento, os encurralados foram envolvidos em obras públicas como açudes, poços e barragens, mas nos anos 1940, como também já abordado, a medida tomada para lidar com a população interiorana que se dirigia à capital não foi mais contê-la na periferia da cidade, e sim dirigi-la para fora do estado, com o Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia (SEMTA) alistando diretamente nos campos de concentração a mão-de-obra que serviria à exploração de seringais e à ocupação do território amazônico. Depois de desativado, o prédio do Campo de Concentração do Alagadiço foi inclusive alugado pelo SEMTA para o funcionamento de um de seus núcleos de famílias, que eram separadas nessas expedições (NEVES, 2001).

Uma grande população pobre passou a se fixar em moradias precárias no entorno desses espaços de confinamento a partir de então. Segundo o Censo Demográfico 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Pirambu é o sétimo maior aglomerado subnormal do Brasil, com 42 878 pessoas vivendo em assentamentos irregulares – caracterizados como favelas, invasões, grotas, baixadas, comunidades, vilas, ressacas, mocambos, palafitas, entre outros.

Na década de 1970 o lugar onde hoje se encontra a comunidade das Goiabeiras, na zona costeira oeste de Fortaleza, ainda era coberto por manguezais, com dunas aparentes e

vista para as praias. O Plano de Desenvolvimento Integrado da Região Metropolitana de Fortaleza (PLANDIRF), de 1972, previu a abertura de vias como a Avenida Leste Oeste, que passava pelo Centro, integrando as duas costas (SANTOS, M.F.P., 2006). O objetivo era ligar o polo industrial do setor oeste da cidade ao Porto do Mucuripe, que recebeu o primeiro navio no fim dos anos 1940.

Depois desse momento, uma das ocupações mais expressivas que marcou esses “bairros novos”, como observou o vendedor de chegadoinho do documentário, acontece nos primeiros dias de 1986, em consequência do excesso de chuvas que caíram no fim do ano anterior.

Naquele ano, ficaram desabrigadas 3.954 famílias em Fortaleza. As famílias que ocupam os últimos lugares ainda intocados da faixa de praia da Barra do Ceará são pessoas provindas dos arredores que se encontram em situação precária e desumana por causa das enchentes e se organizam em busca de uma solução. Uma congregação de irmãs que atua na área (Filhas de São Vicente de Paula), incentiva e apóia as famílias na sua organização, a Defesa Civil ajuda com alimentos. Junto às pessoas iniciam a luta pela terra e saem em busca de um terreno adequado para abrigar-se, encontrando-o quase no final da Leste-Oeste. A data dois de janeiro de 1986 marca o dia da ocupação da área escolhida pelas vítimas das enchentes, que logo erguem barracas de lona para assegurar a posse do terreno. (FROSCHE, 2004, p. 75)

Um dos vendedores de chegadoinho entrevistados era criança quando sua mãe deixou uma casa alagada nas imediações da lagoa do Jangurussu, na periferia ao sul da cidade, e se instalou no Planalto das Goiabeiras, onde o governo do estado já havia construído, no início daquela década, um conjunto habitacional para a população de baixa renda, por meio da Companhia de Habitação do Ceará (COHAB). A ocupação de 1986 resultou numa ampliação do que é conhecido como Conjunto das Goiabeiras, em função de um mutirão realizado pela Companhia Municipal e Habitação Popular (COMHAP), como pode ser visto na imagem já apresentada na página 160.

Filho: Tinha o rio Cocó e a mãe tinha medo da enchente. Que lá tinha marca de mais ou menos assim... um metro, na parede. De enchente.

[...]

Mãe: Aí eu tinha medo da enchente vir e matar a gente. Aí eu peguei... Nós fizemos foi desmanchar a casa todinha. Era de taipa. Uma casa réa<sup>75</sup> de taipa. A gente tirou só as telhas, aí trouxe numa Mercedes pras Goiabeiras. Aí fizemos um barraco lá. Aí depois a gente fez bem boazinha de tijolo, aí a gente vendeu... Nas Goiabeiras era um terreno baldio, um terreno. Era terreno que a gente... o pessoal invadiu.

[...]

Filho: Em 86, a gente tava nas Goiabeiras.

---

<sup>75</sup> “Velha”, sem muito valor.

A vida dos vendedores de chegadinho aos poucos vai se confundindo com a história de Fortaleza.

### 6.3 O valor do chegadinho para os vendedores

Quando iniciei esta pesquisa, procurava saber sobre esse som que surgia e desaparecia, impondo-se por um momento no ambiente sonoro da cidade onde passei a maior parte dos meus anos, da infância à fase adulta. Associei-o timidamente à estética e à arte, e de forma mais convicta a uma vivência poética do lugar, à contemplação do ordinário enquanto belo. Aquele tinir do triângulo carregava um sentido íntimo, que mais tarde pude compartilhar com algumas pessoas. Mas não exatamente com os vendedores de chegadinho.

Os valores que os vendedores de chegadinho atribuem a sua própria prática são outros. Se pudesse, a maior parte deles teria outra profissão. Apesar de agradar a uns tantos habitantes, também enfrentam muito descrédito – como possivelmente acontece ao conjunto da classe ambulante. Talvez seja por conta dessa desvalorização como trabalhadores que às vezes sejam provocados ou mesmo destratados em plena rua, como aparece em seus relatos. Sabem principalmente que o duro trabalho que envolve a produção e a venda do delicado biscoito artesanal que levam não é integralmente pago quando as doces folhas deixam o tambor – quando o deixam. Dona Ana, por exemplo, acha que as pessoas comprem porque acham bom, mas não sabem “o trabalho que dá”.

Numa caminhada, costumam vender de R\$ 10 a R\$ 50, sendo esses valores considerados para dias de venda entre muito ruins e bem satisfatórios, respectivamente. Considerando o que repassaram as fontes deste trabalho, o valor de uma folha de chegadinho nas ruas de Fortaleza é de mais ou menos 27 centavos, podendo ser vendida entre 15 e 50 centavos de real. Há vendedor que acredita que o chegadinho não pode valer mais que um pão. “Não tem cabimento”, diz um ex-vendedor que hoje apenas produz para outros ambulantes revenderem. Alguns procuram não baixar tanto o preço, para não “trabalhar de graça”. Os que insistem em cobrar mais que a maioria dos colegas costumam ouvir reclamações das pessoas nas ruas. Alguns fregueses mexem com os brios dos ambulantes, como quando lhes perguntam se não lhes pesa na consciência andar por aí roubando, por cobrarem tal preço.

Às vezes me chama de ladrão. Aí eu digo: “Ei, psiu, espera aí, não faz assim, não. Eu não desconcordo com a senhora, não. É porque eu compro caro, compro tantas,

já tô comprando de outros. Por isso que eu tô vendendo a esse preço. Mas também, a senhora me desculpe pelo que eu vou lhe dizer pra senhora. Não é obrigado a senhora comprar. O dinheiro é da senhora, a mercadoria é minha. Não tem problema”. (Sebastião, vendedor e produtor)

O que se percebe é que a maior parte dos vendedores prefere submeter-se a um duro trabalho com o chegadoinho a se renderem a outras formas de sobrevivência, menos honradas para eles. Alguns já convidaram jovens desempregados de suas vizinhanças a se juntarem ao pequeno empreendimento, pois haveria mais chances de prosperarem juntos. Mas contam que a maior parte desses rapazes não se encantou com a ideia de fazer e vender chegadoinho – como a maioria dos entrevistados fez, vinte anos atrás. Diante dessas negativas, alguns reagem como Miguel, para quem muitos garotos “acham melhor assaltar, roubar, matar um pai de família pra tomar o dinheiro. Porque hoje não querem mais trabalhar. De jeito nenhum! Querem é moleza!” (Vale dizer que ele não menciona ter convidado para a tarefa seu próprio filho, que é empregado de uma firma no centro da cidade.)

Sobre a violência que parece ser crescente no cotidiano da cidade, talvez ela seja um dos motivos pelos quais muitos habitantes fecharam suas portas para as ruas e passaram a desconfiar daqueles que as percorrem. Por trás dos portões cerrados e de muros altos, ficam mais distantes dos vendedores de chegadoinho e, mesmo quando desejam o biscoito, por vezes desistem de comprá-lo porque não conseguem transpor todas as barreiras físicas – e também mentais – que os separam do contato com os ambulantes, sempre em marcha. Estes, confundidos com ladrões ou até por vezes assim chamados, são eles mesmos vulneráveis aos legítimos laráprios, aos quais temem não só por poderem lhes tirar o dinheiro, mas também a própria vida.

Os ambulantes do chegadoinho também falam sobre como sua saúde é maltratada pelo próprio caráter da lida. Enfrentam diariamente o sol incidente da tarde e, quando produzem o que vendem, também as altas temperaturas à boca do forno a carvão, por horas a fio. Muitos acreditam que alguns colegas morreram mais cedo do que poderiam em decorrência desse trabalho. Por repetidamente tomarem banhos frios depois de assarem os biscoitos e, logo em seguida, saírem para as ruas, por exemplo. O avô de um entrevistado desapareceu, para nunca mais ser visto, num dia em que havia saído para buscar chegadoinhos na fábrica que abastecia a família de vendedores. Narram esse tipo de histórias.

