PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais

Geisiane Andreia Fonseca

ASSOCIAÇÃO E IDENTIDADE OCUPACIONAL: um estudo de caso sobre os integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim

Belo Horizonte
2015

Geisiane Andreia Fonseca

ASSOCIAÇÃO E IDENTIDADE OCUPACIONAL: um estudo de caso sobre os integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Orientadora Profª. Drª: Maria Carolina Tomás

Belo Horizonte

2015

FICHA CATALOGRÁFICA
Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Fonseca, Geisiane Andreia
F676a Associação e identidade ocupacional: um estudo de caso sobre os integrantes da associação dos vendedores ambulantes de Betim / Geisiane Andreia Fonseca. Belo Horizonte, 2015.
181. f.:il.

Orientador: Maria Carolina Tomás
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

1. Trabalho. 2. Vendedores ambulantes. 3. Associação. 4. Orientação profissional. 5. Identidade social. I. Tomás, Maria Carolina. II. Pontifícia Universidade Católica de Gerais. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 381.513

Revisão Ortográfica e Normalização Padrão PUC Minas de responsabilidade do autor

Geisiane Andreia Fonseca

ASSOCIAÇÃO E IDENTIDADE OCUPACIONAL: um estudo de caso sobre os integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Orientadora Profª. Drª: Maria Carolina Tomás

_____

Profª. Drª. Maria Carolina Tomás PUC Minas (Orientadora)

_____

Profª. Drª. Magda de Almeida Neves UFMG (Banca Examinadora)

_____

Profª. Drª. Juliana Gonzaga Jayme PUC Minas (Banca Examinadora)

Belo Horizonte, 09 de dezembro de 2015

À minha família
por todo oincentivo,
especialmente aos meus pais,
mestres na vida e fonte deinspiração.

AGRADECIMENTOS

À Deus, que reservou para mim maravilhas.

À minha família, meus pais José Cloves e Rosana, e aos meus irmãos Gisele e Ricardo,por quem tenho amor incondicional.

À minha orientadora, Maria Carolina Tomás, pelos ensinamentos e pelo carinho, obrigada por ter transformado esses dois anos de aprendizado em uma experiência leve e agradável. Eu posso dizer, com toda a certeza do mundo, que tive um ótimo exemplo do que é ser mestre.

Aos professores Gilberto Damasceno e Cíntia Garabini, professores em minha graduação em Direito, me incentivam e apoiaram durante todo o caminho para a ampliação da minha formação.

Aos professores do Departamento de Pós Graduação em Ciências Sociais, especialmente aqueles com quem tive convivência durante aulas e debates, Rita, Candice, Regina, Lea, Carlos Alberto, Carlos Aurélio e André. Bem como, aos funcionários da Secretaria, Ângela, Guilherme e Fabrício. Obrigada!

À Juliana Jayme Gonzaga, coordenadora do curso de Pós Graduação em Ciências Sociais, pelas orientações durante a minha qualificação.

À CAPES, pelo incentivo financeiro e acompanhamento das atividades, eu não teria conseguido de outra forma.

Aos integrantes da ASSOVAMB, que acreditaram neste trabalho e se abriram para o diálogo. Ao Macário e Walisson, por terem me acolhido nas atividades do grupo. Bem como, ao Carlos, Naelson, Nilva, Daniel e Silvana, integrantes da atual diretoria da Associação. E a todos aqueles que me concederam a honra de uma entrevista.

Ao povo brasileiro, pela educação de toda uma vida. Estudei na escola pública brasileira, me graduei em Direito através do PROUNI e realizei meu mestrado em Ciências Sociais pela CAPES. Eternamente grata!

Aos amigos Henrique, Simone, Thiago, Mara, Pablo, Thaís, Andressa, Camila, Luiz e Clarissa, obrigada pelos debates e por todo apoio.

RESUMO

A presente dissertação tem como tema o processo associativo e a identidade ocupacional, tomando como objeto de estudo o caso da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB). A Prefeitura de Betim, em Minas Gerais, ao implementar políticas de revitalização do centro, realocou todos os vendedores que utilizavam as ruas em um único local, formando um "camelódromo", sendo que, atualmente, a ASSOVAMB representa os vendedores que se encontram reunidos neste espaço. No mundo do trabalho, os vendedores ambulantes e camelôs integram o setor informal, pois oferecem no mercado de consumo bens e serviços por meio de pequenas produções de cunho familiar ou individual. O termo informal, que adjetiva o setor informal não corresponde à informalidade legal, ou seja, ausência do cumprimento de alguma solenidade prevista em Lei, que pode existir tanto no setor formal quanto no informal. Visando responder à prática da informalidade legal no setor informal é que a Lei do Micro Empreendedor Individual foi promulgada, tendo por fim regularizar a arrecadação fiscal de tributos. A dissertação tem por objetivo compreender a perspectiva dos integrantes da ASSOVAMB quanto ao exercício de sua atividade após a constituição da associação, fixação em um camelódromo e formalização das atividades ocupacionais através da Lei do Micro Empreendedor Individual (MEI). Bem como, comparar se o fato de teremou não em algum momento trabalhado nas ruas promoveu percepções diferenciadas acerca do modo como identificam sua identidade ocupacional. A Associação é aqui compreendida como uma instituição representativa constituída para a articulação interna e externa dos interesses de um grupo e a identidade ocupacional é associada à ideia de reconhecimento social e de pertencimento a determinado grupo no mundo do trabalho, partindo mais de uma identificação social pelo próprio grupo e por sua comparação com outros. Para alcançar os objetivos de pesquisa adotou-se como metodologia o método qualitativo, utilizando-se da análise de documento e entrevistas em profundidade com 13 integrantes da Associação. Concluiu-se que a Associação é vista como instrumento, meio para o alcance de interesses dos integrantes do grupo, que conseguiu revitalizar o espaço do camelódromo e fomentou a regularização das atividades através da Lei do Micro Empreendedor Individual, sendo que as transformações no espaço e a adequação à Lei, juntamente com a melhoria do produto ofertado, são elementos importantes para que definam atual ocupação como Micro Empreendedores Individuais, tendo superado o tipo identitário do camelô e do vendedor ambulante, que entendem ser estigmatizados.

Palavras- chave**:** Trabalho. Associação. Identidade. Ocupação.

RESUMEN

El tema del presente trabajo es sobre el proceso asociativo y la identidad ocupacional, que tiene como objeto de estúdio el caso de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB). La alcaldia de Betim/MG, al implementar políticas de revitalización del centro de la ciudad, coloco nuevamente a todos los vendedores que trabajaban em lascalles, em un único local, formando una espécie de mercado, denominado "camelódromo". Actualmente, la ASSOVAMB representa a los vendedores ambulantes que se encuentran reunidos en este local. Em el mundo del trabajo, los vendedores ambulantes y los que pertenecen a este mercado, denominados de "camelôs", integran um sector informal, pue sofrecen em el mercado de consumo bienes y servicios, pequeñas producciones elaboradas de forma familiar o individual. El término informal que adjetiva el sector informal no corresponde a la informalidad legal, que significa la ausência del cumplimiento de alguna normativa prevista em la Ley, que puede existir tanto enel sector formal como em el informal. Pretendiendo responder a la práctica de la informalidad legal em el sector informal, la Ley del Micro Empreendedor Individual fue promulgada, la cualtuvo que regularizar la recaudación fiscal de tributos. Esta tesistiene por objetivo comprenderla perspectiva de los integrantes de la ASSOVAMB sobre el ejercício de sus atividades depués de la constitución de la asociación, fijados em um "camelódromo" y la formalización de las actividades ocupacionales a través de la Ley del Micro Empreendedor Individual (MEI). Como comparar, si el hecho de tenero no que trabajar em algún momento em las calles promueve percepciones diferentes sobre el modo de como identifican su identidad ocupacional. Se entiende a la Asociación como una institución representativa constituída para la articulación interna y externa de los intereses de un grupo, asi como la identidad ocupacional es asociada a la ideia del reconocimiento social y del pertencimiento aun determinado grupo em el mundo del trabajo, partiendo más de una identificacíon social, por el próprio grupo y por su comparación com otros. Para alcanzarlos objetivos de esta investigación se optó por utilizar como metodologia el método cualitativo, utilizando el análisis de documentos y entrevistas profundas con 13 integrantes de La Asociación. Fue concluido que la Asociación es vista como um instrumento, medio para el alcance de los intereses de los integrantes del grupo, el cual logró revitalizar el espacio del "camelódromo" y fomento La regularización de las actividades a través de La Leydel Micro Emprendedor Individual, siendo que las transformaciones em el espacio y La adecación a la Ley juntamente com la mejoría del producto ofertado, son elementos importantes para que definan su actual ocupación como

Micro Emprendedores Individuales, luego de Haber superado el tipo de identidad del “camelô” y del vendedor ambulante, los cuales son considerados marginalizados.

Palabras-clave**:** Trabajo. Asociación. Identidad. Ocupación.

LISTA DE MAPA

MAPA 1: Localização do município de Betim em Minas Gerais 33

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1: Camelódromo de Betim – ASSOVAMB 34

IMAGEM 2: Planta do camelódromo 36

IMAGEM 3: Centro de Betim 70

IMAGEM 4: Tipo identitário camelô 101

IMAGEM 5: Tipo identitário vendedor ambulante 103

IMAGEM 6: Tipo identitário comerciante e lojista 105

IMAGEM 7: Tipo identitário empresário 108

IMAGEM 8: Tipo identitário Micro Empreendedor Individual 111

IMAGEM 9: Tipo identitário reconhecido pelo produto ofertado 112

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACABE	Associação dos Comerciantes Ambulantes de Betim
Art.	Artigo
ASSOVAMB	Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEABE	Centro de Abastecimento de Betim
CEP	Código de Endereçamento Postal
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
Dra.	Doutora
FAPEMIG	Fundação de Amparo à Pesquisa do estado de Minas Gerais
FIAT	Fabbrica Italiana Automobili Torino
INPS	Instituto Nacional de Previdência Social
JK	Juscelino Kubitschek
Km²	quilômetro quadrado
MEI	Micro Empreendedor Individual
MPME	Micro, Pequenas e Médias Empresas
MG	Minas Gerais
MP	Ministério Público
Nº	número
OIT	Organização Internacional do Trabalho
p.	página
PROCENTRO	Programa Operacional da Região Centro
Prof.	Professor
PVC	Policloreto de vinila
REGAP	Refinaria Gabriel Passos
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Sr.	Senhor
Sra.	Senhora
TAC	Termo de Ajustamento de Conduta

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **27**
Metodologia **32**

1 O MUNDO DO TRABALHO **39**
1.1 O trabalho e sua importância social **39**
1.2 Dimensão histórica do trabalho e a reestruturação produtiva empreendida no Brasil e Betim após 1990 ..... **41**
1.2.1 A relação entre o setor informal e o setor formal ***46***
1.3 Políticas incidentes sobre o exercício do trabalho do camelô e do vendedor ambulante **49**
1.3.1 A Lei do MEI como política de formalização fiscal ***49***
1.3.2 Políticas de revitalização de centros municipais ***55***

2 PROCESSO ASSOCIATIVO: A HISTÓRIA DA ASSOVAMB – ASSOCIAÇÃO DOS VENDEDORES AMBULANTES DE BETIM **61**
2.1Associações ocupacionais **61**
2.1.1 O papel das lideranças na construção de uma política da identidade ***63***
2.1.2 A constituição de associações civis ***65***
2.2 A constituição da ASSOVAMB e incorporação da ACABE **69**
2.2.1 A história da ASSOVAMB ***70***
2.2.1.1 Estacionamento do CEABE – 1990 ..... *70*
2.2.1.2 Praça Maria Turíbia - 1990 ..... *73*
2.2.1.3 ASSOVAMB e a incorporação da ACABE *76*
2.3 A Associação e a convivência cotidiana **83**

3 PROCESSO COTIDIANO DE CONSTRUÇÃO DETIPOS IDENTITÁRIOS **95**
3.1 A vida cotidiana e o sistema de tipificações **95**
3.2 Tipos identitários abordados pelos integrantes da ASSOVAMB para reconhecer identidades ocupacionais **98**
3.2.1 Camelô ***99***
3.3.2 Vendedor Ambulante ***101***
3.3.3 Comerciante e Lojista ***103***
3.3.4 Empresário ***106***
3.3.5 Micro Empreendedor Individual ***108***
3.3.6 Outros tipos identitários ***111***
3.4 Estigma sobre determinados tipos identitários **112**
3.4.1 O camelô e o vendedor ambulante: Trabalhar para sobreviver ***115***

4 IDENTIDADE OCUPACIONAL **121**
4.1 Identidade **122**
4.1.1 A Identidade construída no mundo do trabalho ***125***
4.2 A identidade ocupacional dos integrantes da ASSOVAMB **129**
4.2.1 A biografia de trabalho ***130***
4.2.2 O elemento espaço ***138***
4.2.3 O elemento produto ***146***
4.2.4 O elemento legal ***152***

CONSIDERAÇÕES FINAIS **161**

REFERÊNCIAS **165**

APÊNDICE A -Roteiro de entrevista - Associação e cotidiano **173**
APÊNDICE B: Roteiro de entrevista – identidade ocupacional **175**
APÊNDICE C: Recursos visuais **177**

ANEXO A: Setores do camelodromo **181**

INTRODUÇÃO

O estudo tem por tema o processo associativo e a identidade ocupacional, tomando como caso de análise os integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB). Dessa forma, o problema central se expressa na seguinte pergunta: Como os integrantes da ASSOVAMB (Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim) entendem o exercício de sua atividade e sua identidade ocupacional após a constituição de uma associação civil,a fixação no espaço de um camelódromo e a formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual? E, considerando o fato de terem em algum momento trabalhado ou não nas ruas, como a fixação em um camelódromo marcou sua identidade ocupacional?

O mundo do trabalho é essencial para a organização da vida social, não se reduzindo a meras trocas mercantis ou econômicas, mas como detentor de toda uma esfera simbólica própria que atinge o sujeito na construção da sua identidade. A identidade apresenta uma dualidade, qual seja, construção para si e para o outro, sendo que na socialização secundária o indivíduo se envolve em grupos de pertencimento ocupacional e, neste processo, reconhece reflexivamente como seu um tipo identitário dentro de um amplo leque de tipificações produzidas socialmente (DUBAR, 2012, p. 354).

O processo de constituição de associações é um mecanismo acessado no mundo do trabalho e envolve relações de poder, quais sejam, indicar quem está incluído e quem está excluído de um grupo, promovendo a identificação entre os componentes, sendo que a identidade compreende um processo de identificação recíproca por dois caminhos, primeiramente pela ausência de uma representação de diferenças ou separação entre os membros e, em seguida, pela promoção de similaridades entre os sujeitos, sugerindo posições e fomentando identidades compartilhadas (FOLLMANN, 2001, p. 59).

Na análise realizada nesta dissertação, a identidade ocupacional é considerada para além de seus aspectos normativos, ou seja, sem reduzir a temática ao compartilhamento, entre membros de um grupo definido e delimitado, de uma identidade fixa e descrita em normas de organizações e instituições. A identidade ocupacional é aqui associada à ideia de reconhecimento social e de pertencimento a determinado grupo, partindo mais de uma identificação social pelo próprio grupo e por diferenciação com outros grupos (DUBAR, 2012, p. 354).

E ainda, o termo grupo será utilizado em seu sentido amplo, no sentido de “pessoas situadas numa posição semelhante” (GOFFMAN, 1891, p. 96), sem se ater ao sentido restrito do termo, tendo em vista que grupo não é a temática essencial desta dissertação e sim as

associações civis. Considera-se aqui os integrantes da ASSOVAMB como grupo, no sentido supracitado, por compartilharem uma mesma situação fática, qual seja, pertencimento a mesma associação civil, dividirem o mesmo espaço de um camelódromo, e terem construído em conjunto uma história de trabalho e comércio no Município de Betim.

O Município de Betim foi, e ainda é, palco constante de conflitos relacionados a trabalhadores informais, em especial, os vendedores ambulantes. As ruas estão sempre ocupadas por vendedores de eletrônicos, vestuário, brinquedos, alimentos, dentre outros, em que pese o Código de Posturas da Cidade, em seu art. 181, estabelecer que "aos vendedores ambulantes é proibido estacionar nos logradouros públicos fora dos locais determinados pela Prefeitura Municipal de Betim" (BETIM, 1969). Dentro deste cenário um grupo conseguiu se organizar ao longo do tempo de modo que atualmente ocupa a área central do município e realiza suas atividades dentro das formalidades legais. Esse grupo é a ASSOVAMB (Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim) que foi fundada no ano de 1997 (ASSOVAMB, 1997).

Na medida em que se analisa o processo associativo e a identidade ocupacional, se coloca como objetivo geral estudar a perspectiva dos integrantes da ASSOVAMB quanto ao exercício de sua atividade após a constituição de uma associação civil, a formalização das atividades ocupacionais através da Lei do Micro Empreendedor Individual (MEI) e a fixação em um camelódromo, bem como, comparar se o fato de terem, em algum momento, trabalhado ou não nas ruas promove percepções diferenciadas acerca do modo como identificam sua identidade ocupacional.

Como objetivos específicos: 1) analisar comparativamente aqueles integrantes da ASSOVAMB que já trabalham como vendedores nas ruas e aqueles que nunca trabalharam desta forma, no que tange ao modo como identificam sua identidade ocupacional; 2) analisar qual o papel atribuído à Associação na descrição da identidade ocupacional dos trabalhadores; 3) identificar os elementos conformadores da identidade ocupacional dos integrantes selecionados; 4) pesquisar a atuação da associação na demarcação de fronteiras identitárias.

A pesquisa se justifica na medida em que a informalidade e o comércio ambulante são atividades comuns nos centros urbanos e ao fato de que o setor terciário brasileiro ter se ampliado consideravelmente após a reestruturação produtiva ocorrida durante a década de 1990, vez que a terceirização e o desemprego direcionaram trabalhadores para a prestação de bens e serviços de forma autônoma. O aumento do setor informal e da realização de atividades empresariais em desatendimento à legislação se deve principalmente à dificuldade de arcar com os encargos tributários, a dificuldade de inserção social no mercado de trabalho

empregatício e a ausência de políticas públicas eficazes e adequadas para uma integração no mercado de trabalho local, sendo o vendedor ambulante personagem que se destaca neste cenário. A análise do caso da ASSOVAMB tem relevância social para a sociedade em geral e particularmente para o Município de Betim.

O estudo do caso em questão pode proporcionar elementos à gestão local para intervenção social adequada, pois que se pretende investigar a perspectiva deste trabalhador acerca de sua atividade, o que demonstra a importância de ordem prática. Muitas são as pesquisas acerca da informalidade, no entanto, poucas se referem ao tema proposto, ou seja, a constituição de vendedores ambulantes em associação civil, tendo por análise a perspectiva dos próprios sujeitos, tomado como caso representativo os integrantes da ASSOVAMB, que chama a atenção, uma vez que tais trabalhadores se formalizaram em associações civis e a partir daí promoveram a regularização fiscal de suas atividades através da Lei do Micro Empreendedor Individual.

O tema e o caso em questão podem contribuir para o campo científico geral, pois pretende-se realizar uma análise interdisciplinar entre Ciências Sociais e Direito, na medida em que oferecerá, para este último, uma perspectiva inovadora com relação à identidade do trabalhador e à constituição em associação, temas de grande relevância para a temática do Direito Constitucional, Direito Empresarial, Direito do Trabalho, Direito do Consumidor, em síntese, para todo o conhecimento jurídico, quando se considera que o ordenamento jurídico é uma unidade.

O tema contribui, ainda, para o conhecimento das Ciências Sociais especificamente, já que se impõe a missão de apresentar um novo ângulo de observação do setor informal e dos seus atores e o processo de transformação através das políticas públicas de revitalização dos centros urbanos e de formalização fiscal pela Lei do Micro Empreendedor Individual, ao lado de trabalhos como: “O trabalho informal dos camelôs na região central de Belo Horizonte e a transferência para os *shoppings* populares” de Paulina Helena Lima Zambelli, bem como, a dissertação: “O camelô em Belo Horizonte: aspectos da informalidade e da identidade”, de Maria Aparecida Carvalho de Castro, dentre outros.

Esta pesquisa visa apresentar aspecto diverso do comumentemente utilizado, como o aspecto político, econômico ou jurídico, análises que restringem o setor informal à informalidade legal, ao resultado de decisões políticas ineficazes e negativas e a crises econômicas em que há ampliação do desemprego, buscando tornar visível a compreensão dos próprios sujeitos acerca de sua situação, os instrumentos que se utilizaram para atuar no setor informal e suas perspectivas sobre ‘quem são’ neste cenário.

E por fim, o tema tem especial importância pessoal, enquanto pesquisadora, uma vez que representa uma nova faceta no estudo do caso, complementando a análise jurídica já realizada. O interesse pelo estudo do processo associativo empreendido pela ASSOVAMB em Betim nasceu durante as aulas de Sociologia Jurídica da minha graduação em Direito, momentos em que analisávamos os aspectos jurídicos envolvidos na questão da informalidade e os seus efeitos face às normas tributárias, previdenciárias, penais e empresariais.

Como moradora de Betim, chamava-me a atenção que alguns vendedores ambulantes do Município se constituíram em associação civil e, hoje, exercem a atividade comercial conforme as leis fiscais, fato que foge ao padrão de informalidade legal a que estão sujeitos os vendedores ambulantes em geral. Tal situação inquietou-me, levando à realização da monografia intitulada: "A influência social na criação da norma: A luta pela regularização dos vendedores ambulantes do Município de Betim/MG", sob orientação do Professor Gilberto Damasceno. O trabalho procurava compreender juridicamente o processo de regularização de suas atividades e a luta empreendida para que obtivessem a licença para utilizar o espaço público do camelódromo de forma regular.

Posteriormente, a formalização dos vendedores ambulantes de Betim foi tema de projeto de iniciação científica, financiado pela FAPEMIG, intitulado: "A influência social na criação da norma: A luta pela regulamentação dos vendedores ambulantes no município de Betim/MG como forma de garantia de seus direitos constitucionais", orientado pela Professora Cíntia Garabini Lages, oportunidade em que se estudou a formalização da atividade destes sujeitos como forma de assegurar-lhes o exercício do direito constitucional ao trabalho em condições de dignidade.

Ocorre que, análises jurídicas simplesmente não oferecem a compreensão dos fenômenos sociais na complexidade da vida cotidiana, resultando assim na problematização da presente pesquisa, buscando, assim, investigar o modo como os trabalhadores integrantes da ASSOVAMB percebem sua identidade ocupacional, visto que são por vezes identificados ocupacionalmente como camelôs ou vendedores ambulantes, apesar de se inserirem no conceito jurídico de empresário previsto no art. 966 do Código Civil, em que se considera empresário aquele que "exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços". Ressalta-se a existência de vendedores ambulantes espalhados pelas ruas de Betim, em conjuntura completamente destoante do cenário vivenciado pelos membros da ASSOVAMB.

Como meio de orientar o percurso de pesquisa emergem algumas hipóteses, que devido à complexidade do campo podem ser concorrentes ou complementares. A identidade

ocupacional é uma identidade adquirida no processo de socialização secundária, em que tem relevância o papel dos grupos de pertencimento com quem partilham e vivenciam situações de identificação, bem como o espaço em que realizam suas atividades cria entre os sujeitos que o dividem um sentimento de partilha de histórias, identificação e cumplicidade (CARRIERI *et al*, 2009, p. 280). Assim sendo, nasce a primeira hipótese: a constituição em associação, a formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual e a sua fixação em local determinado marcou da mesma maneira o modo como os integrantes da ASSOVAMB entendem sua atividade laboral, indiferentemente de suas experiências individuais.

No entanto, o espaço é local de conflitos dos mais variados, onde a heterogeneidade dos indivíduos provenientes de distintas experiências cotidianas não permite delimitações espaciais fixas ou ainda definições permanentes de grupos, haja vista os grupos estarem em constante formação e o espaço ser continuamente apropriado pelos fluxos de interações sociais (VELSEN, 2010, p. 437), para tanto se formula uma segunda hipótese: a constituição em associação, a formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual e sua fixação em local determinado marcou de forma diferenciada o modo como os integrantes da ASSOVAMB entendem sua atividade, tendo em vista a diversidade de experiências.

Quando da formação de uma associação, há aqueles integrantes que vão ditar a definição de quem são, o que são, para que são, buscando justificar a existência do grupo, definindo regras e precedentes e impondo uma definição geral sobre quem são aos demais, ou seja, delimitando, conceituando, definindo, demarcando seus espaços e características e com isto, simultaneamente, definindo quem não são, resultando na criação de antigrupos (MILLS, 1970, p. 138-141). Desta forma, podemos apontar como terceira hipótese de pesquisa: as lideranças da Associação conseguiram fomentar no grupo uma política de identidade considerada pelos integrantes como coerente, demarcando quem são e definindo os grupos dos quais se diferem.

Entretanto, a identidade pode ser compreendida como um contingente, ou melhor, um "produto de uma intercessão de diferentes componentes, de discursos políticos e culturais e de histórias particulares" (CAGGIANO, 2012, p. 67; 68), neste sentido formula-se uma quarta hipótese: as lideranças não conseguiram construir para o grupo uma identidade política considerada coerente pelos membros, devido à existência de biografias individuais, inclusive trajetórias ocupacionais, por deveras heterogêneas.

Ressalta-se o caráter qualitativo da presente pesquisa, deste modo, não se empreende ao objetivo de verificar hipóteses, servindo estas tão somente para nortear a pesquisa empírica, não limitando a análise ou a observação dos dados.

A dissertação está organizada em quatro capítulos, além da introdução e da conclusão. No primeiro capítulo é abordado o mundo do trabalho e as relações entre setor formal e setor informal, as políticas de formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual, as políticas de ordenamento urbano através da construção de camelódromos e, por fim, como estes mecanismos foram utilizados especificamente no caso de Betim.

No segundo capítulo é analisado o processo associativo no que diz respeito ao processo de formação de grupos e constituição de associações civis, neste ínterim,é analisado o processo de constituição da ASSOVAMB e suas repercussões no cotidiano de trabalho dos seus integrantes.

No terceiro capítulo são exploradas algumas reflexões sobre o processo de elaboração de um sistema de tipificações sociais e a produção de tipos identitários, especialmente no mundo do trabalho através da consolidação de ocupações, se detendo ainda sobre a hierarquização valorativa e estigmatizante que pesa sobre algumas destas. Além disto, são analisados quais os tipos identitários foram utilizados pelos integrantes da ASSOVAMB, e o estigma que recai sobre a ocupação do camelô e do vendedor ambulante.

No quarto capítulo é abordada a identidade ocupacional, a sua construção no mundo do trabalho e os elementos identificadores da identidade ocupacional dos integrantes entrevistados da ASSOVAMB a partir de sua biografia de trabalho, comparando aqueles que já tiveram uma experiência de trabalho nas ruas e aqueles que nunca tiveram esta experiência, e como articularam elementos como o espaço, a lei e o produto.

Metodologia

Para dar conta das percepções e do processo cotidiano o método qualitativo foi eleito, por ser entendido como o mais adequado a ser utilizado para responder o problema investigado e os objetivos iniciais da pesquisa. Frisa-se que a realidade é complexa e multifacetária, portanto, qualquer método escolhido é insuficiente para abarcar toda a grandiosidade das relações sociais observadas, deste modo, a metodologia busca articular a teoria e a empiria e com isto contribuir para o conhecimento científico dentro de suas limitações (MINAYO, SANCHES, 1993, p. 239-240; RICHARDSON, 2007, p. 70).

O objetivo desta pesquisa é investigar a percepção dos integrantes da ASSOVAMB no que tange ao processo associativo vivenciado e como este processo incidiu em sua identidade ocupacional. A pesquisa é inicialmente exploratória, pois visa aprimorar conceitos e descobrir novas ideias, indo em direção ao que Gil (2002, p. 41-42) propõe: estudo bibliográfico,

entrevistas e estudos de casos que despertem para a discussão sobre o tema. Propõe-se ainda ser descritiva, já que pretende "levantar opiniões, atitudes e crenças de uma população". Neste caso, como pesquisa de um grupo específico, ambas são trabalhadas concomitantemente, sendo as mais comuns em pesquisas para compreensão de práticas sociais.

Buscando auxiliar a compreensão do tema desta pesquisa, qual seja, o processo associativo e a construção da identidade ocupacional, é que se elegeu o caso específico da ASSOVAMB como objeto de estudo, sendo este mais que um método, é uma eleição de um objeto a ser compreendido. O estudo de caso tem sua origem na necessidade, principalmente da sociologia e da antropologia, de se analisar as características e os atributos das relações na vida social, em que consiste em uma investigação empírica da "particularidade e da complexidade de um caso singular" (DEUS; CUNHA; MACIEL, 2014, p.03; NEIMAN; QUARANTA, 2009, p. 219).

As relações de trabalho analisadas nesta dissertação ocorrem na cidade de Betim, município no Estado de Minas Gerais, integrante da Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Mapa 1: Localização do município de Betim em Minas Gerais

Fonte: CAMPOS, 2006

A ASSOVAMB (Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim) tem limitação espacial, na medida em que todos os seus integrantes se encontram reunidos em um camelódromo, localizado no centro comercial de Betim. A associação civil foi fundada em 1997, em que pese a organização destes trabalhadores existir antes mesmo desta data, e está

em vigência até a presente data contando, até novembro de 2015, com cerca de 120 integrantes.

Imagem 1: Camelódromo de Betim – ASSOVAMB

Fonte: ASSOVAMB

A pesquisa de campo teve início com a fase exploratória (GIL, 2002, p. 130), que se iniciou juntamente com o ano de 2014, época em que tive inúmeros diálogos com as lideranças, participação em reuniões e visitas frequentes ao camelódromo para caminhadas, com o intuito de mapear o local e conhecer a rotina de trabalho.

A observação foi utilizada como estratégia complementar, para tanto, acompanhei uma reunião com a presença dos líderes e o advogado da Associação, que visava decidir a forma como se organizariam para responder ao procedimento de licitação aberto pela Prefeitura para revitalização do espaço do CEABE e do camelódromo, além de ter participado da Assembleia em que foi aprovado o novo Estatuto da Associação (MINAYO, 2010, p. 273-274; 280).

Foi adotada a entrevista como instrumento de pesquisa, com o cuidado de obter diferentes olhares sobre a mesma situação. O tipo de informação coletada e/ou produzida consta da obtenção da perspectiva dos integrantes da ASSOVAMB quanto ao exercício de sua atividade após a constituição em associação, formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual (MEI) e fixação em local central do Município, bem como comparar se o fato de terem em algum momento trabalhado nas ruas ou não promove percepções diferenciadas acerca do modo como identificam sua identidade ocupacional. As entrevistas foram gravadas

em áudio e posteriormente transcritas, tendo duração variada devido ao tipo de entrevista escolhida, qual seja, entrevista semi estruturada, assim houve entrevistas de aproximadamente 30 minutos e outras com1hora e 30minutos.

Dois guias de entrevistas foram elaborados. Importante ressaltar que o nome pelo qual o entrevistado gostaria de ser identificado na redação da dissertação foi objeto de questionamento na entrevista, portanto, os nomes utilizados são fictícios e representam uma escolha dos próprios entrevistados.

O primeiro guia (APÊNDICE A) foi aplicado a4 integrantes da Associação, selecionados por estarem presentes desde a fundação, e portanto capazes de relatar a história do grupo através de perguntas acerca do cotidiano de trabalho, são eles:

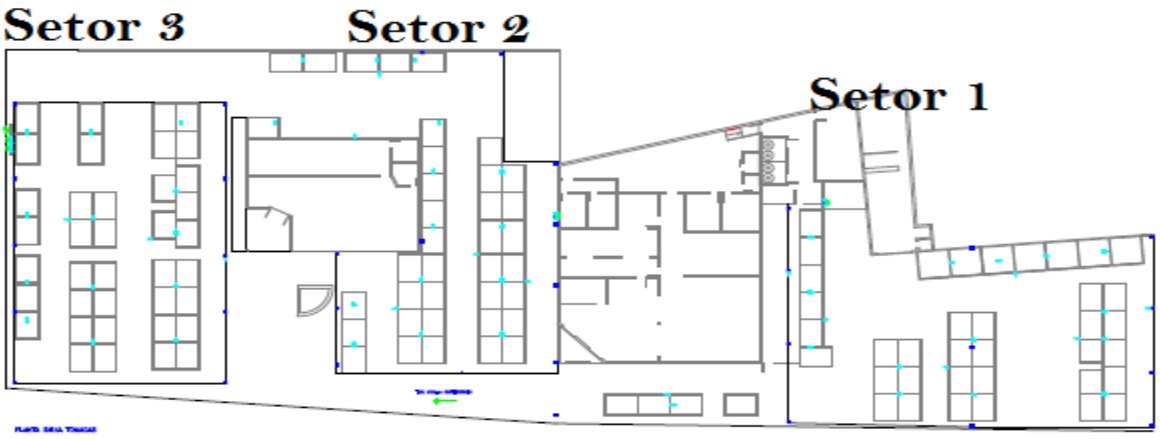
1. ADÉLCIO, 37anos, tinha sua própria banca na praça Maria Turíbia. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015;
2. ANTÔNIO, 58 anos, tinha sua própria banca na praça Maria Turíbia. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015;
3. GERALDO, 50 anos, tinha sua própria banca na praça Maria Turíbia. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015;
4. JOÃO, 30 anos, era funcionário de um dos líderes do grupo à época da fundação da Associação na Praça Maria Turíbia. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015.

O segundo guia de entrevista (APÊNDICEB) foi aplicado a 9 entrevistados integrantes da ASSOVAMB e dividido em 4 fases: a primeira fase visou o conhecimento sobre a trajetória ocupacional de cada entrevistado, de modo a compreender o processo de formação de sua identidade ocupacional; a segunda fase buscou entender o processo associativo e compreender como percebem as ações da Associação; a terceira fase teve por fim entender o modo como identifica sua ocupação quando observa outras ocupações, para tanto utilizou-se de recursos visuais (APÊNDICE C), fotos de ocupações que se utilizam do espaço público na cidade de Betim para realizarem suas atividades ocupacionais; a quarta fase objetivou consolidar o entendimento sobre os tipos identitários levantados, e para isso foi sugerido um rol de ocupações extraídas das primeiras quatro entrevistas realizadas, das atas da Associação e das fases um e dois do roteiro, estes últimos tipos identitários inseridos no momento do diálogo a depender dos apontamentos de cada pessoa .

Por um processo histórico de transferências realizadas pela prefeitura do Município, em suas políticas de revitalização do centro da cidade, o camelódromo acabou por ser

dividido em três setores, sendo que cada um deles abarcou um grupo de pessoas que foi transferido pela prefeitura em épocas distintas. Maiores detalhes dos setores podem ser observados no ANEXO A.

Imagem 2: Planta do camelódromo



Fonte: ASSOVAMB, 2015

Assim, os entrevistados foram selecionados proporcionalmente em cada um destes setores pela utilização de características como gênero, idade e trajetória ocupacional no que concerne ao fato de já terem ou não trabalhado nas ruas.

No Setor 1 foram selecionados os seguintes integrantes:

1. MIGUEL, 28 anos, nunca trabalhou nas ruas anteriormente. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015;
2. VENINA, 43 anos, nunca trabalhou nas ruas anteriormente.Compõe a atual diretoria da Associação. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015;
3. BARBÁRA, 24 anos, nunca trabalhou nas ruas anteriormente, Pesquisa de campo realizada em 07 julho 2015;

No Setor 2 foram selecionados os seguintes integrantes:

4. TALARICO, 59 anos, trabalhou nas ruas do Município de Betim, especificamente na área central, na Avenida Amazonas. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015;

5. JOAQUIM, 26 anos, trabalhou nas ruas do Município de Betim, no espaço em frente ao CEABE. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015;
6. MARIANA, 34 anos, nunca trabalhou nas ruas. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015;

E por fim, no Setor 3 foram selecionados os seguintes integrantes:

7. JOÃO, 30 anos, nunca trabalhou nas ruas. Compõe a atual diretoria da Associação Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015;
8. TEREZINHA, 52 anos, trabalhou nas ruas do Município, na praça Maria Turíbia. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015;
9. ABREU, 42 anos, trabalhou nas ruas do Município de Betim, no espaço em frente ao CEABE. Compõe a atual diretoria da Associação. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015.

As entrevistas foram realizadas no escritório de trabalho da Autora, próximo ao local de trabalho dos integrantes da ASSOVAMB, almejando com isto fácil acessibilidade destes e um espaço adequado para estabelecer uma conversa amistosa e produtiva. As entrevistas foram complementadas pela pesquisa documental, uma vez que se utilizou dos estatutos da Associação e das atas de reunião, visando ampliar o conhecimento sobre o tema abordado.

Como se buscar a auto definição ocupacional de um grupo, elege-se a análise de conteúdo como a adequada ao fim proposto, decompondo o material nas unidades temáticas trabalho, associação e ocupação.

1 O MUNDO DO TRABALHO

O mundo do trabalho é espaço dinâmico e propício para o empreendimento de relações sociais marcadas pelo associativismo, além de influenciar sobremaneira na configuração de identidades. O presente capítulo tem por finalidade apresentar uma abordagem ampla, em uma perspectiva macro social, do mundo do trabalho no Brasil e no município de Betim, servindo de panorama necessário para a compreensão das associações ocupacionais, bem como, das identidades ocupacionais.

Assim, em um primeiro momento, é analisado o trabalho e a reestruturação produtiva empreendida no Brasil e em Betim pós década de 1990. E em um segundo momento, as políticas públicas de revitalização dos centros urbanos e de formalização dos empresários através da Lei do Micro Empreendedor Individual.

1.1 O trabalho e sua importância social

Ao longo da história várias conotações foram destinadas ao trabalho humano. Compreendido como penoso e simultaneamente gratificante pela cultura cristã, ou ainda, no sentido de ascese pela doutrina calvinista. Já a ideologia burguesa incorporou a percepção do trabalho como base fundante de toda a vida social, independentemente do contexto histórico, e imprescindível para a "reprodução material da vida em sociedade" (LIEDKE, 2002, p. 341-344).

Em sociedades pré-industriais o trabalho é parte integrante da vida social juntamente com o lazer, família e a convivência em comunidade; noutro norte, sociedades industriais e pós-industriais, calcadas na noção burguesa, opõem o trabalho às demais esferas da vida social, proporcionando espaço para a divisão social do trabalho. Como as questões referentes ao trabalho ganharam destaque após a expansão produtiva e pelo fato do Brasil ter realizado a urbanização e estruturação do seu mercado de trabalho sobre a noção de emprego, principal vínculo de trabalho utilizado no período, o termo trabalho passou a ser associado a emprego, este último institucional e assalariado, e portanto, função a ser exercida na e para a produção (POCHMANN, 2014, p. 26).

Entretanto, o termo 'trabalho' será analisado em sentido *lato*, ou seja, como uma ação humana com fins de produção, manutenção e modificação de bens ou serviços e o termo emprego como modalidade de trabalho realizado por pessoa física, de forma subordinada às regras do ambiente de trabalho, onerosa através de contraprestação salarial, habitual por meio

da definição de dias e horários e com pessoalidade devido ao vínculo pessoal e intransponível estabelecido entre empregador e empregado (DELGADO, 2015). Com isto, entende-se que estão incluídas dentro da categoria trabalho as atividades laborais realizadas por vendedores ambulantes, camelôs, lojistas, comerciantes e empresários.