Alguns vivem como se contassem com mais nada, além da sorte, para melhorar suas condições de vida. Certa vez, um deles tocou uma música de sua autoria – sobre chegadoinho – no programa “Ceará Caboclo”, da TV Ceará. Diz que, naquela edição, também se apresentou

o palhaço Tiririca. O artista, que animava pequenos circos no estado desde a infância, não havia ainda estourado nacionalmente com a canção “Florentina”, nem participado de quadros humorísticos em emissoras de São Paulo, muito menos se tornado o deputado federal mais votado do país nas eleições de 2010. É como se a sorte tivesse chegado muito próximo daquele vendedor de chegadinho, sem no entanto atingi-lo.

Esse tipo de espanto, por ter visto a fortuna acontecer muito perto de si, com pessoas cuja vida não diferia muito das suas, também teve um outro ambulante.

Eu vendia (na) Praia do Futuro, Caça e Pesca. Na época daquelas barracas ali do Caça e Pesca, era umas barraquinhas de lona. Já tinha o Chico do Caranguejo. O Chico do Caranguejo na época vendia caranguejo nas costas. Eu me lembro. Eu sei porque (era) eu sempre vendendo minha chegadinha e ele andando nas barraca vendendo os caranguejo. E hoje é podre de rico [ri]. Pra cê ver, né? [ri] Eu conheço ali um bocado. Ali tudo foi pobre. Tudim. Na época... E eu ainda vivo do meu ramo... (Sebastião, vendedor)

A própria forma como os vendedores de chegadinho se comportaram diante de minha disposição a estudar seu ofício de ambulante – a desconfiança num primeiro momento, e o divertimento logo a seguir – parece demonstrar algo sobre o valor que eles davam à sua atividade, quando se iniciou a pesquisa (embora possa mostrar também a impressão deles quanto à maneira como pessoas fora do círculo de vendedores consideram seu trabalho). Certamente não esperavam um interesse alheio que não fosse tão passageiro quanto uma matéria para rádio, televisão ou jornal. Mas isso não significa que não dessem valor ao seu ofício. Muito pelo contrário. Eles o saudaram como o meio pelo qual foram capazes de sustentar a família, criar seus filhos e ter uma morada – fosse pagando aluguel, comprando ou construindo suas casas.

– É uma boa ocupação?  
 – Olhe, criei meus seis filhos, consegui umas cinco casinhas, e nunca pedi nada a ninguém. Podia ter feito até mais. É porque sou muito brincalhão. Gosto mais de gastar do que de ganhar. Acho bom. Por causa do ganho. Não tem hora combinada, não tem patrão. O vendedor ambulante trabalha no dia que quer.  
 – Mas o senhor disse que trabalhava todo dia.  
 – Trabalhava todo dia.  
 (Raimundo, produtor e ex-vendedor)

Alguns pagam a previdência social como autônomos.

Pago o INSS desde o tempo que eu saí de lá, da firma lá. [...] O contador de lá perguntou se eu ia continuar pagando o INSS. Eu disse: ‘Claro, que agora é que eu vou precisar de vocês, por causa que eu vou trabalhar autônomo!’ Se eu passar três dias dentro de casa? Quatro dia, cinco dia, uma semana dentro de casa, tenho o

mesmo direito de quando eu tava trabalhando aqui.” (Francisco, vendedor e produtor)

Há quem já receba aposentadoria, embora siga trabalhando. “É eu e a mulher, aposentados. Mas a aposentadoria de salário mínimo é muito pouco”, diz. Outro aposentado afirma não gostar de estar sem fazer algo. “Não gosto de estar em casa, não, jovem. Me dá assim uma falta de paciência, ó! A gente entra, vai prum canto, vai pra outro. Não! Eu, heim! [...] Às vezes acontece dum cara se encostar numa rede e de se entrevar as pernas. Aí cadê? O que foi que fez na vida? Não... Até quando eu puder, que Deus me der saúde, eu vou trabalhar”, garante.

Seu trabalho acaba servindo para complementar a renda, assim como a pequena mercearia que a esposa mantém para abastecer a vizinhança – ainda sem balcão e prateleiras, funcionando mais a partir de uma despensa um pouco mais farta, de onde a senhora tirava os produtos quando lhe solicitavam à porta de casa. Assim, o casal tem liberdade para alguns luxos: “Quando nós quer comer uma coisa, não tem nada caro, não. Deu uma vontade, nós vai comprar e comemos”, conta o senhor, que quando solteiro passou por momentos em que tomava o caldo do feijão no almoço e os carochos à noite, economizando para pagar a casa.

Um outro abriu mão de emprego assalariado em um açougue de supermercado, onde trabalhou por oito anos, porque o chefe o impediu de acompanhar a esposa, grávida, à consulta médica. “Fiquei chateado, não pisei mais nem o pé lá. Aí os filho dele diziam: ‘Cê vai trabalhar de chegadinho, cê vai morrer de fome’. Eu digo: ‘Eu, morrer de fome? Tá é brabo! Eu tenho muito meio pra mim me virar’.”

Para um dos entrevistados do documentário de Djaci José, as máquinas de fazer chegadinho são praticamente máquinas de fazer dinheiro, e aqueles que possuem coragem para andar e vocação para vender nunca passarão fome em Fortaleza. Eis o trunfo desses ambulantes, especialmente os que também são produtores. Assim, eles não deixam – nem poderiam deixar – de valorizar sua prática, embora o façam de uma forma diferente daquela como valorizam alguns compradores.

Quando perguntei o que faria se não fosse vendedor de chegadinho, um deles disse que era muito difícil arranjar alguma outra coisa, porque não tem estudo, e para todo emprego hoje em dia as pessoas exigem que se tenha muito estudo. Já ele, mal sabe assinar o nome. Um outro vendedor entrevistado, que fez até a quarta série do antigo ensino primário, demonstrou o desejo de ainda voltar aos estudos. “Eu tinha vontade de estudar, mas não posso, né? De manhã eu tenho que fazer o chegadinho, de tarde tenho que vender. Como é que estuda, né? Também já tô... mais pra lá do que pra cá”, diz o vendedor de 67 anos,

comentando ainda que só poderia voltar às salas de aula recebendo algum tipo de bolsa do governo.

Apesar das dificuldades em conseguir outros empregos por conta do baixo nível escolar, a maior parte dos ambulantes admite que, como alternativa, o ramo do chegadinho é uma boa ocupação, procurando ver seus lados positivos.

Gosto [do trabalho]. É um meio de vida. Muita gente diz que faz bem, por causa do coração. (José, vendedor, 45 anos)

Vender chegadim? Se eu tivesse bom das pernas eu já tava era pedindo pra ir fazer de novo, pra mim vender. Eu achava era bom. Que num instante eu vendia. (Inácio, 26 anos, que tem a coluna comprometida devido a problemas de saúde)

– O senhor gosta de vender?

– Gooosto.

– Mais do que o açougue?

– Ah, muito melhor! Ora, foi a melhor coisa que eu fiz na minha vida foi ter saído de negócio de cortar carne. É como se diz: é muita dor de cabeça. Eu trabalhei lá oito anos e até hoje meu patrão vive atrás de mim, que eu vá trabalhar mais ele. Mas eu não quero. Porque trabalho pra mim mesmo, né? (Francisco, 37 anos, produtor e vendedor)

Gosto, eu dou o maior valor. É um ramo bom, é um ramo bom. Não é ruim, não. Eu mesmo continuo ainda, ainda hoje aí. Se eu fosse um cara preguiçoso... Olhe, eu tenho uns barracos véi<sup>76</sup> alugado aí, e tenho meu aposento<sup>77</sup>. Dava muito bem pra eu viver! Mas o negócio é que eu gosto muito de trabalhar. (Miguel, 62 anos, produtor e vendedor)

[Os mais jovens] não querem [vender] porque têm vergonha. Mas se eles soubessem como é tão bom! Porque eu sustento eles aqui tudim com isso aí. Dá pra ganhar... Agora tem que saber vender, também, né? Pra ganhar também, né? Porque se não souber vender, não ganha dinheiro, não. (Sebastião, 48 anos, vendedor)

Chegadinha é uma coisa que... É uma coisa certa, que eu vou sabendo que eu vou ter aquele dinheiro na certa. Aí trabalhar numa firma, ou num emprego, eu vou passar tantos dias sem [receber]... Aí eu não posso. Não tem condição, não. Aí eu prefiro vender chegadinho. [...] Às vezes quando a coisa aperta mesmo, acaba voltando a vender. (Paulo, 33 anos, produtor e vendedor)

Depende do chegadinho a própria sobrevivência desses trabalhadores na cidade. Nele encontram meio de subsistir quando lhes falta escolaridade ou aptidão necessária para serem aceitos em outros empregos, ou mesmo quando não se sentem suficientemente respeitados pelos superiores quando exercem de forma satisfatória trabalhos assalariados.