A indiferenciação entre trabalho e emprego resultou na máxima ‘quem não tem emprego não é trabalhador’. O trabalho na sua modalidade emprego tornou-se referencial no processo de socialização do indivíduo, uma vez que se tornou elemento de reconhecimento social e atribuição de prestígio, seja dentro ou fora do grupo de pertencimento. E, a ausência do vínculo empregatício motivo de tensão social, causando abalos psicossociais, tanto individual como comunitariamente (LIEDKE, 2002, p. 344-345).

Esse modelo de trabalhador, baseado em vínculo empregatício, resultou em processos de estigmatização de trabalhadores autônomos como vendedores ambulantes e camelôs, questão que será abordada de forma mais aprofundada no capítulo 3. Isto porque, aqueles que não têm um vínculo empregatício passam a ser contabilizados pelos órgãos oficiais do Estado como desempregados, mesmo que estejam inseridos no setor informal de forma estável, e as atividades citadas são observadas como uma alternativa de sobrevivência para quem não é trabalhador no mercado formal, e portanto, utilizadas apenas quando não se tem outra opção (CASTRO, 2003).

O trabalho é objeto de negociação na sociedade capitalista, uma mercadoria a ser vendida, transacionada. Neste sentido, foi compreendido de diversas formas ao longo do tempo, seja como mecanismo de distribuição social da população e justificativa para a produção de desigualdades sociais, ou posteriormente, em abordagens de cunho mais relacionais, como mercado de trabalho, arena na qual os trabalhadores trocam sua força de trabalho por salários, *status* e outras formas de recompensa. Portanto, local propício para observação das diferenças sociais entre os indivíduos expressas na desigual distribuição de poder e prestígio, neste viés, a mobilidade ocupacional é percurso para a mobilidade social (GUIMARÃES, 2009, p. 153-155).

As oportunidades de trabalho neste mercado são socialmente construídas na relação entre os demandantes, as empresas e os intermediadores, sendo este último, as instituições especializadas na procura por postos de trabalho. Contudo,as redes construídas pelos indivíduos ao longo da sua vida, em suas diversas esferas de sociabilidade, ou seja, familiares, amigos e conhecidos, contribuem com maior intensidade como canais de informações ocupacionais no mercado de trabalho. Em pesquisa realizada com os camelôs nas ruas centrais de Belo Horizonte, observou-se que o ingresso no setor informal ocorreu pela

influência dos parentes: tios, irmãos, avós que se apresentam como trabalhadores bem sucedidos na atividade, além de garantir um apoio e orientação quanto à técnica e à dinâmica do trabalho (ZAMBELLI, 2006, p. 129).

Entretanto, conforme pode ser observado por Nadya Araújo Guimarães (2009, p. 162), a qualidade dos empregos acessados por esse círculo mais próximo são precários, de curta duração e de baixo prestígio, quando comparados àqueles disponibilizados por profissionais capacitados para a disponibilização deste tipo de informação. Nem todos têm oportunidades iguais de acesso a informações ocupacionais, na medida em que as redes de sociabilidades são diferentes, manifestando como a obtenção de trabalho é um processo multifacetado, operado por diversidades estruturais, institucionais, materiais e simbólicas.

1.2 Dimensão histórica do trabalho e a reestruturação produtiva empreendida no Brasil e Betim após 1990

O mundo do trabalho comporta esta inter-relação entre trabalho e sociedade, e que por isso mesmo, tem uma dimensão histórica que deve ser analisada. Por isso passa-se a uma abordagem histórica do mundo do trabalho no Brasil e no município de Betim, chamando a atenção para o desenvolvimento econômico e produtivo e para a oferta de trabalho.

A cidade de Betim foi elevada ao *status* de Município através do Decreto do Governador Benedicto Valladares Ribeiro, em 17 de dezembro de 1938, durante reforma administrativa empreendida em todo o estado mineiro. No ano de 1941, Betim é planejada para ser Parque Siderúrgico Nacional, já que manifestava potencial para abrigar a instalação de novas indústrias, seja porque detinha amplo espaço e infraestrutura, seja porque contava com rede ferroviária e rodoviária importantes para o escoamento da produção para os grandes centros nacionais, certo é que a cidade se tornou referência como pólo atrativo para indústrias (BETIM, 2015c).

O trabalho nas indústrias era o meio mais eficaz para o reconhecimento do indivíduo como trabalhador. No Brasil, durante o Estado Novo, de 1930 a 1945, a cidadania era regulada pela inserção profissional, circunstância em que o Estado realizava controle rigoroso sobre os Sindicatos. Era reconhecido como cidadão o trabalhador empregado, ou seja, aquele trabalhador que detinha carteira assinada, e apenas assim tinha acesso a direitos sociais (NEVES, 1997, p. 30).

A década de 1940 pode ser considerada o período de maior industrialização do Município de Betim, acompanhando o desenvolvimento econômico nacional, fenômeno que

perdurou pela década de 1950, com a inauguração da Rodovia Fernão Dias em 1958. Além disto, Betim entrou também no planejamento estadual para exercer funções econômicas de industrialização de base (BETIM, 2015c), tudo isto fazia do Município campo de atração de trabalhadores, para servir de mão de obra às indústrias nascentes.

O capitalismo pós-guerra, durante as décadas de 1950 e 1960, tinha um padrão de desenvolvimento pautado pela intervenção de um Estado regulador e promotor de políticas públicas de educação, previdência e ampla legislação trabalhista, trabalhando em prol de um Estado de Bem Estar Social que incidiu diretamente nas relações de trabalho da época, tendo por pilares o trabalho formal, assalariado e em tempo integral, não se admitindo o desemprego. Cabe ressaltar o papel conferido às relações entre Estado, empresa e sindicato, já que este último era considerado forte interlocutor das demandas por direitos dos trabalhadores (NEVES, 1997, p. 25).

As relações de trabalho se intensificaram ainda mais em Betim, na medida em que a produção teve maior impulso pela instalação da Refinaria Gabriel Passos (REGAP) em 1968, fornecendo serviços de abastecimento de combustível, e pela instalação da FIAT Automóveis, em 1976. A vinda da FIAT para o Município de Betim contou com ampla atuação política em defesa das boas condições estruturais da cidade e mão de obra em abundância. A instalação da fábrica atraiu uma série de indústrias satélites do ramo automobilístico e afins, fazendo de Betim o segundo maior polo industrial automobilístico do país (BETIM, 2015c).

A política conhecida como a “nova industrialização mineira” visava tornar o Estado de Minas Gerais centro industrial autônomo, já que anteriormente era tratado como fornecedor de matérias e insumos para Rio de Janeiro e São Paulo. Nesta política Betim teve lugar de destaque, sendo considerado um dos cinco distritos industriais do estado mineiro juntamente com Vespasiano, Contagem, Santa Luzia e Belo Horizonte. Interessante ressaltar que foi o distrito de Betim que mais recebeu investimentos destinados pelo estado para o desenvolvimento destas áreas, cerca de 72,60%, com isto gerou em torno de 64,11% empregos formais diretos, porcentagem sobre o total de empregos criados pelos cinco distritos (BETIM, 2015c).

Na década de 1970 houve a inserção maciça de produtos japoneses no mercado europeu, o que resultou na intensificação da concorrência no mercado internacional. Neste contexto de mobilização por direitos sociais, a concorrência em âmbito mundial e a crise do petróleo, ocasionaram alterações no modelo de Estado e na organização do trabalho, que necessitava ser mais ágil, polivalente e capaz de fornecer um produto com qualidade para atender à concorrência, o que foi alcançado com investimento em tecnologia, para tanto,

foram realizadas escolhas políticas baseadas no modelo neoliberal que propugnava pela privatização das indústrias e dos serviços, assim, o mercado passou a ser o grande dinamizador do desenvolvimento de um país e não mais o Estado interventor (NEVES, 1997, p. 26).

As décadas de 30 a 70 correspondem ao período de transição da sociedade agrária para a sociedade industrial no Brasil, considerada a primeira grande transformação no mundo do trabalho pátrio, o que permitiu a construção de bases materiais sobre as quais seria possível a realização do processo de modernização do trabalho no país. Na década de 1980, o Brasil ocupava o posto de 8ª maior economia do mundo e concomitantemente o 3º mais desigual (POCHMANN, 2014, p. 23).

Devido à ampliação das atividades empresariais e industriais no município de Betim, a década de 1980 é marcada por um alto crescimento populacional, sendo considerada a cidade que mais cresceu no período no Brasil, na medida em que chegou ao final da década de 1970 com uma população estimada em 35.174 habitantes e ao final da década de 1980 já contava com 82.601 habitantes. A crise econômica nacional do período, repercussão da crise internacional acima relatada, incidiu na redução dos investimentos em Betim, contudo, não reduziu o crescimento econômico da região. Nos últimos anos, o município tem trabalhado para diversificar sua economia para além do polo petroquímico e automotivo, abrindo espaço para a instalação de setores de metalurgia, alumínio, mecânica, serviços e logística (BETIM, 2015c).

Ainda durante a década de 1980, com os efeitos do processo de globalização, houve uma mudança de eixo do capital, vez que o capital investido na produtividade e, consequentemente, na produção industrial cederam lugar para o capital financeiro, gerando mercados globais. Estas transformações no mundo do trabalho repercutiram nas relações de trabalho, já que houve uma queda no trabalho industrial e redução de políticas públicas protetoras dos trabalhadores, como as trabalhistas e previdenciárias, somado a isso, a tecnologia da microeletrônica passou a integrar a cadeia produtiva de forma ágil e rápida e permitiu a flexibilização da necessidade de trabalho vivo, na medida em que a microeletrônica planeja, operacionaliza, integra e agiliza o processo produtivo, o que promoveu um enxugamento dos postos de trabalho. Toda essa conjuntura política e econômica propiciou altas taxas de desemprego (NEVES, 1997, p. 27).

A década de 1990 tem especial importância para a compreensão do trabalho no Brasil, pois políticas governamentais de abertura econômica e liberação comercial enfraqueceram as indústrias brasileiras, e consequentemente, houve uma onda de desregulamentação no mundo

do trabalho, bem como, processo de transferência dos locais da produção, atendendo a uma nova configuração da divisão internacional do trabalho e do capital. Ainda na década 1980, iniciou-se uma reestruturação produtiva em que se primava pela utilização dos novos padrões de organização social do trabalho e pela inserção da tecnologia microeletrônica. Mas, foi a partir da década de 1990 que houve uma intensificação do processo, desregulamentação dos direitos sociais, flexibilização dos contratos de trabalho e terceirização da produção (ANTUNES, 2014, p. 14).

Para atender a este novo modelo de organização do trabalho, também o trabalhador teve que se adequar para se manter no emprego, assim é exigido dele maior conhecimento acerca de todo o processo produtivo, devendo ser qualificado e polivalente. Contudo, o que se nota é um número pequeno de trabalhadores que atendem às qualificações exigidas pelo mercado e, de outro lado, uma ampla massa de trabalhadores em condições precárias de trabalho. Em decorrência da redução de trabalhadores empregados ganhou relevância o setor informal e os seus trabalhadores, chamados por vezes de trabalhadores excluídos do regime celetista de trabalho ou ainda trabalhadores autônomos, por terem sua inserção no mercado de forma independente (NEVES, 1997, p. 29).

A partir da década de 1990, a administração municipal de Betim investiu na diversificação da indústria, uma vez que a especialização no ramo petroquímico e automobilístico fragilizava a economia do município, acrescenta-se a isso um relativo crescimento econômico, na medida em que a cidade atraiu novas indústrias por motivos variados,seja pela saturação de outras áreas produtivas,seja pela adequação aos novos padrões de mercado internacional, proporcionando a infraestrutura necessária para implementar o processo de terceirização de trabalho, ao contar com ampla rede de prestadoras de serviços e fácil acesso de transporte (BETIM, 2015c).

AFIAT de Betim passou por processo de reestruturação produtiva, empresa que chegou a empregar na década de 1980 cerca de 25 mil funcionários, 26 anos depois contava com apenas 9 mil destes empregados, o que a levou a ser considerada uma das empresas mais enxutas do mercado à época, o resultado foi uma massa de desempregados, o que exigiu rápida recomposição do mercado, através, principalmente, do incentivo à criação de microempresas fornecedoras de serviços terceirizados (SANTOS, 2008, p. 158).

A combinação de baixa remuneração da força de trabalho, desregulamentação de direitos sociais, padrões de produtos tecnologicamente mais avançados e exigência de melhor qualificação dos trabalhadores resulta na super exploração da força de trabalho. Soma-se o fato de que a convivência de trabalhadores terceirizados, por tarefas, em tempo parcial e em

domicílio, em um mercado altamente competitivo possibilitou, além da lucratividade das empresas, a fragmentação dos grupos de pertencimento, já que dificultava a organização do grupo no espaço de trabalho, diminuindo a capacidade de resistência (ANTUNES, 2014, p. 15-16).

Nesta época, pode-se observar a proliferação do número de empresas, no entanto, tal fato demonstra que houve uma transferência de atividades produtivas das grandes empresas para as micro e as pequenas empresas, situação influenciada pela ampliação das terceirizações, uma vez que reduzem os custos ao mesmo tempo em que aumentam a produtividade. Ao lado da informalização e da ampliação da tecnologia, o que se depreende é a insurgência de novos modos de ser da informalidade dentro das relações de trabalho empregatícia, através da "ampliação dos terceirizados, pela expansão dos assalariados do *callcenter*, subcontratados, flexibilizados, trabalhadores em tempo parcial, teletrabalhadores, pelo *cyber*proletariado" (ANTUNES, 2014, p. 21-22).

Por conseguinte, a informalidade invade o setor formal na medida em que a flexibilização das leis trabalhistas têm permitido a existência de trabalhadores assalariados sem registro em carteira, utilizando-se do estatuto empresarial ou de cooperativas para fugir das regras do Direito do Trabalho. Paralelamente ao setor formal, em que prevalece o trabalho empregatício, houve a ampliação do setor informal, composto pelos trabalhadores informais tradicionais, que vivem da força do seu trabalho ao realizarem atividades que exigem baixa capitalização, destinando a renda obtida para o consumo individual e familiar. Os trabalhadores informais tradicionais podem ser "menos instáveis", na medida em que detêm conhecimento técnico acerca da ocupação que desenvolve e os meios de trabalho próprios para a prestação de serviços, ou, podem ser "mais instáveis", ao realizarem atividades temporárias e eventuais, podendo inclusive serem contratados pelos trabalhadores informais mais estáveis (ANTUNES, 2014, p. 22).

O trabalho informal foi recriado pelo sistema capitalista para atender às grandes corporações nas áreas de produção, comércio e prestação de serviços, sendo que estes trabalhadores adotam essas estratégias pois seus pequenos negócios não têm condições de competir com empresas de grande porte, e por isto se fala que são estas últimas que definem sua forma de inserção no mercado (ANTUNES, 2014, p. 24).

O trabalhador integrante do setor informal é visto como trabalhador informal, quando observado sob este aspecto, qual seja, sua localização no sistema de produção capitalista, mesmo que realize suas atividades laborais dentro da formalidade legal, estando regular com todas as responsabilidades fiscais, como exemplo, o Micro Empreendedor Individual, que

mesmo estando regular com suas obrigações fiscais, é considerado trabalhador informal por integrar o setor informal, como pode ser observado adiante.

1.2.1 A relação entre o setor informal e o setor formal

O termo setor informal teve difusão após o Programa Mundial de Emprego, lançado em 1969, pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), em que se constatou que ambos os setores, formal e informal, são modernos e resultado da urbanização, assim, não há que se falar no desaparecimento do setor informal pela ampliação do setor formal, sendo ambos frutos do avanço do capitalismo e podem conviver em equilíbrio. Contudo, há uma redução do setor informal pelo avanço do capital, já que haveria uma dificuldade de competição com grandes empresas que detêm maiores possibilidades de produção em larga escala, noutro lastro, pode haver uma ampliação do setor informal por fatores como excedente de mão de obra, imigração e crescimento demográfico (CACCIAMALI, 2007, p.146-149). O que se pode notar em Betim é que a reestruturação produtiva, empreendida principalmente na FIAT, somado ao crescimento demográfico anterior, resultou em altas taxas de desemprego, o que culminou em um excedente de mão de obra e na ampliação do setor informal.

Ao contrário do que se imagina, a maior parte das atividades realizadas pelo setor informal são eficientes e lucrativas, mesmo que realizadas em escala pequena de produção e com tecnologia simples. Há entre o setor formal e o setor informal uma interdependência, cada um se beneficiando de modos diversos, no entanto, não há que se falar em igualdade nesta relação. O setor informal tem com relação ao setor formal uma subordinação multidimensional, pois que depende deste para a definição dos espaços econômicos explorados, acesso à matéria prima, equipamentos, tecnologia e crédito, noutro norte, oferece ao setor formal relações de troca e subcontratação, tanto na esfera da produção como na circulação de produtos. Essa relação é dinâmica, flexível e permeável, expandindo-se para atender as demandas do mercado (CACCIAMALI, 2007, p.148).

O setor informal “se constitui no conjunto de formas de organização da produção que não se baseia, para seu funcionamento, no trabalho assalariado”, e mesmo que o utilize o faz de forma pontual e temporária (CACCIAMALI, 2007, p.52). São características do setor informal:

> I) O produtor direto é possuidor dos instrumentos de trabalho e/ou do estoque de bens necessários à realização de seu trabalho, e se insere na produção como patrão e empregado simultaneamente;

> II) O produtor emprega a si mesmo e pode lançar mão de trabalho familiar ou de ajudantes como extensão do seu próprio trabalho; o proprietário obrigatoriamente participa direta da produção e da direção do negócio;
> III) O produtor direto vende seus serviços ou mercadoria, o ganho é utilizado, principalmente, para consumo individual e familiar e para a manutenção da atividade econômica, e mesmo que o indivíduo aplique seu dinheiro com o sentido de acumular, a forma como organiza a produção com apoio no próprio trabalho, em geral não lhe permite tal acumulação;
> IV) A atividade é dirigida pelo fluxo de renda que fornece ao trabalhador e não por uma taxa de retorno competitiva; é desta renda que se retiram os salários dos ajudantes ou empregados que possam existir (CACCIAMALI, 2007, p.152).

Assim, o setor informal é definido pela forma como organiza sua produção e não pelo cumprimento da legislação incidente, empresarial e/ou trabalhista. A informalidade legal é, por vezes, associada ao setor informal, devido a trabalhadores informais tradicionais e por conta própria, como camelôs e vendedores ambulantes, que contam com pequenas unidades de produção e circulação de bens e serviços para realizarem suas atividades ocupacionais não e atenderem as solenidades previstas em lei, entretanto, tal informalidade legal pode ser encontrada tanto no setor informal como no setor formal (CACCIAMALI, 2007, p.156).

Variadas têm sido as formas de organização dos e pelos trabalhadores no mundo do trabalho, desde passeatas e mobilizações civis até a constituição em sindicatos, cooperativas e associações, o que também tem sido alvo das mudanças no mundo do trabalho.

Os sindicatos, órgão representativos de uma classe de trabalhadores empregados em determinada base territorial, foram atores de grande importância na interlocução das demandas dos seus membros ao Estado e empresas. Contudo, diante das transformações ocorridas no mundo do trabalho, como o enxugamento do número de empregados, a ampliação da contratação de terceirizados, o aumento do desemprego e o crescimento do emprego informal, acabou por pulverizar e diversificar a classe trabalhadora e consequentemente corroer a força dos representantes sindicais (SANTANA, 2004, p. 2-3).