Paulo, um dos mais jovens vendedores entrevistados, já foi servente em empresa de limpeza terceirizada pela Prefeitura Municipal de Fortaleza e também já tentou manter, na sala da casa onde morava, seu próprio pequeno empreendimento de informática: uma

<sup>76</sup> Velhos, sem muito valor.

<sup>77</sup> Aposentadoria.

*lanhouse*. No entanto, a inadimplência daqueles a quem prestava serviços – instalação de sistemas operacionais e programas, limpeza de disco rígido, manutenção de antivírus, construção de *websites* – fragilizou o negócio. Quando o encontrei novamente, quatro meses depois de nossa primeira conversa, ele já estava vendendo os computadores. “Em relação à *chegadinha*, eu tava comparando esses dias: *chegadinha* dá mais do que *lanhouse*”, comentou. As mesas para os computadores haviam desaparecido, mas o forno a carvão estava lá.

A vida urbana não deixa de ser, às vezes, demasiadamente dura para esses homens, e é muito comum encontrar vendedores de *chegadinho* interioranos que gostariam de voltar à terra natal, à qual ainda estão atados emocionalmente e de cujo estilo de vida – plantar, pescar, nadar no açude – sentem alguma falta. “Eu me aposentei com 60. [...] Falta eu vender a casa... e ir pros interior. Nós tem casa lá no interior, tem terreno próprio. Tem pra onde nós ir”, conta Miguel, 62 anos. No passado, porém, os meios de subsistência de lá não lhes bastaram – situação que, em algum momento, se tornou determinante para que decidissem ir à cidade e nela permanecer até hoje.

Alguns vendedores de *chegadinho* nascidos na capital, por sua vez, também parecem preferir a Fortaleza de outrora, menos atribulada, menos violenta, menos adensada. Era uma época em que forças fora de seu controle ainda não os tinham feito deixar de morar perto das áreas centrais, levando-os às periferias – onde tentaram adaptar suas rotas ou, quando isso não foi possível, de onde passaram a se deslocar diariamente até o Centro. Enfim, uma Fortaleza quando também havia mais vendedores de *chegadinho* nas ruas, como a maioria deles conta. E também mais compradores de *chegadinho*, como aparece na fala de Francisco: “A gente que vende *chegadinho*, antigamente dava. Mas hoje não dá mais que nem antigamente. Antigamente nós pegava uma lata de *chegadinho* dessas aqui, nós ia em casa, voltava, pra poder pegar outra lata, porque não dava. O pessoal mudou...”

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizaremos a apresentação desta pesquisa partindo do processo de territorialização identificado e do que ele pode dizer sobre o território urbano de Fortaleza, retomando algumas ideias e conceitos que fundamentaram a investigação e relacionando-os à prática observada. Concluiremos com algumas reflexões suscitadas ao longo da pesquisa e que abrem caminho para novos questionamentos.

### 7.1 Prática territorializante

Compreendendo territorialidade como “o pressuposto geral para a formação de territórios (concretamente constituídos ou não)” (HAESBAERT, 2009, p. 36) ou a sua dimensão simbólico-identitária, e territorialização como o processo pelo qual agentes sociais efetuam território (ARAUJO, 2007), a partir de relações sociais e correlações de força envolvendo o controle do – e pelo – espaço, seja via dominação, de ordem mais concreta, ou modos de apropriação, de caráter mais simbólico (HAESBAERT, 2009), esta pesquisa identificou em Fortaleza um processo de territorialização centrado na venda do biscoito popularmente chamado *chegadinho* – ou *chegadinha*, ou *chegadim*.

Entre os métodos utilizados, foi realizada pesquisa em bibliografia acadêmica e em hemerotecas e bancos de dados de periódicos, sendo possível desenhar um panorama histórico e memorial da prática. Junto aos vendedores de *chegadinho*, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, a partir das quais pude fazer contato a partir de diversos expedientes. Além disso, informantes foram mobilizados pela internet para a localização desses eventos sonoros, o que contribuiu para minimizar as limitações de tempo e espaço no curso da investigação.

Falamos de eventos sonoros porque, para que se dê esse processo de territorialização, é de fundamental importância o som do triângulo tocado ao longo dos percursos empreendidos na cidade. A performance a esse instrumento está profundamente imbricada à prática, que emerge como padrão de fenômeno social associado à hierarquização do espaço físico como espaço social (BOURDIEU, 1997). O som é utilizado para comunicar a passagem dos ambulantes do *chegadinho* por áreas residenciais, e a frequência com que esse chamado sonoro é atendido é um dos fatores mais preponderantes para o estabelecimento dos itinerários. Os vendedores, por sua vez, são bastante metódicos em seu fazer, conservando uma rotina diária de trabalho e mantendo uma grande regularidade nos horários em que passam por determinados pontos de seus percursos, ainda que não levem consigo relógio.

A partir da análise dos percursos traçados em Fortaleza, é possível perceber uma tendência de que os fluxos partam da zona oeste para a zona leste, mas talvez seja mais acurado dizer que eles acontecem a partir de áreas com menor concentração de renda para outras de maior – ou, ainda, de bairros residenciais das camadas populares para bairros residenciais de camadas de média e alta renda (Figura 34). Os espaços de moradia desses ambulantes coincidem com espaços que as políticas públicas orientaram à fixação de população de baixa renda – desde os campos de concentração que receberam os retirantes das secas entre as décadas de 1910 e 1930, até os conjuntos habitacionais construídos a partir de iniciativas dos governos federal, estadual e municipal dos anos 1940 até os dias de hoje – e que mais dificultaram o acesso do que integraram essa população ao núcleo original da cidade.

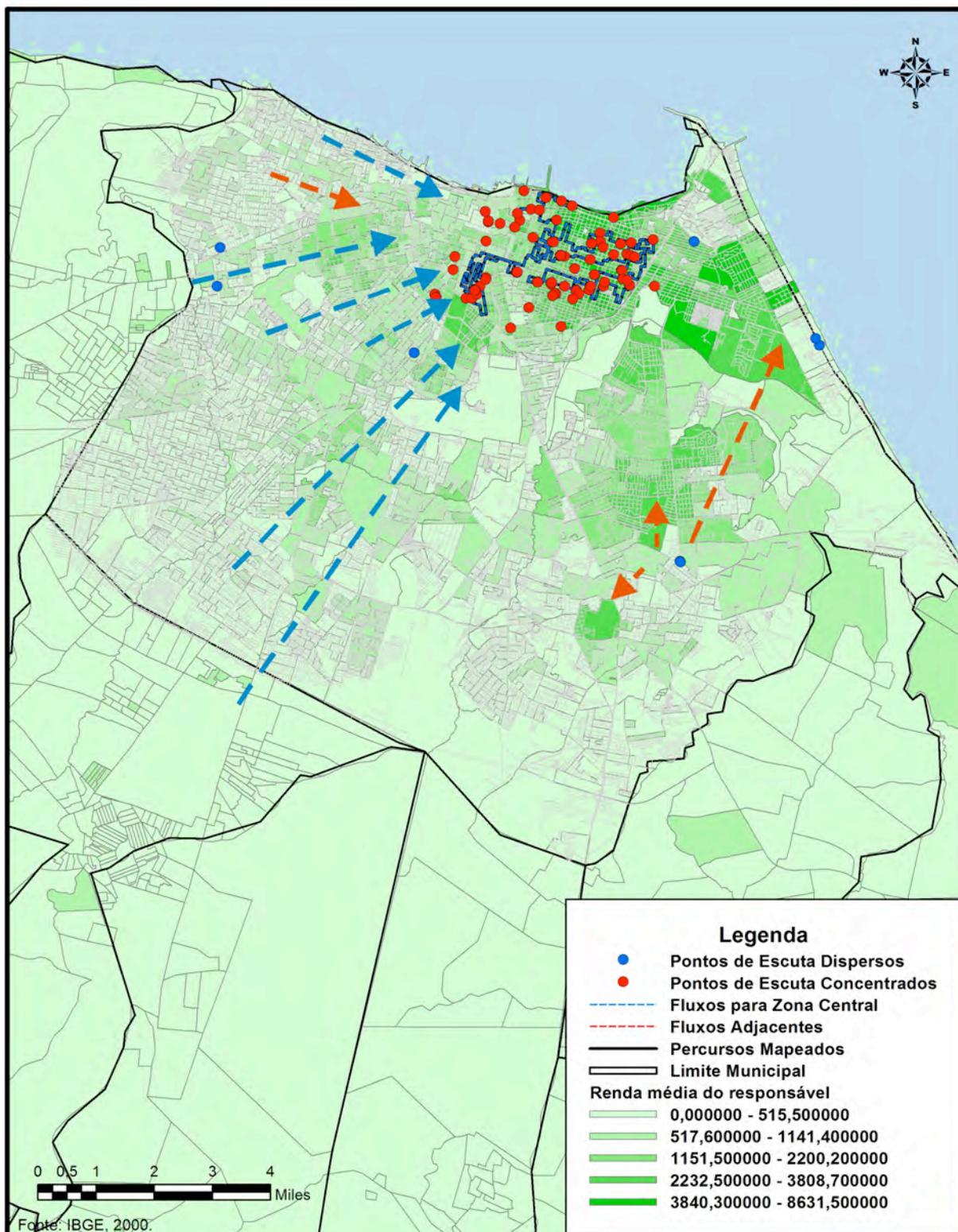
Embora tenha se registrado pontos de escuta de vendedores de chegadoinho no Centro, as rotas que puderam ser traçadas apenas margeiam essa área, onde os conflitos relativos à fiscalização de ambulantes vêm se acirrando desde a década 1940. Ainda, é interessante perceber que os vendedores que informaram integralmente suas caminhadas realizam um movimento do Centro em direção à Aldeota que reproduz ou acompanha o vetor de deslocamento de residências e varejo característicos de camadas mais altas, movimento que se estabeleceu na dinâmica urbana de Fortaleza a partir da segunda metade do século XX.