Poderíamos dizer que os trabalhadores já foram apresentados em épocas passadas como um grupo coeso, unidade centrada nas questões relativas ao trabalho, entretanto, as transformações ocorridas no mundo do trabalho são reflexo de mudanças sociais, e este contexto exige que se analise os trabalhadores e suas formas de associativismo percebendo a complexidade e heterogeneidade existente. Assim, as mobilizações civis empreendidas através de passeatas e movimentos sociais, deixam de ser apenas por categorias de ocupações e setores produtivos para atender a uma gama de demandas como cor, sexo, etnia, orientação sexual, demonstrando as particularidades contidas no grupo (SANTANA, 2004, p. 3-4).

Cooperativas, originadas para fazer frente a situações de vulnerabilidade individual do empreendedor autônomo no mercado, foram adaptadas para atender à nova manifestação da

gestão da força de trabalho. O cooperativismo tem sido muito utilizado pelo setor informal para a prestação de serviços, auxiliando a consolidação desta nova estruturação produtiva, ao fornecer produtos e serviços às grandes firmas capitalistas, subsidiando a estratégia empresarial de reduzir o trabalho empregatício formal e regulamentado (ANTUNES, 2011, p. 411).

Associações têm sido constituídas por trabalhadores, visando acesso a espaços produtivos e como uma forma de se organizarem para atenderem ao mercado de consumo. O setor de comércio e serviços teve crescimento próximo de 36,9%, o que em 2013 correspondeu a 70% do Produto Interno Bruto brasileiro. O que se nota é um esvaziamento dos setores primário (agropecuária) e secundário (indústria e construção civil), e a expansão do setor terciário (serviços e comércio) (POCHMANN, 2014, p. 30). Conforme observações de Ricardo Antunes (2011, p. 411), o empreendedorismo, manifesto pela ampliação do setor de serviços e constituição de micro e pequenas empresas, tem se colocado a serviço da produção capitalista ao substituir o trabalho prestado por empregados assalariados.

As transformações ocorridas no mundo do trabalho são dinâmicas e se mostram articuladas entre setor formal e informal. Os vendedores ambulantes podem integrar tanto o setor formal quanto o setor informal do mercado de trabalho, fornecendo serviços e realizando comércio, podendo a sua inserção ocorrer de duas formas distintas: primeiramente, como trabalhadores informais tradicionais estáveis no setor informal, já que possuem os próprios meios de trabalho e detêm certo conhecimento sobre o modo como devem exercer suas atividades, ou como trabalhadores informais assalariados sem registro no setor formal, tendo sua informalidade estabelecida em função do descumprimento da legislação, servindo aos seus empregadores para a “distribuição de bens através do comércio de rua ou ambulante” (ANTUNES, 2011, 409-410).

A ocupação dos vendedores ambulantes é cunhada como informal após a década de 1970, quando o termo passa a ser discutido, e traduz a informalidade no sentido “empresas familiares e individuais”, romper “com as regras de formalidade exigidas pela Junta Comercial”, participar de “mercados não regulados”, ser uma ocupação em que há “facilidade de ingresso”, em que os trabalhadores não têm carteira assinada, bem como, “o proprietário direto é possuidor dos instrumentos, dos estoques e das qualificações para gerir o negócio”, não havendo que se falar em uma “nítida divisão social do trabalho”, onde o “dono do negócio emprega a si e seus familiares” (CASTRO, 2003, p. 55-56).

Cabe agora entender como o Estado vem intervindo nas relações de trabalho de camelôs e vendedores ambulantes, que se utilizam dos espaços públicos das ruas para o

exercício da comercialização de bens e serviços, especificamente as políticas de formalização das atividades empreendedoras, por meio da Lei do Micro Empreendedor Individual (MEI), e as políticas de revitalização urbana através da construção de camelódromos.

1.3 Políticas incidentes sobre o exercício do trabalho do camelô e do vendedor ambulante

Esta seção aborda a política de formalização fiscal através da Lei do Micro Empreendedor Individual (MEI) e a política de revitalização dos centros urbanos municipais. Tais políticas foram escolhidas e estudadas por terem sido ações empreendidas pelo município de Betim aos integrantes da ASSOVAMB.

Houve uma parceria entre a Prefeitura e a Associação para fomentar a regularização fiscal do comércio empreendido pelos vendedores, fato este que será abordado no primeiro momento. Aliado a isso, o Município de Betim implementou dois conjuntos de ações de revitalização do centro de Betim, entre 1997 e 1999 aproximadamente, através do programa PROCENTRO, e meados de 2009 e 2012, por meio do programa BETIM É MAIS, como será visto em um segundo momento.

1.3.1 A Lei do MEI como política de formalização fiscal

A informalidade, no que concerne à adequação ou não à legislação, é tema de especial relevância para o mundo do trabalho, visto que, por mais que a informalidade não seja sinônimo de precarização, tendo como exemplo o trabalho realizado em domicílio por profissionais altamente especializados contratados por tarefa, a sua existência pode manifestar a realização de trabalho destituído de direitos, o que pode ocasionar lesão às necessidades básicas do trabalhador, à salubridade do local de trabalho, à proteção em períodos de vulnerabilidade social como velhice, maternidade e doença, o que pode ser demonstrado pela observação das ocupações realizadas nas ruas por vendedores ambulantes e camelôs, e que torna os temas ‘informalidade e precariedade’ passíveis de análises vinculadas. No setor formal o que se nota é a corrosão do trabalho empregatício com carteira assinada, sendo este substituído por distintos modos de informalidade legal, que redundam na precarização estrutural do trabalho, isto é, na degradação do trabalho através da flexibilização e informalização do trabalho, consubstanciando uma superfluidade nas relações de trabalho, bem como, por meio de “trabalho coisificado de tipo regulamentado” em que há a realização

de trabalho regular e formal, entretanto, reduzido, intensificado e explorado (ANTUNES, 2011, p. 417-418).

A noção de precarização tem por referência o regime de trabalho assalariado, no entanto, é modelo utilizado tanto para análises do setor formal como do setor informal, e consiste no afastamento do padrão de qualidade idealizado para a realização de trabalho em condições de dignidade. Para tanto, comporta duas dimensões, quais sejam, "a ausência ou redução de direitos e garantias no trabalho e a qualidade no exercício da atividade", situação que foi ampliada pela utilização de formas ocupacionais destituídas de direitos trabalhistas no mercado de trabalho (GALEAZZI, 2002, p. 242-243).

> Pela sua própria natureza, as características da economia informal são essencialmente negativas. Ela pode prender indivíduos e empresas numa espiral de baixa produtividade e pobreza. Uma estratégia nacional coerente para facilitar transições para a formalidade precisa reconhecer que os custos de trabalhar informalmente são altos para as empresas, trabalhadores e a comunidade. Na perspectiva dos trabalhadores desprotegidos, os aspetos negativos do trabalho na economia informal são muito superiores aos seus aspetos positivos. Eles não são reconhecidos, registrados, regulamentados ou protegidos pela legislação do trabalho e de proteção social e,portanto, não podem desfrutar, exercer ou defender os seus direitos fundamentais. Dado que geralmente não estão organizados, a representação coletiva junto dos empregadores ou autoridades públicas é insuficiente ou nula (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2014, p. 13).

Levando-se em consideração que os trabalhadores do setor informal produzem bens e serviços lícitos,e portanto legais, a informalidade legal se manifestar no descumprimento no que tange aos trâmites de registro das atividades e a importação de produtos, neste viés, a atuação governamental deve cobrir tais situações de modo a facilitar o cumprimento das determinações legais. As unidades produtivas que compõem o setor informal podem ter dificuldades para o exercício do direito de propriedade, acesso ao capital e ao crédito, bem como, promover a transição da informalidade para a formalidade legal, na medida em que as vias de comunicação com as autoridades públicas e com o mercado mais amplo são obstacularizados pela ausência de registro nos órgãos públicos (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2014, p. 13-14).

Pequenas unidades produtivas têm dificuldades para arcar com os custos de transição para a formalidade, inclusive por falta de acesso ao capital e ao crédito, assim, o incentivo governamental para a redução dos custos de transição para a formalidade pode resultar no pagamento de impostos de forma voluntária pelos empreendedores. A isto se acresce o acesso aos benefícios da previdência social, que proporciona auxílio ao trabalhador em seus momentos de vulnerabilidade social (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO

TRABALHO, 2014, p. 13).

De acordo com as diretrizes da Organização Internacional do Trabalho são iniciativas públicas necessárias para a transição da informalidade para a formalidade os seguintes aspectos:

> - Promover o emprego formal através de políticas macroeconômicas favoráveis ao emprego e políticas setoriais, privilegiando especialmente o desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas (MPME) sustentáveis;
> - Reduzir o emprego informal, reduzindo o custo de transição para a formalidade através da criação de um quadro regulamentar e estratégico propício que reduza as barreiras à formalização, protegendo os direitos dos trabalhadores e aumentando os benefícios da formalidade, promovendo uma maior conscientização das vantagens e proteção que advêm com a formalização (serviços de desenvolvimento empresarial para as MPME, acesso ao mercado e recursos produtivos, programas de crédito e programas de formação e campanhas promocionais para melhorar as competências das unidades da economia informal); e
> - Aumentar o trabalho digno na economia informal, através do desenvolvimento de um piso de proteção social para todos a nível nacional, implementando um salário mínimo e incentivos de saúde e segurança, organizando os trabalhadores da economia informal e incentivando as empresas informais a unirem-se em aglomerados de produção ou cooperativas e apoiar o desenvolvimento de organizações e empresas da economia social (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2014, p. 37-38).

O Brasil é considerado pela Organização Internacional do Trabalho (2014, p. 38) referência no combate a pobreza e na criação de mecanismos para a formalização. Aqui destacamos a Lei do Micro Empreendedor Individual, Lei Complementar nº. 128/2008, por meio da qual a formalização do empreendedor é realizada gratuitamente via internet tornando-o formalmente pessoa jurídica, o que traz vantagens para o empresário, na medida em que poderá ingressar em um mercado que exige regularidade fiscal; incidência de carga tributária reduzida; possibilidade do registro de até um empregado; registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ); obtenção de crédito junto à instituições financeiras, públicas ou privadas; possibilidade de emissão de nota fiscal nas vendas realizadas; e ainda, cobertura pelo Regime Geral de Previdência Social. Há ainda vantagens auferidas pelo poder público, que pode com isto influir no crescimento econômico sustentável e recolher tributos pelo regime tributário do Simples Nacional (SILVA, *et al*, 2014, p. 1-2).

No que concerne ao setor informal e às políticas de formalização fiscal, Betim regulamentou a Lei Geral do Micro Empreendedor Individual e das Pequenas Empresas, através da Lei Municipal nº 4.977 de 22 de abril de 2010. A medida é compreendida como instrumento propulsor do desenvolvimento econômico e social, pois favorece a abertura e manutenção de pequenos negócios no Município, desburocratizando o processo, reduzindo tributos e possibilitando a participação do micro empreendedor nas compras públicas. Com

relação ao número de cadastrados como Micro Empreendedor Individual e pequenos empresários, Betim ocupa a 3ª posição na Região Metropolitana, ficando atrás apenas de Belo Horizonte e Contagem, bem como, 5ª posição no estado de Minas Gerais (GONDIM; PINILLA, 2015).

O fomento para a participação das micro e pequenas empresas nos processo de compras públicas rendeu ao Município de Betim o 2º e o 1º lugar na categoria "compras governamentais e desburocratização", nas últimas duas edições do Prêmio JK – Prefeito Empreendedor do SEBRAE, realizados nos anos de 2009 e 2012, respectivamente. O município de Betim tem angariado prêmios no que tange ao desenvolvimento econômico e social. De acordo com uma pesquisa realizada pelo SEBRAE, acerca da taxa de sobrevivência dos empreendimentos em 264 municípios, Betim é o município com melhor panorama para abertura e manutenção de empresas (88%), seguido de Ribeirão Pires (87%), Sete Lagoas (87%), Nova Friburgo (86%) e Valinhos (85%) (GONDIM; PINILLA, 2015).

O atual Prefeito de Betim, Carlaile Pedrosa, chama atenção para o sucesso alcançado em suas políticas de formalização fiscal das atividades empresariais e, assumindo um papel de prefeito empreendedor, vende aos investidores a imagem de uma cidade que tem trajetória de sucesso no ramo empresarial, destacando que o Município oferece as características necessárias para o desenvolvimento de investimentos e negociações com segurança, confiança e credibilidade. Além de ter localização estratégica para a locomoção de pessoas e transporte de cargas para o eixo Rio de Janeiro - São Paulo, através da Rodovia Fernão Dias, importante rota para a distribuição de produtos e serviços (GONDIM; PINILLA, 2015).

Tal atuação do representante político do município de Betim condiz com o modelo de gestão de cidade, na medida em que insere Betim como mercadoria no mercado mundial de cidades (SANCHES, 2001), o que será melhor analisado no tópico a seguir. O dito pode ser observado na entrevista concedida pelo Prefeito Carlaile Pedrosa ao Portal do Desenvolvimento Local:

> O segredo do sucesso reside na localização estratégica, a regulamentação da legislação de apoio aos pequenos negócios e os incentivos aos novos empreendimentos são considerados os principais fatores do sucesso da cidade, além de seguir orientações do Tribunal de Contas do Estado. Os desafios do Setor Público começam na mudança de sua postura submissa em relação ao Estado e à União. Devemos entender e enxergar a vocação produtiva de cada município – seja ela industrial, comercial, prestação de serviços, esporte, cultura, educação, agropecuária – e lançá-la em nível mundial, pois já não há mais fronteiras e, sim, demandas. Precisamos INVESTIR muito em informação e tudo isso vale tanto para o ambiente nacional como internacional. Contudo, não basta entender e desejar sem o principal: executar. O município tem buscado uma gestão mais eficiente, sem burocracias, com o intuito de apoiar as empresas locais, com políticas ostensivas e inovações

> tecnológicas para as novas empresas no mercado local e, em como consequência, transformado o município (GONDIM; PINILLA, 2015).

O prefeito se coloca no papel de Prefeito-Empreendedor para apresentar a vocação empresarial da cidade de Betim, lugar propício para a realização de negócios, atribuindo à cidade qualidades como localização privilegiada, autonomia e regularidade fiscal do Município frente aos demais entes federativos, além disto destaca os investimentos na infraestrutura e na legislação através de uma gestão eficiente e sem burocracias, oferecendo segurança jurídica para a contratação com pequenos empresários e diversidade produtiva, salienta ainda os potenciais do lugar e de seus cidadãos para a participação no mercado internacional. Com isto o Prefeito valoriza a mercadoria que almeja vender, qual seja, a própria cidade de Betim, visando atrair empresários por meio da promessa de políticas ostensivas de apoio às empresas locais (SANCHES, 2001).

Essa política mercantilista do espaço citadino associado ao sucesso na instalação da FIAT no município tornou a cidade de Betim mercado de trabalho almejado, com intenso fluxo migratório, interestadual e especialmente intermunicipal (BRITO; CAMARGOS, 2015). Os integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB) exemplificam este amplo processo de imigração para o Município nas décadas de 1980 e 1990, pois contam com trabalhadores provenientes da Paraíba, de Pernambuco, do Vale do Jequitinhonha e de Belo Horizonte, conforme podemos observar pela fala de um dos entrevistados:

> JOÃO: Betinense são poucos. A grande maioria veio de fora. Como é a população de Betim.
> [...]
> JOÃO: Veio para trabalhar. A FIAT assim, na época em que ela foi instalada aqui, foi uma revolução pra cidade. A cidade, em si, praticamente, não existia. Depois da FIAT que ela passou a existir verdadeiramente. Aqui que começou a vir pessoas, que começou a ter, inclusive, uma das coisas que eu fiquei sabendo esses dias, uma das primeiras é, eu tenho até que conversar com alguém que mora lá para mim confirmar isso, o bairro Cidade Verde, me falou que foi o primeiro condomínio de casa em Betim, construído para os trabalhadores da FIAT, para trazer mão de obra para cá, por que não tinha, e dali então em diante começou a se formar ... foi crescendo ainda mais a cidade (JOÃO, 30 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Em processos migratórios as redes de sociabilidade tendem a agir de forma incisiva no direcionamento das rotas dos migrantes. Com um amplo mercado de trabalho disponível em Betim, as redes de sociabilidade, como familiares, amigos e conhecidos passam a atuar de modo a distribuir a informação. Isto pode ser depreendido da seguinte afirmação: “Na

verdade, eu vim quando criança ainda, eu vim com o meu pai. Eu vim para Contagem e depois, a oportunidade de trabalho me trouxe para Betim" (VENINA, 43 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). Ou no trecho a seguir:

> GERALDO: Eu trabalhei antes, não aqui, mas em outra cidade. Mas, aqui mesmo em Betim eu comecei... cheguei aqui para morar, meu irmão já morava aqui... não tinha outra atividade, comecei a mexer com artesanato, adquiri a barraca... etou aqui até hoje.
> Geisiane: Então, seu irmão morava aqui e trabalhava com isso?
> GERALDO: Meu irmão não. Ele trabalha na indústria.
> Geisiane: Como o senhor decidiu vender?
> GERALDO: O que eu faço aqui é o que eu já fazia antes. Em outra cidade. Então, eu cheguei aqui e não consegui emprego, comecei a fazer artesanato que eu já fazia em outra cidade e vendia sem ser ponto fixo e aí eu conheci o camelódromo e aí eu comecei até hoje.
> [...]
> GERALDO: Eu vendia uns papagaios, uns aviãozinhos feitos de isopor... esse tipo de coisa. Minha mãe que fazia.
> Geisiane: Por que o senhor escolheu vir para Betim?
> GERALDO: Porque eu tinha parente que morava aqui, na ocasião eu morava em Brasília. Eu estava saindo de lá e meu irmão morava aqui, e acabei ficando até hoje (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

A rede de sociabilidade, parentes e amigos, é fator a ser considerado, já que muitos ingressaram no setor informal através destes contatos. Um dos entrevistados afirma que quando o seu comércio começou a ter sucesso voltou à sua cidade de origem: "aí já trouxe meu pai, minha mãe... comecei a trazer a minha família p'ra cá. Até que um dia, o ônibus passando aí... vi que estava anunciado o CEABE lá. E aí, um colega disse: "pode vir, que eu arrumo um 'pedacinho' para você trabalhar lá" (SEBASTIÃO, 58 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

A inserção de trabalhadores em tipos identitários considerados desprestigiados, como a ocupação de vendedores ambulantes e camelôs, nos faz pensar sobre os resultados encontrados por Nadya Araujo Guimarães (2009, p. 162) em sua pesquisa sobre o mercado de trabalho em São Paulo, onde observou que "era precária a qualidade dos empregos obtidos através dos circuitos de maior proximidade; eles duravam pouco e produziam inserção de baixo prestígio se comparados aos empregos obtidos através dos circuitos profissionais de circulação de informação". A maioria dos trabalhadores integrantes da ASSOVAMB teve sua inserção em ocupações de baixo prestígio e estigmatizadas por meio de indicações de amigos e familiares.

Uma vez observada a política de formalização fiscal para o exercício da atividade, entendida aqui como favorável à inserção no mercado de trabalho minimamente decente do vendedor ambulante, passa-se a analisar a política de revitalização dos centros urbanos que

incide, mesmo que indiretamente, no espaço utilizado por camelôs e vendedores ambulantes para realização de suas atividades ocupacionais

1.3.2 Políticas de revitalização de centros municipais

As transformações no mundo do trabalho também incidiram na configuração das cidades, onde a globalização permitiu a realização de negociações a nível internacional e os centros urbanos se tornaram referências para a busca de novos tipos de produtividade, flexibilidade, polivalência, além de locais propícios para a experimentação de novos modos de gestão adequados ao atendimento do capital financeiro, intercâmbio este facilitado pelas tecnologias de transporte e comunicação (MENDES, 2011, p. 477).

Durante o período do capitalismo industrial, os centros urbanos eram espaços de concentração das atividades produtivas, já que a proximidade entre as diversas atividades reduziam os custos com tempo e transporte. As transformações no mundo do trabalho se deram, em especial, pelo deslocamento do eixo do capital produtivo para o capital financeiro, fato que,acumulado ao aumento da tecnologia, permitiu que as indústrias se deslocassem para as periferias das cidades, podendo-se vislumbrar uma progressiva desindustrialização dos espaços urbanos centrais e paralelamente a ocupação destes espaços pelo setor de serviços, dando ao território uma nova funcionalidade (MENDES, 2011, p. 478). Isto pode ser observado pelo deslocamento da indústria e do investimento financeiro da capital mineira, Belo Horizonte, para cidades periféricas, como, por exemplo, o Município de Betim e Contagem, durante a política de industrialização mineira, abordada anteriormente, em que houve fomento governamental para o desenvolvimento da Região Metropolitana de Belo Horizonte (BETIM, 2015c).

Este processo comporta duas facetas, quais sejam, quando observado sob uma perspectiva nacional há uma processo de centralização já que os setores industriais e de serviços se concentram em uma mesma área geográfica, o centro e sua periferia, assim temos a alteração de *status* de vilarejos para cidades e de cidades para metrópoles, no entanto, quando observado em escala urbana o que ocorre é um processo de descentralização dos centros através do movimento do capital para a zona suburbana. Tal processo de descentralização tem implicações no que tange ao investimento de capital nos centros urbanos, assim, “cada vez menores quantidades de capital são canalizadas para a manutenção e restauração dos edifícios localizados na área central”, deixando tais locais ao abandono (SMITH, 2007, p. 21).

O deslocamento das indústrias é mais um fator a ser considerado nas transformações ocorridas no mundo do trabalho, pois que o processo de desindustrialização também foi causa para a redução do número de trabalho empregatício nos grandes centros e o crescimento de outros setores da economia, caminhando em direção à ampliação do setor de serviços. E ainda, a desvalorização do espaço das cidades tornou-se uma oportunidade econômica para o investimento em sua revitalização para atender às suas novas funcionalidades, servindo como *locus* para a implantação das sedes de empresas e órgãos governamentais, ambiente adequado para a realização de negociações 'face a face' e para a tomada de decisões administrativas emergenciais, ambas facilitadas pela comunicação direta e rápida entre os sujeitos (SMITH, 2007, p. 24-25).

Observando este processo de deslocamento da indústria, a relação entre o centro de Belo Horizonte e o Município de Betim pode ser vislumbrada principalmente após a década de 1980, inclusive através do aumento dos fluxos migratórios de trabalhadores saindo da capital mineira para as cidades periféricas, em busca de trabalho nas indústrias. Com o decorrer do tempo foi destinado ao centro de Belo Horizonte outras funcionalidades, especialmente na área de prestação de serviços (BRITO; CAMARGOS, 2015), contudo, processos similares de organização descentralizada do espaço citadino podem ser pensados entre o centro de Betim e seus bairros em uma escala menor. A distribuição das indústrias e empresas de grande porte nos bairros e a destinação do centro para a execução de serviços e comércio também é encontrada no Município de Betim, uma vez que o investimento para participação no mercado mundial não se restringe às capitais brasileiras, como poderá ser observado adiante.

Visando atender a um padrão internacional de gestão urbana, já que é cenário de negociações a nível global, o centro urbano tem sido alvo de políticas públicas de revitalização, em especial após década de 1990, em que estratégias são utilizadas para "vender as cidades", transformando seus espaços em mercadoria. Tais intervenções urbanas são coerentes com as exigências do mercado econômico global e têm sido chamadas de revitalização urbana, reestruturação urbana, requalificação urbana ou gentrificação, em que pese o termo gentrificação estar sendo usado especificamente para as revitalizações destinadas à preservação do patrimônio histórico cultural (NEVES; JAYME, 2010, p. 611).

O investimento no mercado mundial de cidades tem por fim atender ao mercado empresarial, tornando-as interessantes para o investimento de capital, bem como, para o mercado imobiliário, de consumo, de turismo, de boas práticas na gestão das cidades e o mercado de consultoria em planejamento de políticas públicas (SÁNCHEZ, 2001, p. 33-34).

Os prefeitos passam a ser valorizados não apenas pelas suas habilidades de representação política, mas também por sua eficiência empreendedora. Imagens oficiais são criadas sobre a cidade, imagens que intencionam mostrar com aparente objetividade abordagens seletivas desta cidade, influenciando as avaliações externas, além de contribuir para conquistar uma boa posição no *ranking* de lugares, produzidos inclusive por organismos internacionais que estimulam gestões modelos. Entretanto, tais imagens oficiais sintetizadas das cidades implicam na negação de outras imagens, já que se encontra subjacente a "proposta de uma ordem urbana que pretende fazer impensáveis e impossíveis outras formas de viver na metrópole, conflitivas com os parâmetros da cidade-mercadoria e da cidade-empresa que se busca consolidar" (SÁNCHEZ, 2001, p. 37).

Ocorre que, apesar das tentativas do Prefeito-empreendedor em fornecer uma imagem harmoniosa e homogênea da cidade, sempre há espaço para a ação por meio de processos coletivos de reapropriação da cidade de forma divergente à estabelecida pelos canais oficiais. A utilização das ruas dos centros urbanos por trabalhadores, como os vendedores ambulantes, vai de encontro às diretrizes de planejamento urbano das cidades modelos, o que resultou na elaboração de um conjunto de ações para colocar ordem a tal situação, e a construção de camelódromos, portanto, tem sido utilizada como recurso viável. O deslocamento dos vendedores ambulantes das ruas para camelódromos tem por fim "higienizar" as ruas, tornando-as ordenadas e livres para a circulação, e a alocação em áreas afastadas do centro visa explicitamente segregar àqueles que se apropriam das ruas de forma contrária às regras de planejamento urbano (JAYME; NEVES, 2010, p. 613).

A presença de vendedores ambulantes nas ruas é compreendida como degradação desses espaços, pois são ocupações estigmatizadas, na medida em que apresenta certa desorganização urbana, obstáculo para a circulação da elite, uma vez que não se pode negar que exista barreiras simbólicas no acesso a determinados locais. Porém, mais do que um processo de organização das ruas da cidade, a instituição de um camelódromo possibilita a visibilidade destes trabalhadores, que reunidos em um único espaço podem ser alvo de maior vigilância, fiscalização e esquadrinhamento de suas ações (KOPPER, 2011, p. 34).

Os vendedores ambulantes de Betim foram alvo de pelo menos duas políticas de revitalização do centro da cidade, a saber, por volta de 1997 a 1999, o centro de Betim passou por uma ampla transformação, com alterações no transporte público e na circulação de pessoas nas vias, processo de tombamento do Colégio Comercial Betinense, que passou a se chamar Museu Paulo Gontijo, localizado na praça Maria Turíbia, além da alteração da destinação do CEABE para atender a população como mercado municipal, política esta

conhecida como PROCENTRO. Neste momento os vendedores ambulantes que se utilizavam das ruas, especialmente aqueles que frequentavam o entorno do Colégio, na Praça Maria Turíbia, foram retirados e transferidos para um espaço criado em frente ao Centro de Abastecimento da Cidade (CEABE), local afastado do centro da cidade à época (BETIM, 2015 a), tal situação pode ser observada pela fala de um dos entrevistados:

> Foi em 1999 que o espaço onde estamos hoje foi formado. E a levada destas pessoas que estavam lá em cima lá para baixo foi pela Prefeitura, aí foi uma parceria que construiu aquele espaço onde estamos, aquele espaço não existia, ai construiu as praças, foi até um projeto chamado, na época, o prefeito era até o Jesus Lima, chamado PROCENTRO, que teve uma reforma aqui no centro de Betim, inclusive a avenida Amazonas era mão dupla, depois que virou mão única, e foi construído aquele espaço para utilizar como locomoção de pessoas e de transporte também, porque não tinha transporte também, aquela rua que tem ali não existia, por exemplo (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de Campo realizada em 28 março 2015).

Outra política de revitalização foi iniciada no ano de 2009, denominada 'BETIM É MAIS'. O processo perdurou por alguns anos, diante do número de intervenções realizadas, como por exemplo a revitalização de todas as praças centrais, criando áreas de lazer e cultura, a implantação de novo piso nas calçadas públicas, a construção de banheiros e bebedouros de acesso a todos, e novamente, a transferência dos vendedores ambulantes que se utilizavam das ruas para o camelódromo da cidade, implantado em 1998 e que, pelo processo de crescimento do Município, já fazia parte, neste momento, do centro da cidade. O objetivo da transferência constava em "organizar os ambulantes e promover a limpeza e manutenção das vias urbanas" além de "impulsionar o comércio da região central e criar espaços para a arte e a cultura" (BETIM, 2015b). Como pode ser observado na campanha realizada pela Prefeitura, divulgada no Jornal Oficial de Betim: "A Prefeitura inicia o ano dando uma geral na cidade.Ações de recuperação e manutenção vão acontecerem todas as regionais.Sua participação é muito importante para que nossa Betim fique mais limpa,bonita e melhor para todos." (BETIM, 2009).

Pelo exposto, podemos notar que o deslocamento do eixo do capital industrial para o capital financeiro transformou sobremaneira as relações de trabalho. O crescimento do setor terciário, representado pelo comércio e serviços, ocorreu devido a um conjunto de fatores, tais como a precarização estrutural do trabalho empregatício e o deslocamento das indústrias para as periferias dos centros urbanos, o que repercutiu em uma grande onda de desemprego e na transferência de trabalhadores para o setor informal através de medidas de recomposição de mercado.

Enquanto sujeitos que produzem, mantêm e fazem circular bens e serviços os vendedores ambulantes são trabalhadores do setor informal, pois em geral detêm unidade produtiva de pequena escala e com utilização de tecnologia simples, ingressando neste mercado de trabalho através da utilização de sua rede de sociabilidade. É exemplo interessante para entender a dinâmica entre setor formal e informal, já que a atividade do vendedor ambulante supre as lacunas do mercado necessárias para o atendimento da demanda, além de fazer circular a produção das grandes firmas de capital para amplas camadas da população.

Os vendedores ambulantes e os camelôs podem ser considerados trabalhadores informais pela análise de duas dimensões, por serem integrantes do setor informal e/ou por exercerem suas atividades na informalidade legal, ou seja, não realizarem os procedimentos exigidos por lei para registro de suas atividades e para arrecadação de tributos, o que também os coloca na posição de trabalho precarizado, pois que tem obstacularizados o acesso a direitos trabalhistas e previdenciários importantes para a realização de trabalho decente, não sendo assegurados diante de vulnerabilidades sociais, como idade e doença.

A Lei do Micro Empreendedor Individual, em que pese atender a uma ampla gama de trabalhadores, pode ser considerada política especialmente importante para os trabalhadores em análise, por facilitar a regularização das atividades junto aos órgãos públicos, possibilitando maior inserção no mercado, e ainda, ao permitir acesso a direitos básicos, como os previdenciários.

Importante ressaltar também que os vendedores ambulantes e camelôs utilizam as ruas para o exercício de suas atividades, em especial, as ruas dos centros urbanos, locais onde há maior circulação de possíveis consumidores, contudo, a presença de tais vendedores nos centros é considerada como uma degradação do espaço, além de ser compreendida como apropriação privada do espaço público, indo de encontro ao padrão de cidade-modelo exigido pelo mercado global de lugares sendo, portanto, a construção de camelódromos um recurso viável para a retirada dos ambulantes das ruas e sua alocação em um único espaço capaz de viabilizar maior controle e fiscalização pelos órgãos públicos.

2 PROCESSO ASSOCIATIVO: A HISTÓRIA DA ASSOVAMB – ASSOCIAÇÃO DOS VENDEDORES AMBULANTES DE BETIM

O processo associativo é um dos recursos utilizados pelo terceiro setor como forma de participação no mercado de trabalho após a reestruturação produtiva. Associações civis podem ser utilizadas para os mais diversos objetivos, para além daquelas criadas para o exercício político, há as que nascem das vontades individuais, pelo exercício de liberdade de seus integrantes. O direito de associação é concretizado pela "adesão pública que certo número de indivíduos dá a tais ou quais doutrinas e no compromisso que contrai de concorrer de certa maneira para fazê-los prevalecer", assim sendo, o direito de associação se confunde com o direito de liberdade (TOCQUEVILLE, 1977, p. 147).

O processo associativo empreendido pelos integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB) está intimamente ligado às políticas abordadas no capítulo anterior, e sua constituição se deve à articulação dos membros diante da pressão exercida pela Prefeitura para a retirada dos vendedores das ruas, na política de revitalização do centro de Betim denominado PROCENTRO. A Associação dos Comerciantes Ambulantes de Betim (ACABE) foi constituída durante o segundo processo de revitalização, chamado BETIM É MAIS, com o objetivo de conseguirem lugares de trabalho no camelódromo da cidade. AASSOVAMB, que atualmente abarca os membros da ACABE, foi a principal incentivadora da formalização fiscal de seus integrantes.

Para tanto, na primeira parte deste capítulo é abordado o processo de constituição de Associações ocupacionais, entendendo grupo em seu sentido amplo, como o compartilhamento entre pessoas de uma situação comum (GOFFMAN, 1891), e Associação Civil como instituição representativa constituída para a articulação interna e externa dos interesses de um grupo (TOCQUEVILLE, 1977). Na segunda parte, é descrito o processo associativo da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim e como compreendem a atuação da Associação no cotidiano de trabalho no camelódromo.

2.1Associações ocupacionais

Devido à importância do trabalho no dia a dia das pessoas, uma vez que representa grande parte de sua rotina, as atividades laborais as impele a alcançar seus interesses comuns por meio de grupos organizados ao entorno das ocupações, visando com isto maximizar seus ganhos através da cooperação. "Os diferentes ofícios e profissões parecem dispostos a se

agruparem em classes, isto é, classes profissionais, artesanais e de negócios" (PARK, 1987, p. 38).

O homem nas suas relações empreende esforços para se integrar em grupos organizados que tenham consigo fins semelhantes, devido a uma virtual impotência enquanto indivíduo (TOCQUEVILLE, 1977).

> No momento em que, no seio de uma sociedade política, um certo número de indivíduos se encontram tendo em comum ideias, interesses, sentimentos, ocupações que o resto da população não partilha com eles, é inevitável que, sob influência destas semelhanças, atraiam-se uns em direção aos outros, eles se procurem, entrem em relações, se associem, e que assim se forma pouco a pouco um grupo restrito, tendo uma fisionomia especial, no seio da sociedade geral (DURKHEIM, 1973, p. 313).

As associações ocupacionais nasceram quando os ofícios começaram a se desenvolver, mesmo que de forma acessória e secundária às atividades agrícolas e guerreiras dos romanos, sendo vistas inicialmente com descrédito e suspeitas. Na Idade Média, os mercados permanentes ao redor dos feudos atraíam comerciantes e artesãos, e este grupo de pessoas foi considerado, posteriormente, a população urbana que se organizou através de pequenas corporações. Interessante ressaltar que tais organizações ocupacionais e comerciais correspondem à organização primitiva da burguesia europeia. Quando foi conferida autonomia às cidades do poder senhorial, as várias corporações se reuniram em comunas, sendo que tal organização do trabalho ampliou-se para que se tornasse a base da constituição comunal, influenciando na organização política e municipal, responsáveis pela eleição de prefeitos e magistrados (DURKHEIM, 1973, p. 316-317).

Enquanto o comércio era local, e os comerciantes e artesãos tinham por clientela os moradores da cidade e arredores, as corporações eram adequadas e suficientes às necessidades de cooperação e organização. Ocorre que, com o crescimento da Indústria, que não tem limitações territoriais definidas, e como sua clientela se encontrava em toda parte, as associações tiveram que se adequar à nova realidade, tomando a mesma extensão do mercado nacional e internacional, ampliando seu tamanho para abarcar territórios maiores (DURKHEIM, 1973, p. 318).

Nesse viés, os grupos ocupacionais devem estar em sintonia com a vida econômica, se mostrando flexíveis e adaptáveis para atender às demandas de trabalho. Os grupos formados ao entorno dos tipos vocacionais podem ser vistos enquanto sistemas que buscam a realização de objetivos, sendo "organização mutável e transitória de ações, normas, ideias e técnicas, criadas (embora raramente de forma inteiramente consciente) a fim de atender às exigências

de realidades pessoais, sociais e ambientais". Para que o grupo não se desintegre, deve se atentar para a adaptação constante, superação dos obstáculos para a realização dos objetivos, integração dos membros e manutenção dos padrões que unem o grupo. E ainda, os grupos são sistemas de processamento de informações, o que os tornam capazes de ampliar suas capacidades, para tanto, os integrantes do grupo estão permanentemente observando, avaliando e empreendendo ações eficientes. Quando as ações são insatisfatórias e insuficientes tais grupos sofrem limitações ou, até mesmo, se extinguem, no entanto, quando realizam operações eficientes o grupo expande suas capacidades e cresce (MILLS, 1970, p. 36-39).

Uma vez que as relações de trabalho extrapolaram as fronteiras das aldeias e vilas, e a emigração para as cidades, para buscar clientes e realizar comércio, se tornou algo corriqueiro, as associações ocupacionais ganharam destaque, sendo até mesmo consideradas herdeiras da família. Para tanto, "da mesma forma que a família foi o meio no seio do qual se elaboraram a moral e o direito doméstico, a corporação é o meio natural no seio do qual devem elaborar-se a moral e o direito profissional", contudo, enquanto os membros da família compartilham a totalidade de suas existências, os integrantes das corporações cooperam em suas preocupações de trabalho (DURKHEIM, 1973, p. 315).

No mundo do trabalho, devido à exigência da dinâmica atribuída à vida citadina, o primeiro efeito da divisão social do trabalho é o de criar tipos vocacionais, sendo que na cidade qualquer vocação caminha para a especialização, racionalização e técnica, a exemplo o vendedor, o camelô, o guarda, o vigia noturno, entre tantos outros, tendendo a assumir de forma progressiva o caráter de profissão. A cidade, diante da heterogeneidade dos seus habitantes e, consequentemente, diversidade de interesses, é o espaço propício para o desenvolvimento de escolas profissionais e comerciais e para a crescente especialização dos seus membros, tornando o espaço citadino o local para organização fundada em interesses ocupacionais e vocacionais (PARK, 1987, p.37-38).

2.1.1 O papel das lideranças na construção de uma política da identidade

A organização de grupos por meio de associações ocupacionais comporta questões de apresentação das opiniões do grupo por meio de representantes, de forma clara e precisa, em um comprometimento dos membros com a causa. Deste modo, a associação apresenta os valores do grupo ao público, sem que se demonstre as divergências internas, bem como,impele seus membros a agirem em prol de uma única finalidade, indicada pela própria

organização (TOCQUEVILLE, 1977, p. 147).

A definição essencialista de identidade, enquanto conjunto de características uniformes e cristalinas compartilhadas pelos integrantes que os tornam diferentes de qualquer outro, tem sua importância no projeto político do grupo ao fortalecer o sentimento de pertencimento. Tal projeto político de identidade comporta duas dimensões, primeiramente, a identificação por similitude, pertencendo ao grupo os que se identificam com seus interesses, e posteriormente, identificação por diferenciação, na qual se entende pertencer ao grupo na medida em que se diferencia de todos os demais (FOLLMANN, 2001, p. 59). A coesão é demonstrada através do estreitamento dos laços de proximidade, através da demonstração das semelhanças entre seus membros; incentivando o ajustamento das individualidades para o trabalho conjunto, em uma clara política da identidade (MILLS, 1970, p. 141).