Chegamos aí ao significativo desse processo de territorialização escolhido como objeto, ou seja, às suas formas materiais ou sociais duráveis georreferidas (ARAUJO, 2007), conforme explicitado no Capítulo 2<sup>78</sup>. Considerando um conjunto de percursos praticados e os períodos, frequência e duração dos trajetos assinalados acusticamente, percebemos como esse fenômeno se comporta de forma específica na cidade de Fortaleza. Outro componente da territorialização enquanto constructo sógnico é o significado, que se dá em função da intencionalidade dos praticantes. Para compreendê-lo, buscamos captar o que leva os vendedores a empreenderem tais percursos.

---

<sup>78</sup> Lembrando que o território, enquanto constructo sógnico, é o conjunto que envolve outros três domínios imbricados e inseparáveis: significativo, significado e sentido, em contante interrelação (ARAUJO, 2007).

Figura 34 – Mapa de fluxos entre zonas de baixa renda e alta renda



Fonte: Pesquisa própria.

Essas intenções vão desde a assumida necessidade de se fixar na metrópole a partir de uma oportunidade de trabalho e alojamento (especialmente para os que migraram do interior para a capital, maioria dos entrevistados), passando – no caso dos percursos em si – por questões de segurança (evitando-se ruas desertas, bairros com histórico de violência contra vendedores, ou onde haja casas com cães brabos, por exemplo), para fugir da competição com o nível sonoro produzido por tráfego automotor nas avenidas, em função da transmissão do traçado de percursos entre ambulantes veteranos e novatos, com influência também da permissão ou proibição no acesso a espaços privados com características de público ou públicos com características de privado (como condomínios, estádios, centros culturais ou *shopping centers*), entre outros fatores. Mas, principalmente, os ambulantes procuram se dirigir aos locais onde percebem uma melhor realização de vendas.

Os hábitos dos consumidores – se estão em casa, se estão vendo a novela – são observados por esses vendedores, que aprendem aos poucos a lidar com um grande volume de informação colhida ao longo dos trajetos. Até mesmo quando os fluxos acontecem em áreas próximas aos bairros onde moram, os vendedores escolhem espaços em que reside ou pratica o lazer uma população com melhores situações socioeconômicas. É o caso do ambulante da zona sudeste da cidade, que busca o Centro das Tapioqueiras, a Praia do Futuro, a Casa de José de Alencar e o estádio Castelão, e também do que vive nos limites entre o município de Caucaia e Fortaleza, e que demonstra vontade de percorrer o interior do Conjunto Tabapuá, por estar seguro de que obterá bons resultados<sup>79</sup>.

A investigação tentou ainda abarcar o sentido – ou sentidos – que possa(m) vir a se constituir a partir das múltiplas relações entre os sujeitos territorializadores e demais envolvidos nesse processo dialógico (seus “alteres”), procurando conhecer os valores a partir dos quais a prática se funda e se mantém. Com base nas abordagens de Milton Santos (1999) e de Michel de Certeau (2009) sobre o espaço, o estudo se dedicou ao cotidiano – ao espaço banal e à historicidade cotidiana, respectivamente. Aí encontramos uma espécie de jogo de chegar perto: o conjunto da prática dos vendedores de chegadoinho acaba por consistir em uma tática que permite a aproximação entre habitantes de contextos de baixa renda e habitantes de contextos de média e alta renda, no qual o triângulo é peça fundamental.

---

<sup>79</sup> “Apesar da localização deste conjunto até hoje ser considerada periférica e de apresentar elevado grau de parcelamento dos lotes ao longo do tempo, podemos identificar que o nível socioeconômico do responsável pelo domicílio adquire distinção em relação ao seu entorno imediato. A média de rendimento dos moradores do conjunto é maior do que o dobro da média de rendimento dos domicílios adjacentes.” (ARAGÃO, Thêmis, 2010, p. 107)

Parece não importar o quão cingida possa estar a cidade, o quão longe – física e simbolicamente – estejam seus habitantes. Os caminhantes enfrentam essas longas distâncias, distraíndo-se e distraíndo aqueles que são sensibilizados ao longo do caminho com o toque agudo e cadenciado do instrumento. Até mesmo o fato de ser um pregão sem voz parece contribuir para o sucesso desses encontros: o triângulo não carrega as marcas imediatas que a baixa escolaridade ou as origens rurais e urbano-periféricas deixam na língua falada. É tão rico e complexo o contexto de referencialidades que envolve essa prática, em especial sua sonoridade, que há inúmeras ideias às quais sua escuta pode levar, antes que o habitante-ouvinte chegue à lembrança da pobreza e seus estigmas. Faremos a seguir um retrospecto com alguns dos dados mais relevantes levantados durante a pesquisa, relacionando-o às bases teóricas lançadas previamente.

## **7.2 Recapitulando**

Vimos no capítulo 4 que, ao longo do século XX, o ambulante foi deixando de ser uma figura respeitada em Fortaleza. No início do século, era elemento extremamente necessário na vida urbana, responsável pela distribuição de muitas mercadorias de primeira necessidade – como carne, leite e verduras – para as moradias, até mesmo nas proximidades do Centro da cidade. O aparecimento do automóvel e da refrigeração foi permitindo uma maior mobilidade até os locais de fornecimento de produtos e o estabelecimento de pequenos mercados nos bairros, tornando a venda ambulante acessória.

A atividade entra em uma espécie de decadência num momento em que mais pessoas passaram a buscar nela uma alternativa de ocupação. A explosão demográfica que teve seu auge ao longo da década de 1950, resultante de intensas migrações entre o campo e a cidade, quase duplicou a população de Fortaleza naquela década, levando muitas pessoas a recorrerem ao mercado informal, ocupando principalmente as áreas centrais da capital cearense.

Diante do agravamento de questões sociais e econômicas que se refletiram no espaço, e sem conseguirem propor soluções efetivas para as causas desses grandes problemas, os poderes públicos se mobilizaram para controlar seus efeitos. Entre estes, estava o que passou a ser chamado generalizadamente de comércio ambulante – embora a venda que preocupasse os atores hegemônicos fosse mais a que visava a fixação em espaços públicos do que aquela que, de fato, era exercida em movimento. Esse processo acabou por estigmatizar a prática da venda ambulante e seus trabalhadores.

Como pano de fundo, temos ao longo desse período diversas mudanças nos hábitos e nas sensibilidades, entre as quais destaca-se aqui aquelas que se dão em função do surgimento de novas sonoridades, advindas de um novo maquinário – do automóvel ao rádio. Nesse contexto, artefatos ruidosos podiam conotar progresso, poder, distinção. Também começaram a enfatizar a crescente proximidade física entre os cidadãos, uma vez que a potência sonora gerada em muitas atividades do dia-a-dia ampliava seu próprio raio de alcance, aumentando os choques entre privacidades, as invasões ao espaço do outro.

Ao passo em que foram sendo inaugurados novos conflitos relacionados à convivência na cidade, alterou-se a sensação de velocidade – velocidade de informação, velocidade de deslocamento. Estas se aceleram. Para marcar o dia, sai o sino da igreja e entra o relógio da praça, colocando o tempo matemático no centro da vida cotidiana, instaurando uma sincronicidade que passa a uniformizar os usos que cada um faz do seu próprio tempo.

Tudo isso a passagem do vendedor de chegadoinho parece subverter. O tempo marcado com o triângulo é o que combina com seu próprio passo. O som que emite não requer amplificação elétrica. Estamos diante de uma atividade associada a uma escala humana, desde a cozinha até as calçadas. Embora enredado numa conjuntura de baixa valorização de sua profissão, evitando espaços em que os carros rugem, à mercê de um agendamento das disponibilidades dos próprios clientes, o vendedor de chegadoinho se insere nesse contexto urbano relativamente novo como um fator de permanência de outros tempos da cidade.

“Bela é uma cidade velha”, entoia Fagner em um disco de 1979<sup>80</sup>. Ouvir o vendedor de chegadoinho passar abre uma janela não só para o presente das ruas, mas para o passado da cidade, um passado muitas vezes encarado de forma nostálgica. Vendedores de chegadoinho vivem o espaço e o tornam sensível, para ser vivido por outros de uma forma particular. Exercem o espaço relacionalmente. Espalhando-se pelas ruas, tecem uma infinidade de interligações quando estão em marcha: tanto ligam espaços da cidade em seu movimento quanto acionam o desejo, a contemplação e as lembranças dos habitantes – desejo, contemplação e lembranças que, não raro, envolvem em alguma medida a própria cidade.