A política da identidade consta no trabalho realizado por um grupo, ou por algumas pessoas deste, ao definirem ‘quem são’, tendo este um papel dos mais importantes na medida em que se busca apresentar o grupo enquanto uma unidade capaz e forte para empreender reivindicações na sociedade. Sendo que esta política comporta escolhas estratégicas sobre qual a melhor forma de alcançar os objetivos do grupo, manipulando regras e identificações. Os líderes articulam esta política interna e externamente, visto que, a representação é sempre de alguém e esse alguém deve estar definido, mesmo que esta delimitação de grupos seja apenas na base do discurso (JAYME; CHACHAM; MORAIS, 2013).

A representação do grupo é exercida pelo papel do executivo, que é compartilhado, isto é, não é exclusivo de uma única pessoa, e o que define quem assume esse papel é a situação, podendo ocorrer alguma situação em que todos os membros assumam as responsabilidades pelo grupo. O ingresso neste papel extrapola a atribuição formal, por meio de eleições ou mecanismo equivalente, sendo definido por uma orientação emocional, moral, intelectual e comportamental em que a pessoa observa a dinâmica do grupo de fora, para que tenha uma visão da totalidade, embora, deva atuar de dentro, realizando pequenas intervenções diárias para a ampliação da capacidade do todo (MILLS, 1970, p.151-166).

Os líderes articulam a identidade ocupacional do grupo, assim, se apresentar diante do outro como vendedor ambulante ou empresário podem ser alternativas a se pensar sobre qual é o melhor modo de alcançar certos objetivos. Ou como é importante se desvencilhar do enquadramento em tipos identitários estigmatizados, como os camelôs e os vendedores ambulantes, e que a melhor estratégia de mobilização seja a construção de um tipo identitário associado ao empresário, como a figura do Micro Empreendedor Individual, como se observará no capítulo 3 e 4.

Os valores do grupo são extraídos das ideias no que se refere ao que o grupo é, o que é desejável que venha a ser e quais as maneiras serão empregadas para se chegar a tal. Os valores são perseguidos pelos líderes do grupo, no desempenho do papel executivo, sendo este papel preenchido por aqueles que assumem a responsabilidade pelo grupo, contribuindo para a ampliação de suas capacidades; empregando técnicas necessárias para atingir aos objetivos; fomentando a coesão do grupo (MILLS, 1970, p. 138).

A desarticulação interna quanto ao pertencimento a uma identidade comum, através da manifestação de atitudes de desinteresse e desagrado, o que poderia contaminar o sentimento de todo o conjunto ou mesmo a negativa do pertencimento a uma identidade de grupo, incide diretamente na política da identidade implementada, favorecendo a desmobilização e obstacularizando diálogos com o poder público no sentido de reivindicar ações de interesse dos membros, como melhores condições de trabalho, legalidade no uso do espaço, legitimidade e reconhecimento social da atividade exercida, dificultando a conquista de direitos e garantias. "O discurso politizado busca contribuir para a construção da identidade com todas as implicações positivas disso, como a ideia de que, por serem profissionais (portanto, dignas, honestas), têm direitos, por exemplo, de ter um bom ambiente de trabalho" (JAYME; CHACHAM; MORAIS, 2013, p. 154).

2.1.2 A constituição de associações civis

Em que pese existirem grandes organizações representativas, não há como negar a proliferação de associações civis de pequena escala, reflexo da diversidade e da heterogeneidade existente na sociedade, para tanto, estabelecem "ao lado da grande sociedade política pequenas sociedades privadas", cujo laço é a "semelhança de condições, de hábitos e de costumes", e nada mais comum que associações comerciais e industriais, pois que são ocupações que tornam os homens dependentes uns dos outros para o estabelecimento das suas redes de relações (TOCQUEVILLE, 1977, p. 461).

Essa dependência é uma exigência da divisão social do trabalho, que cria entre duas ou mais pessoas um sentimento de solidariedade, conduzindo para a constituição de associações em que cada um exerce uma atividade em prol do todo. A relação que se estabelece é de mútua dependência, na medida em que quanto mais é dividido o trabalho e especializada a tarefa maior é a dependência com relação aos demais membros da sociedade, sendo que o aumento da força produtiva contribui para a intensificação da habilidade do trabalhador, desenvolvendo a sociedade como um todo. "Os indivíduos estão ligados uns aos outros que,

sem aquilo, seriam independentes; ao invés de se desenvolverem separadamente, eles conjugam seus esforços; são solidários" (DURKHEIM, 1973, p. 332).

As associações civis têm disciplinamento constitucional e legislativo no ordenamento jurídico pátrio. O processo de redemocratização empreendido no Brasil e a promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 possibilitaram a abertura de canais de diálogo entre o governo e a sociedade civil, o que permitiu participação social institucionalizada. Neste ínterim, os grupos sociais se apropriaram da prática de formalização das estratégias de ação, de seus objetivos, bem como, de sua própria organização, aumentando assim a manifestação formal. O "uso de estratégias formais no encaminhamento das deliberações ao poder público tornaram-se predominantes. Por um lado, a redução das atividades de protesto público (*contention*) e, por outro, a expansão de ações formais (ofícios a órgãos públicos e audiências com autoridades)" (CARLOS, 2011).

A constituição de associações civis consta na apropriação pelos integrantes de um grupo das normas oficiais do Estado, momento em que há legitimação de suas normas internas, ao conjugá-las com as normas externas. As normas são idéias organizadas a respeito de como os integrantes do grupo devem se comportar, o que deve ou não ser feito em determinadas situações, constam no conjunto de afirmações que selecionam, avaliam e prescrevem sentimentos e ações, sendo que a transgressão corresponde à violação desta idéia, fato determinante para a exclusão do grupo ou renovação das normas existentes (MILLS, 1970, p. 123-146).

A implementação de vias de diálogo entre sociedade civil e governo exigiu a institucionalização e formalização das mobilizações sociais, através da criação de pessoas jurídicas regidas por estatuto, regimento interno e cadastro de seus associados, conforme previsto no art. 54 do Código Civil pátrio. A formalização confere ao grupo a estabilidade organizacional, em uma perspectiva interna, e segurança à sociedade em geral da existência de representação legítima, em uma perspectiva externa, garantindo legitimidade e legalidade. O incentivo à adoção de medidas formais foi sendo incorporado ao cotidiano dos grupos de forma paulatina, e é compreendida para além do mero formalismo ou apego à burocracia, mas como "instrumento de democracia interna, descentralização e vínculo com as bases" (CARLOS, 2011).

Apesar do reconhecimento pelo Estado da personalidade jurídica da associação de pessoas não ser requisito para que esta esteja resguardada em sua proteção constitucional, pode o legislador requerer a formalização do grupo, através de texto normativo que disponha sobre "direitos e atividade que somente podem ser titularizados ou desempenhados por

entidades devidamente registradas e que assumam determinada forma jurídica". Tal exigência se justifica pela garantia da ordem pública e segurança das relações jurídicas, de modo a assegurar o direito de terceiros (MENDES; BRANCO, 2012, p. 344).

Devido ao reconhecimento social da importância de determinadas associações ocupacionais e do diálogo destas com a sociedade, algumas conseguiram elevar sua ocupação ao *status* de profissão, tendo inclusive o estatuto de associação profissional previsão por meio de Lei. O termo 'profissões' tem por origem a profissão de fé realizada no momento de admissão nas corporações de ofícios, pois que, "a corporação, não contente em ser uma associação de homens que compartilham a mesma personalidade legal, era também uma fraternidade espiritual juramentada" (DUBAR, 2005, p. 166).

As associações profissionais se esforçam no sentido de proteger o diploma, isto é, a licença para exercer a atividade, bem como, o mandato, ou seja, a obrigação legal da função específica a ser exercida, protegendo seus membros de quaisquer outros que queiram exercer a atividade sem que seja membro do grupo. E ainda, têm por funções a garantia do aprendizado e a reprodução do ritual corporativo, promovendo uma reserva de mercado legal para seus membros. Por isso se diz que toda ocupação caminha para se tornar uma profissão. Conquanto se entenda que profissão é a ocupação que conseguiu, no diálogo com o Estado e com a sociedade, o monopólio sobre atividades específicas e um lugar determinado na divisão social do trabalho. O reconhecimento como profissão depende "da capacidade dos membros de uma atividade qualquer se coligar, para desenvolver uma argumentação convincente e para se fazer reconhecer e legitimar mediante ações coletivas múltiplas" (DUBAR, 2005, p. 178-179;188).

Neste processo de reconhecimento social da ocupação as lideranças têm papel da maior importância, já que atuam analisando e cobrindo todas as hipóteses e alternativas para a ampliação e aprofundamento da atuação do grupo. O executivo tem por função influir naquilo que o grupo deve ser, cabe organizar os metagrupos, ou seja, o conjunto de interações, emoções, normas e valores. Enquanto os integrantes em geral estão comprometidos com os objetivos do grupo, com a manutenção das regras, realização dos sentimentos e necessidades do conjunto, o executivo está preocupado em avaliar objetivos alternativos, se o sistema normativo é adequado e suficiente, como os sentimentos têm possibilitado a compreensão do papel de cada um no grupo ou se limita esse entendimento, em suma, o executivo olha para o futuro, sobre o que o grupo deve vir a ser, sem se prender ao que o grupo tem sido (MILLS, 1970, p. 147-151).

Embora as atividades empresariais de cunho comercial não sejam consideradas

profissões, as associações de empresários contribuem para o desenvolvimento e sustentabilidade social. Ações associativas, para além da concretização dos interesses de seus membros, podem direcionar intervenções para a realização de melhorias na qualidade de vida e oportunidade de crescimento e desenvolvimento local, visto que é resultado da coordenação de várias pessoas (LEONELLO; COSAC, 2015, p. 1).

Conforme a teoria do interesse bem compreendido, abordada por Alexis de Tocqueville (1977, p. 401), o homem que serve "aos seus semelhantes, serve a si mesmo", entendendo que quando o indivíduo se volta isoladamente para o alcance de interesses privados estaria em pior situação do que se todos empreendessem esforços para interesses coletivos que beneficiassem cada um, adotando um egoísmo esclarecido. Para tanto, os integrantes do grupo definem objetivos, sendo que estes referem-se ao estado de coisas que os membros desejam alcançar, para além dos objetivos individuais, correspondem às idéias do que o grupo pretende e planeja realizar. Neste intuito os integrantes assumem papéis instrumentais, empenhando suas capacidades, habilidades e recursos em prol do grupo, na medida em que compreendem que a realização dos objetivos do grupo é meio capaz de possibilitar o alcance de objetivos individuais (MILLS, 1970, p. 123-146).

As associações civis atuam diretamente sobre o desenvolvimento da sociedade, na medida em que incentivam seus membros a adotarem práticas de cooperação e solidariedade, não sendo tal solidariedade baseada em hábitos e sentimentos, mas sim em interesses (PARK, 1987, p.37-38). A própria estrutura conferida às associações civis possibilita um diálogo democrático e colaborativo, visto que as decisões partem de negociações diárias. O fomento à constituição de associações civis se dá pela eficácia deste instrumento para a concretização de demandas individuais de forma coletiva, em que a cooperação e a autonomia adquirida no estabelecimento desta comunidade de interesses propiciam uma "transformação consciente da realidade local" (LEONELLO; COSAC, 2015, p. 6).

Como dito anteriormente, as associações civis também foram adotadas por empresários, considerados aqueles que exercem "profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços", conforme disposição do art. 966 do Código Civil brasileiro. A organização dos empresários em associações é um meio eficaz de inserção no mercado de trabalho e de consumo, trabalham juntos em uma solidariedade baseada em interesses bem compreendidos, já que individualmente as pessoas são frágeis, "quase nada podem sozinhos e nenhum dentre eles seria capaz de obrigar seus semelhantes a lhe emprestar seu concurso. Por isso, caem todos na impotência, se não aprendem a se ajudar livremente" (TOCQUEVILLE, 1977, p. 392).

As associações de interesses empresariais tiveram que se reinventar depois da reestruturação produtiva implantada após a década de 1990, pois, como foi observado no capítulo anterior, a terceirização e o desemprego resultaram na expansão do terceiro setor, sendo este composto por empresário de pequeno, médio e grande porte.A ampliação do terceiro setor e a elaboração de políticas de incentivo à formalização do pequeno empresário, que realizava suas atividades em descumprimento da legislação, resultou na criação da figura do Micro Empreendedor Individual em dezembro de 2008, o que deu uma nova cara ao empresariado brasileiro e às associações de pequena escala, constituídas espontaneamente por estes trabalhadores, paralelas aos órgãos de representação oficial, sendo que estas pequenas associações acendem como mecanismo adequado para organização e alcance de interesses de forma conjunta. De todo o exposto, se inicia a análise do caso representativo da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB).

2.2 A constituição da ASSOVAMB e incorporação da ACABE

A história da ASSOVAMB é a história da constituição de uma associação civil por trabalhadores ao entorno de sua ocupação, e para entender esta história é ideal que se atente para a existência de pelo menos três grupos: 1) o grupo que ocupava a Praça Maria Turíbia, no centro de Betim, na década de 1990; 2) o grupo que ocupava o espaço ao lado do Centro de Abastecimento de Betim (CEABE), local afastado do centro na década de 1990; 3) e o grupo de vendedores integrantes da Associação dos Comerciantes Ambulantes de Betim (ACABE), que ocupava as ruas do centro de Betim em meados dos anos 2000.

A fusão destes três grupos, e a inclusão de algumas pessoas cadastradas na Prefeitura Municipal de Betim, deu origem à atual configuração da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB) e formou o camelódromo da cidade, composto pelos setores 1, 2 e 3. Importante ressaltar que a ASSOVAMB não é a associação civil representativa dos vendedores ambulantes de Betim, mas tão somente dos vendedores associados que se utilizam do espaço destinado pela Prefeitura para o camelódromo, portanto, é uma associação civil com ação delimitada ao espaço.

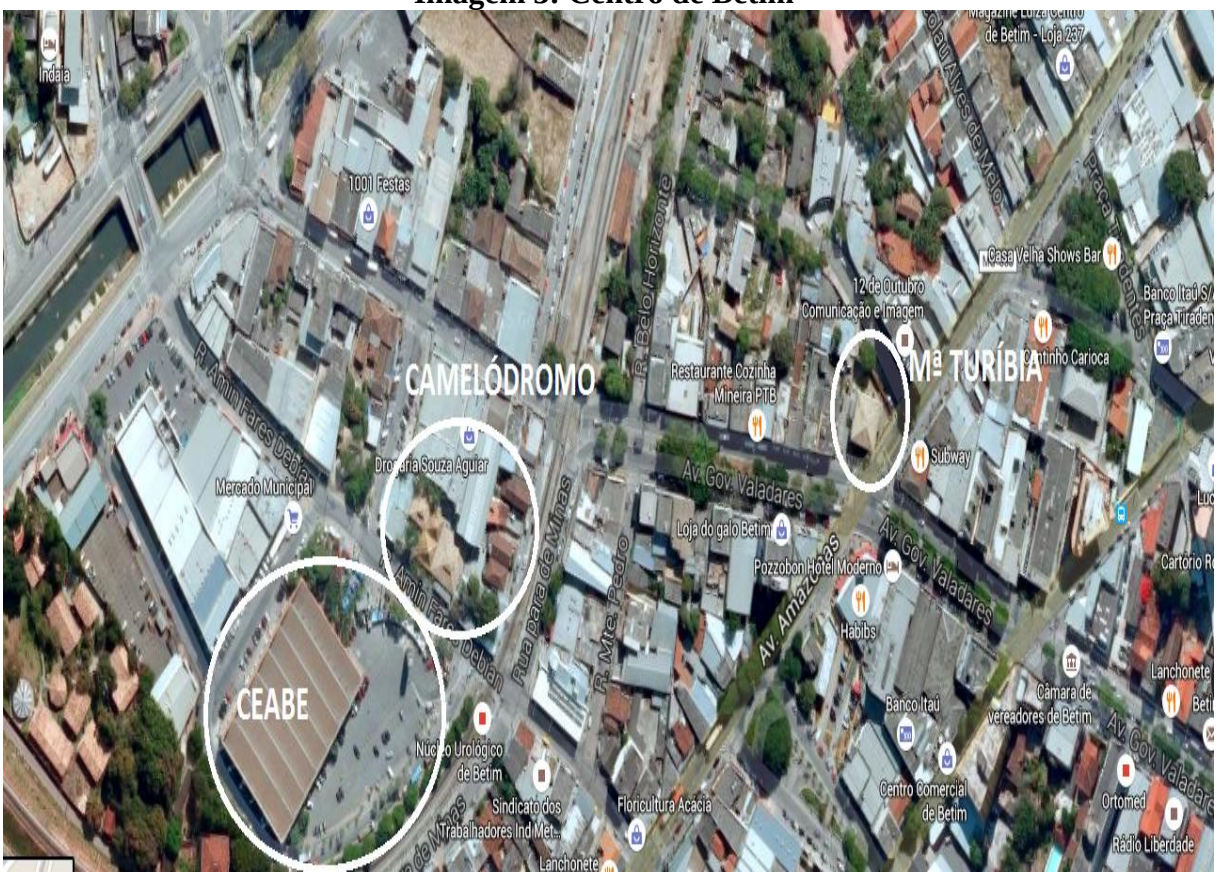
A história da ASSOVAMB foi extraída principalmente das 4 primeiras entrevistas realizadas, tendo sido selecionados integrantes da ASSOVAMB que estiveram presentes desde sua fundação em 1997. As entrevistas foram semi estruturada e se procurou desvelar a formação da Associação através da rotina cotidiana dos trabalhadores. Entretanto, a escolha deste mecanismo de entrevista e a descrição de fatos corriqueiros tornaram os eventos

dispersos no diálogo, razão que originou uma narrativa da história em terceira pessoa. Alguns eventos e datas foram confirmados por meio da análise das atas da Associação.

2.2.1 A história da ASSOVAMB

A história da ASSOVAMB tem por cenário o centro de Betim.

Imagem 3: Centro de Betim



Fonte: Google Maps

Na imagem podemos observar a Praça Maria Turíbia, onde se localiza atualmente o Museu Paulo Araújo Moreira Gontijo, o camelódromo e o CEABE, estes últimos margeados pelo rio da cidade e pela ferrovia, locais destacados para a melhor compreensão da história narrada.

2.2.1.1 Estacionamento do CEABE – 1990

Por volta de 1990, entre dez a doze barracas de vendedores ambulantes, trailers de

churrasquinhos e churros, dividiam o espaço ao redor do CEABE, numa convivência nada pacífica, já que essa proximidade resultava em mercadorias sujas de gordura e com leves toques de canela e açúcar dos churros. Após reclamações, a Prefeitura solucionou a contenda alocando as pessoas que vendiam comida do lado contrário da rua. De início somente um "churrasquinho" tinha licença de funcionamento da Prefeitura (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Àquela época, o cenário não se mostrava dos mais propícios ao comércio pretendido, visto que as intempéries da natureza, a madeirite e a lona não impediam que a poeira, a chuva e o sol se tornassem obstáculos à realização de trabalho em condições salubres, e ainda, o fato do espaço estar em um declive em direção ao rio tornava a época das chuvas uma situação preocupante, já que estragava as mercadorias, chegando mesmo a serem levadas para dentro da água do rio que corta a cidade (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Esta proximidade com o rio tornava a área úmida e com aspecto de brejo. O matagal crescia em épocas chuvosas e cada integrante das barracas tinha que cuidar para que o espaço não fosse tomado pelo abandono. O entorno do CEABE poderia ser resumido em muito mato, uma ou outra casa antiga, o hipermercado do Joel, o sacolão do Luiz e a farmácia Souza Aguiar do Guiarone. E por isso mesmo, não há que se falar em ruas, apenas espaço delimitado de um lado pelo rio e do outro pela linha do trem, sem entradas e saídas, as pessoas iam (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Como se nota, há a realização simultânea de trabalho informal e precário, abordado no primeiro capítulo desta dissertação. Estes trabalhadores, integrantes do setor informal ao realizarem atividade comercial em pequena escala, representam a parcela da população que vivencia a informalidade legal, no que concerne à utilização do espaço e a regularidade fiscal na venda de seus produtos, com isto, ficam privados do acesso a diversos direitos trabalhistas e previdenciários, além de estarem submetidos a um ambiente insalubre, indo de encontro ao direito a um trabalho decente e digno para o trabalhador, incentivado pela OIT e prescrito na Constituição brasileira de 1988.

Inúmeros andarilhos e pessoas em situação de rua perambulavam pela cidade, e a noite esperavam as bancas serem esvaziadas para utilizarem a estrutura de madeirite para se deitarem, era inevitável sentir no dia seguinte o cheiro impregnante de tinner e cola e ainda encontrar latas usadas para a preparação escondidas entre uma banca e outra (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015). A utilização

do espaço por vendedores ambulantes durante o dia e pessoas em situação de ruadurante a noite demarca estes espaços em regiões pelas características de seus usuários, estigmatizando os frequentadores destes ambientes. O estigma será melhor analisado no capítulo 3 e a demarcação de regiões abordada no capítulo 4.

Havia algumas pensões, quartos bem pequenos, alugados pelos vendedores ambulantes para guardar as mercadorias, assim, de noite eram duas horas desmontando barraca, colocando o produto em carrinhos de mão e organizando tudo no quartinho alugado da pensão. No dia seguinte, cabia recolher toda a mercadoria e, então,pôr-se a caminho, horas organizando cada produto em seu devido lugar. O almoço era preparado em casa e levado em marmitas ou era adquirido em restaurantes no centro da cidade (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

O local era de difícil acesso devido ao barro, por ser relativamente longe da área central à época e porque o ferro e as pedras ao redor da linha do trem tornavam a passagem perigosa, provocando acidentes. No entanto, quando se via alguém descendo aquele caminho tortuoso, homem, mulher, criança, senhor de idade ou jovens, já se sabia: “esse vem para comprar”. Não existiam outras possibilidades além das barracas de madeirite com suas lonas pretas (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Mas, se engana quem pensa que as pessoas não se dirigiam ao local com freqüência em busca de produtos bons e baratos, um dos entrevistados inclusive afirmou que se vendia muito mais que atualmente. As mercadorias ofertadas eram úteis e não existiam similares para serem vendidas na cidade, uma pessoa que comprava logo comentava com outros que também se colocavam em direção, e assim o movimento crescia. Brinquedos vindos do Paraguai eram na época uma grande novidade, se esgotando rapidamente, uma vez que em Betim não se encontrava tais produtos em nenhum outro lugar além deste (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015). Percebe-se que, em que pese as dificuldades encontradas, o local se mantinha frequentado pela insuficiência do mercado lojista local e pela rede de informação criada pelos clientes frequentadores. O exposto demonstra que o comércio ambulante tem um papel importante no processo de construção e crescimento das cidades pois se incumbe de prover os habitantes com suprimentos e produtos, preenchendo as lacunas no mercado (CASTRO, 2003).

Os usuários do espaço sofriam transferências de local de forma corriqueira.Com a Prefeitura era assim: “a gente vai fazer uma melhoria aqui” e assim realizava a transferência daqueles que estavam ao redor do CEABE para outro lugar, e quando concluída a

reforma,retornava com eles para o local original, mas sempre nas proximidades do CEABE. Estas mudanças constantes de local resultava em um reduzido número de pessoas trabalhando naquele espaço (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Por volta de 1997 se iniciaram as obras ao redor do CEABE, sem asfalto ou iluminação à época, cerca de 37 barracas de madeira beiravam o prédio. Em novembro de 1998, o desenho do espaço, tal como é hoje, foi delineado, ruas delimitadas e um espaço próprio para o estabelecimento de um camelódromo ao lado do CEABE, apenas separados por uma rua, onde foram colocados todos os vendedores ambulantes da cidade (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Interessante ressaltar que dentre as ações da política de revitalização do centro implementadas no período constou a alteração da finalidade do CEABE, que antes se destinava ao abastecimento alimentício em grande escala da cidade, e após as modificações, passou a ser o mercado municipal. Esta foi a primeira política de revitalização do centro de Betim vivenciada pelos integrantes da ASSOVAMB, conforme observado no capítulo anterior.

2.2.1.2 Praça Maria Turíbia - 1990

Aproximadamente em 1990, os vendedores ambulantes que antes ficavam espalhados pelas ruas do centro de Betim foram se reunindo ao lado do Colégio Comercial Betinense, hoje Museu Paulo Araújo Moreira Gontijo. Quando um vendedor ambulante tinha que partir, logo outro assumia o lugar e a praça Maria Turíbia foi sendo ocupada (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

A organização espacial era precária, uma vez que as barracas eram desmontáveis, no entanto, algumas pessoas já despontavam como organizadores do espaço, assumindo o papel executivo no grupo ao intervir na rotina de trabalho dos integrantes, como o Murilo, a Vera, o José Rosa e a Maria. Assim, quando alguém queria colocar uma barraca em local inadequado todos os demais se juntavam para dizer que iria desorganizar. Nesta época a Prefeitura já tentava concentrar todos os vendedores ambulantes neste espaço, retirando-os das calçadas da cidade (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

Diante da dificuldade em transportar as barracas diariamente (no início da manhã montar e ao final do dia desmontar), o grupo decidiu por manter a estrutura das barracas no

lugar e contratar segurança privada para cuidar do local de trabalho. Ainda assim, alguns retiravam suas mercadorias e as levavam embora no final do dia ou as guardavam em pensões próximas (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

Desde as 7 horas da manhã as pessoas se punham na rotina de pegar o carrinho de mercadoria, qualquer que fosse o tempo, e transportar até a praça Maria Turibia, onde dispunham os produtos na madeirite e passavam atendendo durante todo o dia. À noite, por volta das 19:30 horas, de segunda a sábado, e domingo até às 13horas, cabia recolher a mercadoria e se despedir de mais um dia de trabalho (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

Como estavam sujeitos a sol, chuva e vento, além de instalações elétricas que se resumiam a uma ‘gambiarra’ na energia, decidiram por bem estender coberturas de lona por todas as barracas. Havia uma aparente desorganização, na medida em que cada pessoa tinha a barraca de um tipo, e as lonas detinham as cores das mais variadas, amarelo, azul, preto e vermelho, em uma verdadeira colcha de retalhos. Os produtos eram diversificados, como eletrônicos, brinquedos, vestuários, temperos, utensílios de cozinha, cigarros, entre outros. Os produtos eram expostos em tábuas de compensado que eram sobrepostas a estrutura da barraca, sendo que ao final do dia eram guardadas em caixotes e levadas em carrinhos para pensões alugadas para esse fim, e que eram divididos por muitos vendedores. O endereço dessas pensões era guardado em sigilo, pois se os produtos fossem furtados causariam prejuízos imensos a uma grande quantidade de pessoas, porque não existia à época a prática de fazer estoque de mercadoria, assim vendia-se tudo o que se tinha e apenas quando havia acabado o produto que se colocava em marcha para adquirir outros (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

A alimentação era realizada em restaurantes ou por marmitex, que eram consumidas no interior das barracas. Entre uma garfada e outra os clientes chegavam, muitos sem saber o que queriam, vinham e compravam o que achavam, sem fidelizações, mas também sem grande concorrência com as poucas lojas de Betim. As pessoas iam e vinham entre as,aproximadamente, 32 barracas da rua. Como se vendia produtos que dificilmente se achava em outros lugares, como eletrônicos e brinquedos, o movimento era considerável (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

A mercadoria era comprada no Paraguai, pois a negociação era facilitada devido à ausência de fiscalização na fronteira com o Brasil. Na época a dificuldade estava na viagem, era quase 25 horas dentro de um ônibus, em viagens rápidas, ir e voltar no mesmo dia.

Amoeda estava em grande instabilidade, assim, quando se saia de manhã para viajar a moeda custava um valor, mas quando se chegava para efetivamente realizar a compra o preço era bem superior ao que se tinha imaginado, reduzindo consideravelmente o poder de compra (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

As compras eram feitas também na Avenida 25 de Março e na Galeria Pajé, em São Paulo, e ainda, em Belo Horizonte, antes de reunirem os vendedores ambulantes da capital mineira no *shopping* Oiapoque. Estes comercializavam no meio da Avenida Paraná, na capital de Belo Horizonte, onde existia um passeio largo chamado de "o Canteiro", sendo que lá se vendia no atacado. Quando se falava: "Eu vou lá no canteiro," era para ir em Belo Horizonte comprar mais produtos (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015). O produto diferenciado não encontrado em outras lojas de Betim, mas proveniente do Paraguai, ou, como é atualmente, da China, é característica distintiva da ocupação dos vendedores ambulantes e camelôs, elemento utilizado para definir estes tipos identitários, como é abordado no capítulo 4.

Tal como toreros, os primeiros vendedores ambulantes a se fixarem na praça Maria Turíbia instalavam suas barracas nos muros, formando dois corredores, tomando todo e cada lugar disponível para comercializarem seus produtos. Alguns vendedores espalhados pelas ruas foram alocados neste espaço pela Prefeitura, e assim permaneceram por anos (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015). A Prefeitura realizava,e ainda realiza um constante trabalho de agrupar os vendedores ambulantes e camelôs da cidade em um único local, promovendo a 'ordem e a limpeza' da cidade.

Segundo um dos entrevistados: "O comércio era bom", como o centro de Betim não tinha um comércio desenvolvido e as pessoas tinham que ir a Belo Horizonte realizar suas compras, aqueles que não podiam se deslocar fomentavam o consumo local adquirindo os produtos dos vendedores ambulantes, e assim, os bolsos destes ficavam "cheios ao final do dia" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

A ASSOVAMB foi fundada tão logo se espalhou a notícia de que a Prefeitura pretendia transferir os vendedores ambulantes para as proximidades do CEABE (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). Os líderes do grupo à época deram a notícia, salientando que, ou os vendedores se organizavam, ou seriam proibidos de continuarem comercializando em Betim. A organização das pessoas e a constituição de uma associação civil foi resultado desta pressão da Prefeitura e, mesmo havendo resistência de alguns vendedores, foi realizada no ano de 1997 (TEREZINHA, 52

anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015). Assim, a constituição da ASSOVAMB se deu pela combinação de diversos fatores. A liderança já existia mesmo antes da formalização da organização, entretanto, não constituía representação legítima diante dos órgãos públicos. Como já dito, a formalização em associações civis se mostra importante por critérios de legitimidade e legalidade, e a Prefeitura exigiu a formalização para que se realizassem diálogos pautados pela segurança jurídica.

Com o intuito de manter a ordem no local, os fiscais da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Comércio de Betim realizavam chamadas diárias dos vendedores cadastrados que se utilizavam do espaço. Caso o vendedor não estivesse em sua barraca no momento da chamada tinha seu ponto desmontado durante a noite e perdia seu local de trabalho. Tal situação ocorreu durante a época do comércio na Praça Maria Turíbia, até mesmo para se saber quem eram os vendedores que exerciam a atividade com habitualidade, e que assim entrariam no sorteio dos pontos no novo camelódromo, chamada que perdurou por algum tempo após a transferência (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

2.2.1.3 ASSOVAMB e a incorporação da ACABE

A transferência era uma das ações propostas pela Prefeitura no projeto de revitalização do Centro de Betim, denominado PROCENTRO, momento em que propunha transformar o local onde os vendedores ambulantes estavam localizados em uma praça para o lazer dos moradores da cidade, alterar a função do Colégio Comercial Betinense para Museu, remanejar o transporte central, alterando o sentido da Avenida Amazonas em mão única, converter o CEABE em mercado municipal, abrir uma rua em frente ao CEABE para a locomoção e transporte de pessoas, e criar um espaço para alocar os vendedores ambulantes em um camelódromo (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).A concretização da política de revitalização do centro de Betim consiste em um trabalho progressivo de transformar a cidade de Betim em uma mercadoria a ser vendida no mercado global de cidades, por isso a necessidade de se manter a ordem e demonstrar o progresso econômico e social do Município, como pode ser observado no capítulo 1.

Em 7 de julho de 1997 o grupo se organizou nos moldes das associações civis, sendo denominada Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim, tendo a Sra. Vera Lúcia Pereira da Silva Santos como a primeira presidente (ASSOVAMB, 1997). Logo que foi fundada foi colocada na entrada da praça Maria Turíbiauma placa com a descrição da

Associação, demarcando a ocupação, símbolo visível da organização do grupo. O objetivo à época foi dialogar com a Prefeitura e garantir a continuidade das atividades dos integrantes da ASSOVAMB (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

Uma reunião foi marcada pela Prefeitura no Colégio Municipal Antônio D'Assis Martins, mais conhecido como "Gigante", para comunicar acerca das mudanças que seriam realizadas no centro de Betim. Neste dia, tendo em mãos a lista com todos os nomes cadastrados pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Comércio, foi realizado um sorteio pela Prefeitura para a definição do local de cada um no espaço do futuro camelódromo, um ao lado do outro (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Quando houve a transferência para o espaço em frente ao CEABE, as pessoas que estavam na praça Maria Turíbia, foram alocadas juntamente com os vendedores que ali já trabalhavam, sendo os grupos organizados em dois setores do camelódromo. Não houve opção de recusa, avisaram a mudança, demarcaram os locais das bancas e deixou que se organizassem, e cada um se encaminhou ao seu respectivo espaço (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

O que se percebe é a simultaneidade de dois fatores importantes, primeiramente, a retirada destes trabalhadores do centro de Betim para um espaço mais afastado, excluindo este grupo de circular com seu comércio nas ruas centrais, e segundo, a criação de um espaço para realização de suas atividades, e como já foi ressaltado, um camelódromo possibilita a visibilidade e vigilância desta ocupação, em situação parecida à vivenciada pela instituição do camelódromo de Porto Alegre e relatada por Kopper (2011).

Neste espaço foram reunidos, no dia 19 de novembro de 1998, os trabalhadores que já estavam ao lado do edifício do CEABE, os trabalhadores retirados da praça Maria Turíbia, e alguns vendedores ambulantes que se encontravam espalhados pelas ruas de Betim, sendo que todos aderiram voluntariamente à ASSOVAMB (ANTÔNIO, 58 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015). Dois grupos em uma Associação. Enquanto os grupos são sistemas de processamento de informação, os integrantes resolveram por bem conjugar seus objetivos e adaptar-se para fazê-lo crescer (MILLS, 1970).

A transferência foi marcada pela colocação de uma placa com o nome da praça, denominada à época Praça da Bíblia. A relação entre aqueles que já estavam localizados próximo ao CEABE e aqueles que estavam anteriormente na Praça Maria Turíbia era tranquila, na medida em que já se conheciam e se encontravam nas viagens para a aquisição

de novas mercadorias. Nos dias seguintes ao agendado pela Prefeitura para a realização da transferência, cada pessoa da praça Maria Turíbia desmontou sua barraca e se deslocou para o novo espaço. Gradualmente compraram barracas novas, conforme o modelo determinado pela Prefeitura para que pudessem ocupar as vagas definidas em sorteio. Atualmente, muitos não se encontram nos lugares definidos pelo sorteio, pois houve vendas, aluguéis, trocas e tantos outros desistiram por insuficiência de recursos para se manterem no novo camelódromo[1], inclusive devido aos danos causados pela chuva de granizo que destruiu muitas barracas na primeira semana no novo local (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

A transferência foi considerada prejudicial para os vendedores localizados na praça Maria Turíbia, pois saíram do centro de Betim e foram realocados em um espaço que na época era afastado do Centro, sem qualquer infraestrutura, um verdadeiro terrão e sem que houvesse comércio habitual e possíveis consumidores, uma vez que o CEABE era destinado à agricultores e à atividade de distribuição de alimentos. Isso foi mais um fato relevante para que muitas pessoas não conseguissem sobreviver no comércio, porque era uma proposta completamente diferente para o público que frequentava o espaço (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Com o tempo os consumidores começaram a se deslocar para o camelódromo, já que Betim não oferecia outras opções. Inicialmente as barracas ainda eram de lona, apesar disto, a delimitação das vagas conferiu uma maior organização do espaço, com corredores e limites para a exposição dos produtos (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). Este processo de adaptação teve vantagens e desvantagens para os integrantes, pois houve quem não conseguisse sustentar a nova situação, devido, principalmente, a questões financeiras, noutro norte, houve também quem visse a oportunidade para organizar e ampliar seus negócios, como pode ser observado na análise realizada no capítulo 4.

Dois meses após a transferência uma Assembleia foi convocada para realizar novas eleições. Em Janeiro de 1999 o Sr. José Batista Rosa foi eleito presidente da ASSOVAMB, tendo sido reeleito em março de 2003, para a continuidade da representação do grupo, e assim permanecido até a convocação de nova eleição em 2011, como se verá adiante. É possível observar nas atas da Associação que, na época da transferência e nos anos seguintes, diversas reuniões foram realizadas com órgãos públicos, principalmente com a Secretaria de Indústria

[1]Situação semelhante pode ser observada na implantação dos *shoppings* populares de Belo Horizonte. Ver Zambelli (2006).

e Comércio e Secretaria de Agricultura, atual Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Comércio, e ainda, com a TransBetim. Reuniões com representantes políticos da Câmara Municipal também são freqüentes, e visavam propor a alteração do Plano Diretor de Betim para incluir o camelódromo de forma regular no planejamento urbano da cidade, além de incluir uma sede para a Associação. Diálogo implementado sem que tivesse sucesso até o presente momento (ASSOVAMB, 1999 - 2003).

As bancas de metal foram uma revolução e são inspiradas no modelo utilizado na feira do Eldorado, em Contagem. Integrantes da Associação se dirigiram à feira para observar e conversar com os feirantes, com o intuito de compreender como se organizavam. O desenho foi enviado ao Sr. João, serralheiro do Citrolândia, onde foram feitas a maioria das barracas através de um consórcio. O Sr. João foi até o camelódromo saber quem gostaria de entrar no consórcio, uma vez que não era obrigatório fazer as bancas com ele, desde que estivessem nos moldes estabelecidos pela Prefeitura e pela Associação. Assim, era pago um valor semanalmente por todos os contratantes e, em contrapartida, eram entregues quatro bancas por semana aos sorteados. A mercadoria, que antes era carregada diariamente de um lado para o outro, agora poderia ficar guardada em segurança dentro da própria banca (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

A alteração na estrutura das bancas,não tendo que se deslocar com suas mercadorias, é fator considerado determinante para os membros da Associação se diferenciarem dos vendedores ambulantes, e incide fortemente na configuração de suas identidades ocupacionais, o que será melhor explorado no capítulo 4. As atuais bancas utilizadas são as mesmas feitas àquela época, contudo, sofreram modificações, já que eram baixas e finas, com um pouco mais de um metro, e com o tempo houve a necessidade de aumentá-las e melhorá-las, sem que houvesse, para tanto, autorização ou ajuda da Prefeitura (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

O camelódromo, pesar de existir desde 1999 e ter sido ‘batizado’ inicialmente de Praça da Bíblia, foi‘rebatizado’ pela Prefeitura com o nome de José Geraldo Nepomuceno no ano de 2004, através da Lei nº 3.933, de 19 de janeiro de 2004, sem que nem mesmo os ocupantes do espaço soubessem do feito (BETIM, 2004). Com o passar do tempo o entorno do CEABE se transformou, foram construídas novas lojas, lanchonetes e instalado um Restaurante Popular entre o atual setor 1 e 3 do camelódromo, o que influenciou para a ampliação do número de frequentadores, que formavam filas enormes entre as bancas (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Em 2008, a Prefeitura publicou a Lei nº 4.690, de 13 de agosto de 2008, que proíbe os

vendedores ambulantes de comercializar o espaço do camelódromo, determinando que: “Ficam os vendedores ambulantes proibidos de ceder a qualquer título, sem prévia autorização da Secretaria Adjunta de Desenvolvimento Econômico, o espaço concedido pela Prefeitura Municipal de Betim no camelódromo, localizado nas imediações do CEABE”, prevendo ainda, que a infração do disposto conduz a perda do “espaço concedido no camelódromo” (BETIM, 2008).