Um cidadão tocado pela aproximação do ambulante não precisa necessariamente interpelá-lo – às vezes nem mesmo se mover – para se conectar a algo diferente do que estava vivendo no momento imediatamente anterior àquele em que tomou consciência do som do triângulo. Quando compra chegadoinho, sela o encontro e potencializa novas possibilidades –

---

<sup>80</sup> Verso da canção “Frenesi (Fosse paixão)” de Petrucio Maia, Francisco Casaverde e Fausto Nilo, registrada no álbum *Beleza*, lançado pela gravadora CBS.

ainda que sejam outros os ouvidos que serão adoçados da próxima vez. O conjunto desses vínculos, cujas dimensões são imensuráveis, molda um território fluido e descontínuo, apoiado também na escuta, remarcado pelo rastro sonoro dos caminhantes.

As enunciações pedestres dos vendedores de chegadoinho apresentam o aspecto fático destacado por Michel de Certeau, pelo empenho desses praticantes do espaço em garantir a comunicação, “estabelecer, manter ou interromper contato” (CERTEAU, 2009, p. 165). Seleccionam o que vão usar do repertório urbano que lhes é dado e deslocam os “significantes da ‘língua’ espacial” (idem, p. 165) pelo uso que deles fazem. Instaure-se, aí, a retórica de suas caminhadas. Atualizam possibilidades de acesso e proibições em suas repetidas incursões pela cidade, de cujo sistema – urbanístico – não podem se desvencilhar, apenas assumir e tentar manipular a seu favor.

Como constituidora de um processo de territorialização, a prática dos vendedores de chegadoinho tem bases espaciais, mas seu trunfo reside nessa utilização por longos ciclos temporais, cujas unidades são praticamente diárias. Perguntei certa vez a um ambulante se fazia muito tempo que ele trabalhava com aquilo. “Não, faz uns oito anos”, respondeu. Se o vendedor de chegadoinho é o homem lento de Milton Santos (2002), não é apenas por se mover sem motores, mas por tornar significativo o que faz, às custas de sua própria tenacidade. Sua relevância só vem se revelando para o fortalezense médio nas últimas décadas. De quantas coisas não nos demos conta porque não duraram o bastante para que seu valor se constituísse como uma ideia mais amplamente compartilhada?

A permanência dos vendedores de chegadoinho, não somente nas ruas da capital cearense mas também num imaginário que parece se estabelecer, vem se fazendo de forma quase inaudita. Possivelmente isso se deve à própria necessidade de uma certa camuflagem. É preciso não incomodar tanto as pessoas com sua presença, pois pode ser que os poderes públicos e o chamado quarto poder (a imprensa, sua força sobre a opinião pública e suas retroalimentações pela via do senso comum) utilizem forças que lhes estão disponíveis para expulsar alguns grupos de determinadas áreas da cidade – como acontece com os camelôs e outros ambulantes, especialmente no Centro.

Os vendedores de chegadoinho, ao contrário, estão apenas de passagem, rápida passagem. Parecem preferir se manter escondidos pelos cantos, longe de onde as disputas pelo uso do espaço se acirram. Mas o termo aqui não seria preferência, e sim contingência, pois eles não possuem forças suficientes para impor sua presença em determinados espaços. Assim, buscam outros caminhos possíveis, abreviam sua presença movimentando-se, e acabam não chamando tanta atenção.

Mas como não chamar atenção quando é fundamental fazê-lo? Esses trabalhadores parecem ter chegado a um equilíbrio. Ou melhor, ao princípio da economia como evocado por Certeau no modelo teórico da ocasião. Aproveitam um dos poucos recursos que lhes restam: o saber-memória. Ao longo dos dias e anos, acumulam um amplo conhecimento sobre dinâmicas da cidade que influem sobre o seu fazer. Possuem guardada uma biblioteca de lances – tentativas e erros, tentativas e acertos – colecionados nas partidas jogadas cotidianamente, no tabuleiro da cidade de traçado em xadrez.

Esse aprendizado gotejante os qualifica a cultivar a ocasião, a percebê-la e aproveitá-la, por mais curto que seja o intervalo em que uma possibilidade se abre diante deles. Quanto mais saber-memória se acumula, menos se precisa de tempo. Quanto menos tempo há, mais os efeitos aumentam. Um dos efeitos observados na prática dos vendedores de chegadoinho reside na capacidade do som por eles emitido cruzar os limites entre o espaço público e o privado, sendo majoritariamente tomado como algo positivo, desejado, quando não neutro. Foi extremamente raro encontrar manifestações de desconforto ante à escuta do triângulo que anuncia o biscoito.

Talvez isso se deva ao fato de que é muito curto o momento em que essas emissões emergem mais claras e definidas no ambiente sonoro. Se comparado a outros tipos de intrusões e abusos de ordem acústica que surgem da hiperconvivência na cidade, o triângulo do vendedor de chegadoinho não deixa de parecer um tanto irrelevante para fins de uma cruzada. Surge apontando disponibilidades e muitas vezes desaparece antes mesmo que o ouvinte se decida em favor de um desejo suscitado. Seduz.

O campo da Música desenvolveu o conceito de dinâmica, que diz respeito à variação da intensidade dos sons ao longo de uma peça. Compositores e intérpretes vêm explorando esse tipo de recurso por toda a modernidade. Ora, a passagem dos vendedores de chegadoinho por um ponto em uma vizinhança pode ser percebida pelo habitante-ouvinte como um *crescendo* seguido de um *diminuendo*. Quando *piano*, o ambulante está ao longe. Quando *forte*, está perto de quem ouve. A experiência pode culminar em *fortissimo* quando o sujeito à escuta se encontra com o ambulante, indo ao *pianissimo* quando o tilintar vai se perdendo na infinidade de outros sons urbanos, chegando ao ponto de não mais poder ser distinguido entre eles. Tal vivência pode mover os habitantes, mesmo sutilmente, e os vendedores estão cientes disso. Assim, experimentando e dosando os procedimentos na articulação de som, espaço (deslocamentos, ambiências) e tempo (andamentos), conseguem encontrar um espaço onde ainda é possível trabalhar.

Eis a *métis*, essa inteligência que se manifesta por meio de uma prática, a partir da qual um sujeito que carece de forças pode sair favorecido, mesmo quando a composição de lugar lhe é desfavorável. Como vimos, isso se dá em função de um tempo acumulado, capaz de modificar a relação de forças estabelecidas. Como em Certeau, “na composição de lugar inicial, o mundo da memória intervém no ‘momento oportuno’ e produz modificações do espaço” (CERTEAU, 2009, p. 148).

Driblando os aparelhos de um espaço disciplinar, os vendedores de chegadoinho conseguem o que está proibido<sup>81</sup> – ainda que nessas proibições estejam incluídas práticas que propiciam sentimentos de pertencimento e de envolvimento dos habitantes com sua cidade, e de onde se pode exumar patrimônios culturais ainda pouco conhecidos, que dizem respeito à própria identidade de um povo. Interessa compreender como se dão esses movimentos astuciosos que, num espaço controlado, se mantêm ativos e tornam possível o próprio circular.

Este trabalho procurou investigar a prática cotidiana dos vendedores de chegadoinho dentro da problemática do enunciado, admitindo-se que os praticantes operam um repertório fornecido pelo sistema urbanístico, assim como o falante de um idioma opera seu respectivo sistema linguístico. Andar realiza a cidade, assim como quem fala realiza a língua. Como processo de apropriação do sistema topográfico e urbanístico, o ato de caminhar foi tomado como um léxico, tendo sido fundamental considerar os contextos do uso que os vendedores fazem do espaço.

Foi possível destacar usos particulares, singulares, próprios a cada um dos vendedores: cada um criou seu próprio caminho, seu próprio toque de triângulo, sua própria clientela. Figuras de estilo – maneira de usar elementos de um código aliada à maneira de ser própria do sujeito – se revelaram na descrição dessas retóricas ambulantes. Os traçados das trajetórias exprimem a forma desses enunciados, mas o que é ainda mais relevante é o próprio fazer e como ele se efetua. Nos modos de fazer reside a arte de moldar percursos, exercida aqui pelos vendedores de chegadoinho. É importante lembrar que, para Certeau, a compreensão de tal fenômeno não pode se dissociar de uma análise polemológica da cultura: refere-se aí a

---

<sup>81</sup> Seção II do Código de Obras e Posturas do Município de Fortaleza, Lei N.º 5.530 de 17 de dezembro de 1981. Da Poluição Sonora: Art. 619 – Nos logradouros públicos são expressamente proibidos anúncios, pregões ou propaganda comercial, por meio de aparelhos ou instrumentos, de qualquer natureza, produtores ou amplificadores de som ou ruídos, individuais ou coletivos, tais como: I. Trompas apitos, tímpanos, campainhas, buzinas, sinos, sereias, matracas, cornetas, amplificadores, alto-falantes, tambores, fanfarras, banda ou conjuntos musicais. Disponível em: <<http://www.fortaleza.ce.gov.br/images/PGM/legislacao/copmf.pdf>> Acesso em: 07 abr. 2012.

uma “arte da guerra cotidiana”, a correlações de forças que se exercem dentro de um mesmo campo.

Qual a importância dessa história para o Planejamento Urbano e Regional? Conhecer os co-produtores do espaço: seus usuários. Reconhecer suas práticas como constituidoras do território com o qual lidam os planejadores. Podemos abrir mão da posição de *voyeurs*, técnicos distanciados que vêm a cidade do alto, idealizando-a, totalizando-a. Podemos adotar, para o território, a “noção de totalidade dos atores agindo sobre o espaço”, como reivindicada por Milton Santos para a área do Planejamento Urbano (SANTOS, M., 1999, p. 18). Podemos nos abstrair da cidade conceito, como sugere Certeau, e nos reconectar a uma cidade que surge como resultado de uma infinidade de coexistências coincidentes no tecido urbano; uma cidade que não só é espaço para trajetórias que se cruzam e que se comunicam, que promovem resistências e mudanças, como é, ela mesma, produzida por esses cursos. Ela mesma é resistente e mutante.

### 7.3 Refletindo identidade

A passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas indica uma certa resistência, não só no que diz respeito à tenacidade dos ambulantes como também à imagem de cidade que persiste na lembrança de muitos fortalezenses. Ou melhor, à ideia de uma experiência da cidade que parece ser valorizada e que é identificada como característica de um tempo passado – um pouco apressadamente, pois embora os vendedores de chegadoinhos estivessem lá, nesse tempo pretérito, eles continuam sua lida no presente. Os homens lentos, mesmo não motorizados, continuam se fazendo escutar por sobre os ruídos possantes e incessantes do maquinário, que ronca em primeiro plano e zune no *background*.

A passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas também caracteriza hoje a própria metrópole. “Estou em Fortaleza”, pode-se pensar, ao se escutar um desses ambulantes, ao longe. E agora sabe-se que a cidade está ligada a várias outras, numa faixa territorial que vai de Salvador a Manaus, pelo som do triângulo dos vendedores de cavaco chinês, de cavaquinho, de cascalho. Biscoitos cuja difusão tem ascendência ibérica. Triângulo, instrumento que é tocado nos dias de hoje também em outras cidades iberoamericanas – nas mãos de vendedores de *obleas* e *barquillos* mexicanos, por exemplo.

Som que não ecoa mais apenas nas ruas, tendo sido alçado a indicador de lugar e usado deliberadamente na estruturação de um gênero musical, que acabou sendo cristalizado em meados do século XX. Este gênero – o baião, antigo lundu baiano revisitado por artistas

inseridos no contexto da indústria fonográfica e da comunicação de massa – foi essencial para a própria construção da ideia de Nordeste, “uma sofisticada criação de identidade regional” (ALBUQUERQUE Jr, 2006) que emergiu também nos últimos cem anos, território que começou a se impor como complexa construção sógnica antes mesmo de ser delimitado oficialmente como região.

Como componente desse processo, estão os sons e algo que podemos deles fazer: música. Como vimos, não foi a toa que Luiz Gonzaga escolheu o triângulo para compor o trio instrumental que estabeleceu para o baião, no fim da década de 1940. O que surpreende é por quanto tempo o instrumento e a própria prática que inspirou sua utilização – a venda de cavaco chinês (ou chegadinho, cascalho, taboca, cavaquinho) pelas ruas das cidades – ficaram de fora dos estudos sobre a chamada música popular brasileira, ou mesmo sobre o folclore, designação anterior usada para esse tipo de expressão (e sabe-se lá quantas mais ela terá no futuro).

Curioso é perceber que, assim como o som do triângulo do ambulante foi trasladado para a música, que por sua vez contribuiu para a consolidação da ideia de um território Nordeste, também a prática dá nome a uma rua. Imbricada relação entre território, som e prática. Esse logradouro fica em Natal, capital do Rio Grande do Norte, estado vizinho ao Ceará. A Rua do Cavaco Chinês está localizada em um bairro chamado Lagoa Azul, entre a Rua do Sequilho e a Rua dos Alfenins, paralela à Rua do Pé de Moleque. Fica próxima às ruas do Pífano, da Rabeca e da Sanfona, nas proximidades da Avenida do Baião. Por ali se pode caminhar pelas ruas do Ciclo do Couro e do Aboio, ou ir direto à Avenida Bumba Meu Boi. Podemos flunar pela Rua Patativa do Assaré ou pela Rua Zé Limeira, até dar de encontro com a Rua Casa Grande, dobrar na Rua do Açúcar e sair na Rua Senzala. A Rua Maria Bonita só não dá na Rua Lampeão porque se interpõe ao caminho a Rua Padre Cícero do Juazeiro. Mas podemos nos espriar pela Rua Praieira ou pela Rua dos Canudos, primeira depois da Rua Antônio Conselheiro.

Nunca estive lá, mas esse mapa que se abre diante de mim só me faz lembrar de um dia em que estive no Conjunto Palmeiras, em Fortaleza, bairro onde dizem haver uma fábrica de chegadinho. Por falta de fontes ou indicações mais precisas, acabei não fazendo pesquisa de campo no lugar. A visita à qual me refiro é anterior, e durante ela pude ver de perto seu próprio banco e sua própria moeda (as Palmas), num modelo de economia solidária que é referência em todo o mundo. No Conjunto Palmeiras, os nomes das ruas também são assim. E foi lá onde percorri a Rua do Pensamento. Cá estamos, pensando sobre esses lugares e sobre o

que as pessoas não só querem ou se vêem obrigadas a fazer neles mas, principalmente, o que fazem deles, e como elas mesmas os fazem.

Figura 35 – Rua do Pensamento, Conjunto Palmeiras, em Fortaleza



**Fonte:** Acervo pessoal.

A Rua do Cavaco Chinês fica num dos bairros mais novos, mais populosos e de mais baixos níveis de renda da cidade de Natal. O que vem bem a propósito de um questionamento sobre a riqueza da cultura popular e sobre a pobreza socioeconômica do povo, quando relacionadas no âmbito acadêmico. Muito me emocionei ao realizar esta pesquisa. Muito me surpreendi com o que encontrei nesse caminho. Afeiçoei-me ainda mais pela passagem do vendedor de chegadoinho pelas ruas de Fortaleza, que ganhou relevo e profundidade não

imaginados quando iniciei o trabalho. Mas quando penso no que será da prática investigada daqui em diante, o quanto ela pode vir a mudar em função de minha interlocução com os ambulantes e da leitura que as pessoas possam fazer desse texto, me preocupo mais com possíveis iniciativas pela sua preservação.

Primeiro porque uma cultura viva é uma cultura dinâmica, propensa à constante mudança. Em seguida, cabe dizer que, no campo da *métis*, o jogo está sempre sendo atualizado. Não se sabe qual será a próxima composição de espaço, quando o momento oportuno – *kairós* – ressurgirá, e como o saber-memória será operado nessa ocasião. Espero que os caminhos abertos pelos vendedores de chegadoinho em comunhão com os habitantes da cidade não se fechem, mas não podemos desejar que a conservação de uma prática como essa se dê em função da permanência de um estado de miséria para esses praticantes do espaço.

Em 1988, percebendo que nenhum dos ambulantes entrevistados para a matéria “O grito ambulante da resistência cultural” estava satisfeito com as penosas condições em que levavam suas vidas e que mudariam de ofício se tivessem a chance, os repórteres José Paulo de Araújo e Tarcísio Matos observaram que “a cultura tradicional resiste, em grande parte, graças à pobreza”.

Mais que uma resistência ‘culturalasca’, é uma forma de sobrevivência. Canto comercial magnético que atrapalha (ou passa despercebido?) entre fumaça de carros e buzinas de fábricas. Um grito sem eco na quinta maior cidade da oitava potência econômica do mundo. Um traço marcadamente sofrido de escapar às escoriações de um sistema que abafa a dignidade dos que postulam simplesmente aguentar.

A reflexão encontra eco nas palavras do dramaturgo Hermilo Borba Filho: “Que se deve desejar: o bem social do povo ou a sua chamada cultura popular? [...] Não pode haver duas respostas”<sup>82</sup>.

---

<sup>82</sup> *Diário de Pernambuco*, Recife, 04 set. 1977.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Jr. Durval Muniz. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 4.ed. rev. São Paulo: Cortez, 2009.

\_\_\_\_\_. **Nordeste**: uma sofisticada criação de identidade regional, homogeneizando o diverso. Rio de Janeiro: Secretaria de Educação a Distância do MEC, 2006 (Texto Base para Programa de Televisão). Disponível em <[http://www.cchla.ufrn.br/ppgh/docentes/durval/artigos/segunda\\_remissa/nordeste\\_sofisticad.pdf](http://www.cchla.ufrn.br/ppgh/docentes/durval/artigos/segunda_remissa/nordeste_sofisticad.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2011.

ALENCAR, José Martiniano de. **Iracema**: lenda do Ceará: texto integral. São Paulo: Ática, 1998.

ALVARENGA, Oneyda. **Música popular brasileira**. Porto Alegre: Globo, 1960.

ANDRADE, Manuel Correia de. **A terra e o homem do Nordeste**. São Paulo: Brasiliense, 1973.

ANDRADE, Mário de. **Aspectos da música brasileira**. São Paulo: Livraria Martins, 1965.

\_\_\_\_\_. **Ensaio sobre a música brasileira**. São Paulo: Livraria Martins, 1962.

ARAGÃO, Thaís Amorim. Chegadinho: Doce paisagem sonora. In: ENANPUR – ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, XIII, 2009, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009. CD-ROM.

\_\_\_\_\_. Como vendedores de chegadinho usam o som em seus percursos urbanos. In: REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DO MERCOSUL, IX, 2011, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2011. CD-ROM.

ARAGÃO, Thêmis Amorim. **Influência das políticas habitacionais na construção do espaço urbano metropolitano de Fortaleza**: história e perspectivas. 2010. 132 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Rio de Janeiro, 2010.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura popular brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1977.

ARAUJO, Frederico Guilherme Bandeira de. “Identidade” e “território” enquanto simulacros discursivos. In: ARAUJO, Frederico Guilherme Bandeira de, e HAESBAERTH, Rogério. **Identidade e territórios**: questões e olhares contemporâneos. Rio de Janeiro: Access, 2007. cap. I, p.13-32.

ATTALI, Jacques. **Noise**: The Political Economy of Music. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

BECKER, Howard. **Métodos de pesquisas em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BOURDIEU, Pierre (org). **A miséria do mundo**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

CAMPOS, Eduardo. **O inquilino do passado**. Fortaleza: Casa de José de Alencar/Programa Editorial, 1996.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Global, 2001.

\_\_\_\_\_. **História da alimentação no Brasil**, Primeiro Volume. Belo Horizonte: Itatiaia, Ed. Universidade de São Paulo, 1983a.

\_\_\_\_\_. **História da alimentação no Brasil**, Segundo Volume. Belo Horizonte: Itatiaia, Ed. Universidade de São Paulo, 1983b.

CASTRO, Celso. Apresentação. In: BOAS, Franz. **Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. p.7-23.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano, vol. I: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2009.

CERTEAU, Michel de. GIARD, Luce. MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano, vol. 2: morar, cozinhar**. Petrópolis: Vozes, 2009.

COSTA, Maria Clélia Lustosa da. Fortaleza: expansão urbana e organização do espaço. In: SILVA, José Borzachiello da, CAVALCANTE, Tércia, e DANTAS, Eustógio (org.). **Ceará: um novo olhar geográfico**. 2. ed. atual. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. p.51-100.

DANTAS, Eustógio. **Comércio ambulante no Centro de Fortaleza/CE (1975 a 1995)**. 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

DÉTIENNE, Marcel e VERNANT, Jean-Pierre. **Métis: As astúcias da inteligência**. São Paulo: Odysseus, 2008.

DINIS, Calderon. **Tipos e factos da Lisboa do meu tempo**. Lisboa: Dom Quixote, 1986.

DIOGENES, Beatriz Helena Nogueira. A atividade comercial varejista nas novas áreas de centralidade: o caso da Aldeota, em Fortaleza. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE COMÉRCIO E CIDADE, II, 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo, Universidade de São Paulo, 2008. v. 1.

DREYFUS, Dominique. **Vida do viajante: a saga de Luiz Gonzaga**. São Paulo: Editora 34, 2007.

ENGELS, Friedrich. **A situação da classe trabalhadora na Inglaterra**. São Paulo: Boitempo, 2010.

FREYRE, Gilberto. **Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil**. São Paulo: Global, 2007.

FROSCH, Patrizia Imelda. **Do mar para a cidade, da cidade para o mar: o litoral – o urbano – e as políticas públicas, o projeto Costa Oeste e seu impactos sócio-ambientais**. 2004.

189 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

FRUNGILLO, Mário D. **Dicionário de Percussão**. São Paulo: Ed.UNESP/Imprensa Oficial do Estado, 2003.

FUNES, Eurípedes Antônio. Negros no Ceará. In: SOUZA, Simone de (org.). **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. p.103-132.

GIARD, Luce. História de uma pesquisa. In: CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano, vol. I: artes de fazer**, Petrópolis: Vozes, 1996. p.9-31.

GIRÃO, Raimundo. **Geografia Estética de Fortaleza**. Fortaleza: Imprensa Universitária do Ceará, 1959.

\_\_\_\_\_. **Pequena História do Ceará, Vol. 1**. Fortaleza: Ed. Universidade Federal do Ceará, 1984.

GONÇALVES, Adelaide; COSTA, Pedro Eymar (Org.). **Mais borracha para a vitória**. Fortaleza: MAUC/NUDOC; Brasília: Ideal Gráfica, 2008.

GUERRA PEIXE, César. Variações sobre o baião. **Revista da Música Popular**, Rio de Janeiro, v. 5, fev. 1955. Disponível em <http://www.guerrapeixe.com/textos/texto15.html>. Acesso em: 19 jun. 2011.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. **Verso e Reverso do Perfil Urbano de Fortaleza (1945-1960)**. São Paulo: Annablume, 2003.

LEÇA, Armando. **Música popular portuguesa**. Porto: Editorial Domingos Barbosa, [194-?] década provável.

LEMENHE, Maria Auxiliadora. **As razões de uma cidade: conflitos de hegemonias**. Fortaleza: Stylus Comunicações, 1991.

LIMA, Maria Helena Palmer (org.). **Divisão territorial brasileira**. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2002. Disponível em [http://www.ipeadata.gov.br/doc/DivisaoTerritorialBrasileira\\_IBGE.pdf](http://www.ipeadata.gov.br/doc/DivisaoTerritorialBrasileira_IBGE.pdf). Acesso em 09 jun. 2011.

LUJÁN, Nestor. Pequena história de los turrões. **Historia y Vida**, Madri, Nr. 82, p. 82-88, jan. 1975.

MACHADO, Renata Silva. **Planejamento Urbano na Escuta: Sons da Cidade**. 2011. 128 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional, Porto Alegre, 2011.

MOLLIER, Jean-Yves. **O camelo**: figura emblemática da comunicação. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo, 2009.

MORAES, Jonas Rodrigues. **Truce um triângulo no matulão [...] xote, maracatu e baião**: A musicalidade de Luiz Gonzaga na construção da “identidade” nordestina. 2009. 223f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

MOURA, Rosa. **Movimento pendular da população na Região Sul** [relatório]. Observatório das Metrôpoles/UFRJ, 2008. Disponível em [http://web.observatoriodasmetropoles.net/images/abook\\_file/pendular\\_sul.pdf](http://web.observatoriodasmetropoles.net/images/abook_file/pendular_sul.pdf). Acesso em: 18 fev. 2012.

NEVES, Frederico de Castro. A seca na história do Ceará. In: SOUZA, Simone de (org.). **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. p.76-102.

\_\_\_\_\_. Getúlio e a seca: políticas emergenciais na era Vargas. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, vol.21, no.40, pp. 107-129, 2001. Disponível em <http://ref.scielo.org/f3z4nb>. Acesso em: 21 jul. 2012.

OTTONI, Paulo. John Langshaw Austin e a Visão Performativa da Linguagem. **DELTA**, São Paulo, vol.18, n.1, pp. 117-143, 2002. ISSN 0102-4450. Disponível em <http://ref.scielo.org/tsfj4k>. Acesso em: 21 jul. 2012.

PINHEIRO, Francisco José. Mundos em confronto: povos nativos e europeus na disputa pelo território. In: SOUZA, Simone de (org.). **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. p.17-55.

PONTE, Sebastião Rogério. *A Belle Époque* em Fortaleza: remodelação e controle. In: SOUZA, Simone de (org.). **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. p.162-191.

RIO, João do. **A alma encantadora das ruas**: crônicas. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da, e VEDANA, Viviane. A representação imaginal, os dados sensíveis e os jogos da memória: os desafios do campo de uma etnografia sonora. **Revista Chilena de Antropología Visual**, Santiago, v. 13, p. 37-60, 2009. Disponível em [http://www.antropologiavisual.cl/imagenes13/imprimir/carvalho\\_&\\_vedana\\_por.pdf](http://www.antropologiavisual.cl/imagenes13/imprimir/carvalho_&_vedana_por.pdf). Acesso em: 21 jul. 2012.

ROJO VEGA, Anastasio. Propuesta de nuevo autor para «La pícara Justina»: fray Bartolomé Navarrete O.P. (1560-1640). **Dicenda. Cuadernos de Filología Hispánica**, Madri, vol.22, 2004, pgs 201-228. Disponível em <http://revistas.ucm.es/index.php/DICE/article/view/DICE0404110201A>. Acesso em: 21 jul. 2012.

SABOYA RIBEIRO, J. O. de. Memorial justificativo do plano diretor para a cidade de Fortaleza. **Revista do Instituto do Ceará**, Fortaleza, tomo LXIX, p.215-243, 1955. CD-ROM.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Prefácio. In: SILVA FILHO, Antônio Luiz Macêdo. **Rumores: a paisagem sonora de Fortaleza (1930-1950)**. Fortaleza: Museu do Ceará, 2006. p.9-13.

SANTOS, Fátima Carneiro dos. **Por uma escuta nômade: a música dos sons da rua**. São Paulo: EDUC, 2002.

SANTOS, Maria Francineila Pinheiro dos. **Para onde sopram os ventos: políticas públicas de turismo no Grande Pirambu/Fortaleza/CE**. 2006. 169 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: EDUSP, 2002.

\_\_\_\_\_. O território e o saber local: algumas categorias de análise. **Cadernos IPPUR**, Rio de Janeiro, ano XIII, nº 2, ago./dez. 1999, p.15-26.

SANTOS, Leandro Alves dos. **Tecnologias em rede e a construção de conhecimento: uso das redes sociais na atividade docente**. 2010. 96 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

SCHAFER, Raymond Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Ed. Unesp, 2001.

SEVERIANO, Jairo. **Uma história da música popular brasileira**. São Paulo: Editora 34, 2007.

SILVA FILHO, Antônio Luiz Macêdo. **Rumores: a paisagem sonora de Fortaleza (1930-1950)**. 1.ed. Fortaleza: Museu do Ceará/Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2006.

SOUSA FILHO, Alípio. Michel de Certeau: fundamentos de uma sociologia do cotidiano. **Sociabilidades**, São Paulo, v. 2, 2002, p. 129-134. Disponível em [http://www.cchla.ufrn.br/alipiosousa/index\\_arquivos/ARTIGOS%20ACADEMICOS/ARTIGOS\\_PDF/Michel%20de%20Certeau%20-%20fundamentos%20de%20uma%20sociologia%20do%20cotidiano.pdf](http://www.cchla.ufrn.br/alipiosousa/index_arquivos/ARTIGOS%20ACADEMICOS/ARTIGOS_PDF/Michel%20de%20Certeau%20-%20fundamentos%20de%20uma%20sociologia%20do%20cotidiano.pdf). Acesso em 23 fev. 2012.

TAVARES, Braulio. O baião é carioca. **Revista de História da Biblioteca Nacional**. Rio de Janeiro, Ano 3, No. 35, p.26-33, 2008.

TINHORÃO, José Ramos. **Os sons que vêm da rua**. São Paulo: Editora 34, 2005.

TRUAX, Barry. **Acoustic Communication**. Westport: Ablex Publishing, 2001.

ÚBEDA, Francisco López de. **La pícaro Justina: Tomo I**. Madri: Imprenta de Fortanet/Sociedad de Bibliófilos Madrileños, 1912. Disponível em [http://books.google.pt/books/about/La\\_p%C3%ADcara\\_Justina.html?hl=pt-PT&id=nVIKAAAYAAJ](http://books.google.pt/books/about/La_p%C3%ADcara_Justina.html?hl=pt-PT&id=nVIKAAAYAAJ). Acesso em: 01 abr. 2012.

VICENTE, do Salvador, Frei. **História do Brasil**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2010.

VILLA, Marco Antonio. **Vida e morte no sertão**: história das secas no Nordeste nos séculos XIX e XX. São Paulo: Ática, 2001.

WISNIK, J.M. **O som e o sentido**: uma outra história das músicas. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

### Artigos de jornal

A QUESTÃO da carne verde: Os vendedores ambulantes deixaram, hoje, de atender as freguezias. **O Povo**, Fortaleza, p. 1 e 8, 13 dez. 1937.

AMBULANTES denunciam corrupção no 'rapa'. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 9, 06 set. 1998.

ARAÚJO, José Paulo; e MATOS, Tarcísio. O grito ambulante da resistência cultural. **O Povo**, Fortaleza, 14 fev. 1988. Segundo caderno, p. 4-5.

BRANDÃO, Theo. Os pregões de trem. **Jornal de Alagoas**, Maceió, 10/09/1950.

CAMPOS, Eduardo. O passado não passa. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 02 fev. 2005. Caderno Opinião, p. 2.

CARESTIA e fome na cidade: A Situação do Mercado de Carne: O preço dos gêneros em Fortaleza e Recife. **O Povo**, Fortaleza, p. 1, 23 mar. 1938.

DESPERCEBIDO. **O Povo**, Fortaleza, 18 nov. 1993. Coluna Vertical, p. 4A.

DIAS, Carmina. Leo Gandelman: O sax-symbol lança disco novo e homenageia Fortaleza com uma faixa. **O Povo**, Fortaleza, 19 nov. 1991. Caderno B, p. 1.

DUTRA, Giselle. Pirambu, em Fortaleza, é 7º maior aglomerado do país, diz IBGE. **G1 CE**, Fortaleza, 21 dez. 2011. Disponível em: <  
<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2011/12/pirambu-em-fortaleza-e-7-maior-aglomerado-do-pais-diz-ibge.html>>. Acesso em: 29 jun. 2012.

EXCESSOS na fiscalização do comércio ambulante: Tomaram a cesta do vendedor de alfenin. **O Povo**, Fortaleza, p. 2, 12 fev. 1955.

FLAGRAR os últimos vendedores de chegadoinha e cuscuz. **O Povo**, Fortaleza, 13 abr. 2005. Caderno Especial Fortaleza 279 anos, p. 22.

FONTENELE, Justiniano; ABREU, Silvério; OLIVEIRA, Carlos; e SILVA, Albano Ferreira da. A Associação dos Panificadores do Ceará em resposta às bases apresentadas pela União Geral dos Trabalhadores em Parádarias: para um acordo. **O Povo**, Fortaleza, p. 4, 18 nov. 1933.

GRANDE mercado no local da ex-estação de bondes – Engenheiros estudam as possibilidades – Amparo aos vendedores ambulantes. **O Povo**, Fortaleza, p. 6, 02 abr. 1959.

LEITE, Rogaciano. Fortaleza: cidade sem praças e sem jardins. **O Povo**, Fortaleza, 20 out. 1955. Segundo caderno, p. 5.

LEITE, Rogaciano. Vendedores ambulantes tomam conta da cidade. **O Povo**, Fortaleza, p. 8 e 4, 30 abr. 1955.

LEITE, Ronildo Maia. A miséria da arte popular. **Diário de Pernambuco**, Recife, 04 set. 1977.

MONTE, Airton. A hora do desespero. **O Povo**, 17 jun. 2009. Caderno Vida & Arte, p. 2.

NUNES, Henrique. Estilhaços da borracha. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 12 jun. 2008. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=545433>. Acesso em: 02 abr. 2012.

OS AMBULANTES prejudicam os comerciantes do Centro: a Prefeitura precisa interferir na questão. **O Povo**, Fortaleza, p. 6, 27 set. 1946.

PERIFERIA preserva a tradição do vendedor de “chegadinhas”. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 12 out. 1992.

PREFEITURA de Fortaleza – Aviso. **O Povo**, Fortaleza, p. 7, 15 mar. 1934.

PREFEITURA Municipal de Fortaleza, Secção de Fiscalização. Edital No. 2 – Matrícula de Vendedores Ambulantes. **O Povo**, Fortaleza, p. 4, 08 jan. 1943.

ROCHA, Lino. O vendedor de “cavaquinhos”, êsse “fauno” diferente e bom. **Correio do Povo**, Recife, 03 dez. 1957.

RODRIGUES, Julio. A retirada dos “ambulantes” das ruas principais de Fortaleza – Aplausos da Associação Comercial ao Prefeito Paulo Cabral de Araújo. **O Povo**, Fortaleza, p. 8, 02 mai. 1952.

SÁ, Elias Higino. Pregão, o grito do passado. **Diário de Pernambuco**, Recife, 24 abr. 1977.

SÚMULA do relatório apresentado ao Exmo. Sr. Governador do Estado pelo Prefeito Dr. José Leite Maranhão: o balanço. **O Povo**, Fortaleza, 07 jan. 1948. Edição do 20o. Aniversário, Caderno B, p. 3.

TAVARES, Assis. Fortaleza é um bairro chinês de cabeça chata: a ação nociva dos camelôs [...]. **O Povo**, Fortaleza, p. 6, 10 jan. 1959.

TOCANDO triângulo (fotolegenda). **A Gazeta**, São Paulo, 04 jul. 1959.

VENDEDORES ambulantes julgam-se prejudicados: duas comissões em nossa redação para protestar contra ação dos fiscais. **O Povo**, Fortaleza, p. 6, 11 jun. 1959.

VITÓRIA de uma campanha de O Povo: retirado da Tristão Gonçalves o comércio ambulante de carne. **O Povo**, Fortaleza, p. 8, 29 jul. 1958.

### **Videografia**

ESTAMIRA. Direção: Marcos Prado. Produção: Marcos Prado e José Padilha. Rio de Janeiro: Zazen Produções Audiovisuais Ltda. Brasil, 115', 2005.

O HOMEM que engarrafava nuvens. Direção: Lírio Ferreira. Produção: Denise Dumont. Rio de Janeiro: Good Ju-Ju. Brasil, 107', 2009.

LUIZ Gonzaga - Arquivo Trama/Radiola. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=7G5sK7kNr4U>. Acesso em: 16 abr. 2011.