A Associação dos Comerciantes Ambulantes de Betim (ACABE), representada por Cláudio Ribeiro da Silva, conhecido por Macário, contava com cerca de 80 vendedores ambulantes que se utilizavam das ruas de Betim por volta do ano de 2008 a 2010, e conseguiram ingressar no espaço do camelódromo por pressão política junto a vereadores, na Câmara Municipal, e agentes públicos, se sobrepondo até mesmo à lista existente na Prefeitura. Muitas pessoas nesta lista reivindicavam o espaço que já ocupavam no camelódromo, porque compraram ou alugaram dos ocupantes originais, ou porque trabalhavam para outros e queriam seu próprio espaço e independência (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

O que pode ser observado é que o espaço do camelódromo se tornou objeto de interesses de diversos trabalhadores, ainda mais porque se tornou área central, devido a expansão das atividades comerciais do município. E ainda, a constituição de uma Associação, a ACABE, demonstrou ser instrumento eficaz para a conquista dos interesses de seus integrantes, qual seja, um espaço dentro do camelódromo da cidade, na medida em que esta organização conseguiu se mobilizar a ponto de alcançar o objetivo, além de se sobrepor à lista oficial de interessados elaborada pela Prefeitura.

Uma nova transferência foi realizada em 2010, momento em que foi criado o atual setor 2 no camelódromo e destinado aos integrantes da ACABE aproximadamente 35 áreas para a colocação de bancas. Inicialmente as bancas eram pequenas, feitas em PVC, todavia foram ampliadas posteriormente (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). O setor2 foi instalado ao redor de onde anteriormente funcionava o Restaurante Popular da cidade, que foi transferido para outro local nas proximidades. Essas mudanças se devem a uma nova política de revitalização do centro de Betim, denominado BETIM É MAIS. Além da retirada dos vendedores ambulantes das ruas e sua alocação no camelódromo, houve também a transformação das fachadas das lojas, que antes tinham a arquitetura da década de 1930 e 1940 e hoje se apresentam mais modernas (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). Essa pode ser considerada a segunda política de revitalização do centro de Betim vivenciada pelos

integrantes da ASSOVAMB.

Antes do Sr. Macário assumir o papel executivo da ACABE, um senhor apelidado de ‘Primo’ era quem se dizia organizador do grupo, prometeu jaquetas identificadas aos vendedores ambulantes para que não sofressem fiscalizações, em troca de uma quantia em dinheiro. Ocorre que, após o pagamento ele sumiu sem mais notícias. Assim, o Macário assumiu a organização do grupo, negociando com a Prefeitura e a Câmara dos Vereadores a transferência para o camelódromo da cidade (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

Em 15 julho de 2009 houve uma operação da Polícia Federal em que foi realizada uma grande apreensão de mercadorias sem nota fiscal. Um ano depois, em 11 junho de 2010, retornaram para mais uma operação, em conjunto com a polícia estadual e os bombeiros. Nesta última operação foram observadas as falhas estruturais, especialmente elétricas, notificando o grupo para a necessidade de solução dos problemas constatados (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

Até o ano de 2010 era concedido Alvará pela Prefeitura para a utilização do espaço e licença para o exercício da atividade no município, o que tinha por condição o pagamento de taxa anual no valor aproximado de R$60,00. Contudo, os documentos pararam de ser fornecidos após a operação de fiscalização. O Ministério Público (MP) interferiu, com alegações de que o espaço apresentava riscos para seus ocupantes e os transeuntes. Por meio de Inquérito Civil Público o MP questionou a utilização do espaço público de forma privada e as condições precárias com as quais o trabalho se desenvolvia. O MP firmou Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com a ASSOVAMB e determinou que se realizasse a reestruturação do espaço, do contrário, seria aberto procedimento para a interdição das atividades laborais no local (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

Nesta época os integrantes ACABE foram incorporados pela ASSOVAMB, tornando a primeira inativa, e o seu fundador, o Sr. Macário, se candidatou para a presidência da ASSOVAMB, uma vez que necessitavam de representantes para dialogar com o Ministério Público. O Sr. Macário assumiu a responsabilidade pelo processo, convidando outros associados para integrar a diretoria, dentre eles o Sr. Walisson Junio Muniz Jardim, que assumiu a vice presidência da Associação, em eleição realizada em 25 Agosto de 2011 (ASSOVAMB, 2011; JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Duas informações chamam atenção neste momento, primeiro, a capacidade de adaptação e articulação do grupo ao entorno de interesses comuns, a ponto do presidente da ACABE assumir a liderança da ASSOVAMB. Segundo, a compreensão da necessidade de formalização da organização do grupo, o que foi externado pela adequação formal da situação fática, através do ingresso dos integrantes da ACABE à ASSOVAMB, bem como, pela convocação de eleição para nova diretoria, de modo a demonstrar a legitimidade da representação e a legalidade do processo pelo qual passou o grupo, estando assim apto para negociação com órgãos públicos.

Durante dois anos a Associação se empenhou em estruturar o espaço, trabalhando junto ao Corpo de Bombeiros e Defesa Civil. Conseguiu o arquivamento do Inquérito em 05 de julho de 2013, junto ao Ministério Público. Os membros da Associação, com recursos próprios, conseguiram revitalizam todo o espaço, colocaram telhado, refizeram a parte elétrica e o projeto de combate a incêndio, além disto, realizaram treinamento no Corpo de Bombeiros como brigadistas (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). Estas transformações no espaço e na estrutura são consideradas pelos integrantes entrevistados fator de melhoria das condições de trabalho, além disto, medida que deve ser levada em consideração na valoração social da ocupação, corrigindo os atributos estigmatizantes que pesam sobre as ocupações de vendedores ambulantes e de camelôs, como será analisado no capítulo 3.

A reestruturação do espaço promoveu alterações no próprio comportamento das pessoas, que atualmente trabalham com produtos de forma mais segmentada. E ainda, o registro na Lei do Micro Empreendedor Individual viabilizou a obtenção do CNPJ, e com isto possibilitou a compra de produtos com nota fiscal e a venda com máquina de cartão de crédito e débito. Atualmente, não vêem a necessidade de se dirigir ao Paraguai (viagem que se tornou mais complicada devido à fiscalização), pois há maior facilidade no acesso à compra de produtos no Brasil, inclusive de produtos da China, que são bem acessíveis quando adquiridos em grandes quantidades (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Em eleição promovida em 2014, a Associação conta com o Sr. Carlos Alberto Lorenso Gomes como Presidente. Recentemente a ASSOVAMB conseguiu articular junto à Câmara dos vereadores a aprovação de Lei 5.881 de 6 de maio de 2015, que declara a Utilidade Pública da Associação para a municipalidade, que após sancionada pelo prefeito Carlaile Pedrosa foi publicada. (BETIM, 2015d).

2.3 A Associação e a convivência cotidiana

A Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim (ASSOVAMB) é percebida das formas mais variadas pelos seus integrantes. O fato da Associação ser o resultado da união de três grupos proporciona uma maior complexidade, no entanto, como bem afirma Antônio (58 amos): “Já misturou. Lá tem um grupinho que é separado, mas a gente se entende muito bem, não tem atrito” (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Aqueles que exercem o papel executivo, tal como abordado por Theodore M. Mills (1970), se incumbem da missão de demonstrar as vantagens de ser um associado, para tanto, uma das líderes da Associação ressalta que: “a gente tem que tentar mesmo, mostrar para as pessoas o benefício da Associação, que é para o nosso próprio bem, para o nosso esclarecimento” (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). Chamam a atenção para a unidade da Associação, relegando o conflito para a convivência no camelódromo, o que pode ser observado pela fala de um dos associados ao dizer que: “na associação não tem disso não, mas, no camelódromo tem algumas pessoas que divergem um pouco” (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015).

Apesar de algumas lideranças reconhecerem a heterogeneidade do grupo, trabalham por apresentá-lo unido e forte, em uma clara política da identidade, questão abordada anteriormente. Pode se notar este trabalho pela fala de uma das lideranças do grupo: “Eu acho que nós somos um grupo, que nós não temos unanimidade na questão de pensamento, nós temos divergência de pensamento, mas nós somos um grupo”. Salienta que esta unidade é principalmente encontrada quando cada um percebe que o trabalho coletivo é para a realização dos seus próprios interesses, assim, “quando todos percebem que é de interesse de todos, estão todos de acordo. Agora, opiniões diferentes têm com certeza. São pessoas que têm opiniões diferentes em relação ao assunto, mas, com relação ao querer fazer o bem de todos, nós somos um grupo, um único grupo” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). Isto porque a unidade de uma associação tem por princípio o interesse bem compreendido.

A ocupação é um negócio de família, uma vez que cada um dos três grupos era formado por pais, filhos, avôs, netos, tios e sobrinhos, marido e esposa, sendo o trabalho realizado entre familiares, como podemos observar:

> Eu acho que o sentido da vida é trabalhar. Eu creio que a tendência é diminuir. O que acontece é dos filhos virem ajudar, é o que acontece no mercado, é o que está acontecendo no próprio camelódromo. Eu vi os meus sobrinhos, crescerem tudo ali. Hoje trabalham lá, eu tenho um, dois, três, quatro sobrinhas que estão lá trabalhando. Uma já saiu. Mas, trabalhou muitos anos lá. Tem duas que estão lá até hoje, então vamos dizer que é um negócio de pai para filho e vai ser assim (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

Os filhos começam a trabalhar com os pais, aprendem as técnicas de venda e aprimoram suas habilidades comerciais, se apropriam dos saberes envolvidos para a execução das atividades laborais, e quando estão maiores compram ou alugam um espaço para si no camelódromo. Isto pode ser observado na fala de um associado que cresceu no camelódromo, trabalhando com a mãe, e ao se formar em Administração abriu, no camelódromo, um negócio próprio, onde trabalha com a venda de malas, mochilas e bonés.

> Geisiane: E desde quando você é associado?
> JOAQUIM: Que eu sou associado... Então, eu sou associado desde sempre, né? Porque antes eu trabalhava com a minha mãe, né? Que era uma coisa só. Mas, eu acredito que deva ter uns seis anos mais ou menos.
> Geisiane: Você começou a trabalhar com ela? Lá onde está agora?
> JOAQUIM: Não, onde está lá agora, sou eu mesmo, que eu montei, né? Mas, antes era na parte de cima (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

Na visão de um dos fundadores da Associação, há entre os integrantes do grupo um sentimento de cooperação, um ajuda o outro sempre que pode: “Você vê se for ali, o cara chega ali “Oh, “Adélcio” eu queria um negócio assim... Eu não tenho não. Mas, chega no cara ali e vê se tem... pô! Não achou não?... vem cá, vamos andar, vê onde tem... E lá é assim, eu me sinto assim, eu faço assim”. A mesma pessoa acrescenta que: “porque você está no meio daquele grupo ali, você fica mais tempo com eles que com a sua família. Tem uns que são mais próximos, mais chegados assim. Mas têm pessoas que vem lá de cima: “Oh, “Adélcio” faz isso para mim. Faço agora”, e é por causa desta relação de proximidade que conclui que: “A galerinha lá é bem tranquila em relação a isso aí. É um grupo” (ADÉLCIO, 37anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 de fevereiro de 2015).

Esses sentimentos de cooperação, solidariedade e familiaridade são essenciais para a manutenção de grupos. As emoções constam nos sentimentos entre os participantes e nas respostas emocionais que manifestam diante dos acontecimentos, pois é sabido que as pessoas não formam grupos de forma mecânica ou por uma questão de conformismo, se reúnem pelos interesses que experimentam, ânsia de serem aceitos, de distinção pessoal, reconhecimento, desejo de se afirmar, e permanecem reunidos porque vêem esses interesses serem

paulatinamente conquistados (MILLS, 1970, p. 122).

Conforme um dos integrantes da diretoria da Associação: “muitas vezes eu fiquei chateado com todas essas diferenças, com todo esse choque. Mas, quando é uma coisa que vai atingir a todos, todos falam a mesma língua” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015), porque é a sensação de realização individual que mantém a unidade do grupo

Ainda que os líderes promovam uma política de identidade do grupo, o fato de serem vendedores e trabalharem em um mercado de concorrência são fatores que promovem grandes divergências no grupo, o que intensifica a atuação isolada por cada integrante, assim, houve quem dissesse que nem mesmo existe grupo ou que este não produz ações coletivas, pois que o grupo “é bem heterogêneo, é bem diferente. Cada um pensa de um jeito, [...] não tem essa coisa de grupo não. É bem individual. Tem um grupo, mas predomina o individual, mais que o grupo”. Quando perguntado pelos motivos para tanto, salientou que “por ser comércio e ter a concorrência” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

Aliado ao caráter comercial da ocupação dos integrantes está a questão do grupo ser formado por pessoas com idades e experiências diversas, o que torna ainda mais difícil o entendimento entre eles. Todavia, quando compreendem que somente por meio da cooperação conseguirão maximizar seus interesses individuais passam a pensar de forma coletiva, em uma clara aplicação do princípio do interesse bem compreendido, levantado por Alexis de Tocqueville (1977) em suas análises sobre a democracia na América. Quando foi perguntado a um dos entrevistados se existem oposições dentro do grupo, a questão do interesse individual fica bem evidente, como se nota:

> JOÃO: Depende da proposta. A concorrência existe no geral. Concorrência é total. Porque cada um quer ganhar o seu. Existem pessoas que pensam no coletivo, mas a grande maioria pensa no seu. Agora, dependendo do que for ser tratado. Aí une todo mundo.
> Geisiane: O que une todo mundo?
> JOÃO: Mais questões que envolvem claramente esse processo de mudança[2]. Se você pensar, como na época do processo de mudança, no começo ninguém acreditou. Na hora em que o caldo engrossou, vamos dizer assim, todo mundo correu atrás e fez a sua parte. Tem cara que, infelizmente, não cumpriu com os seus deveres, mas foram poucos. Mas 96-97%, que viram que o problema era sério, que ia ser interditado, que o negócio ia parar, a união das pessoas foi 100%. Agora, na divisão dos custos para fazer as coisas acontecerem que foi...
> Geisiane: Então, era um grupo só nesse momento. E quando não tem algo externo?

[2] O processo de mudança citado corresponde ao Inquérito Civil promovido pelo Ministério Público de Minas Gerais, no ano de 2010, em que trabalhadores do camelódromo foram pressionados a revitalizar o espaço, havendo a ameaça de interdição do local em caso de descumprimento.

> JOÃO: Muito complicado, muito difícil você conseguir algo assim. Como eu estou lhe falando, você consegue até uns 60%, mas tem esse fator de idade, ele pesa um pouquinho de certa forma.
> Geisiane: Como?
> JOÃO: Tem gente ali que trabalha na cidade há 30 anos, nessa atividade. Ele já ganhou muito dinheiro com isso. Ele fala: "Ah, se ele perder isso aqui hoje é um elogio. Tô com a vida feita". Com a idade avançada, de certa forma ele nem consegue. Se ele perder essa atividade, se ele for aposentado e não tiver uma condição de vida boa, uma condição uma renda particular boa, ele vai sofrer muito. Mas, tem uns que têm. Não se preocupa não. O que der, deu. O que não deu, não deu. Só que é o seguinte: se você chegar, para qualquer um deles, você quer? "Não quero não..." "Então, você abre mão desse espaço?" Ele também não abre. Ele fica em cima do muro. "Se der certo, tou dentro, se der errado, não tem problema". Isso acontece muito com as pessoas mais velhas, elas têm esse pensamento. Impressionante como eles tem (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O grupo é composto por indivíduos singulares, com biografias distintas, neste sentido, a dificuldade de entendimento entre os integrantes é ressaltada no que se refere a heterogeneidade do grupo no que diz respeito à idade, à antiguidade na ocupação e à estabilidade financeira após anos de trabalho. "Primeiro, tem essa questão da pessoa estar mais antiga ali e achar que não vai acontecer nada, depois a questão social da qualidade de vida" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Os papéis executivos da ASSOVAMB são exercidos, atualmente, por pessoas com pouco tempo na atividade, seja por questões de idade, seja por questões de iniciação na ocupação. Uma das líderes salienta: "porque hoje, desde a época do Macário, a maioria dos membros, assim, na diretoria, são pessoas mais novas no local. Talvez nem assim na idade, mas no local", e os mais antigos divergem dos mais novos por entender que "estão lá desde que a feira foi fundada, se sentem, acho que eles sentem que têm mais direito do que nós. Então acaba gerando esse conflito. Não fazem e nem colaboram para que a gente faça. Então eu acho que um dos grandes impasses que nós temos lá é esse" (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Diante das dificuldades diárias de organização do grupo, há mesmo quem diga que a Associação não existe, uma vez que não consegue atuar de forma impositiva e eficaz no que tange ao sistema normativo prescrito no Estatuto da Associação, e que os papéis executivos não se apresentam de forma clara:

> TALARICO: Uma associação tem que ter regra. E ali, a maioria não quer aceitar isso. Para você ver, para você receber uma conta de luz o cara tem que ir 990 vezes na barraca da pessoa. O cara sabe... a gente paga uma conta e fica uma outra atrasada. Pessoal para pagar bombeiro é uma briga. Têm pessoas aqui que reclamam veementemente de comprar um rolo de papel higiênico. Isso é uma vergonha. Hoje em dia eu tenho vergonha em dizer que eu participo da Associação que não tem a administração, não é competente por causa do próprio associado. Tem gente ali, que

> é só Jesus... “ Oh, gente, vamos fazer assim... Não!”. Só que saber de abrir a barraca e vai passar lá para receber... Ali são poucos que recebem uma cobrança, “ hoje é dia de segurança”. São poucos que falam : “ tá aqui”.
> Geisiane: O senhor se acha representado pela liderança da Associação hoje?
> TALARICO: Não tem liderança. Só tem só no nome. Mas, para agir mesmo. Não tem, não. O Walisson disse que não é presidente. O presidente só foi e preencheu a ficha. Colocou o nome dele. Ali, se você tem alguma coisa para resolver, tá ao Deus dará. Tem que ter uma pessoa firme, mas não adianta. O Walisson tentou. (...) Ali era para ser todo mundo unido. Oh, gente vamos fazer... Quando estava pagando advogado, eles disseram que estava roubando dinheiro. Eles estão roubando dinheiro então, isso não pode, não quer. Aí quando o bicho pega, todo mundo vem (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015)

Como se nota, a percepção de inaplicabilidade do sistema de normas e a recusa da responsabilidade pela organização coletiva por alguém determinado para o exercício do papel do executivo são fatores compreendidos pelo entrevistado como meio de demonstração da inexistência da própria Associação (MILLS, 1970).

Neste sentido, um dos entrevistados alega que, apesar da existência de uma estrutura associativa, os membros associados não se pensam como Associação, por não interiorizarem os objetivos coletivos. Ressalta que: “É muito desorganizado. O pessoal não pensa em conjunto não. Não pensa como uma associação, nem conhecem uma associação. Tem presidente, tem tudo, mas os associados não pensam no coletivo, não adianta... é uma luta em vão”, e “são muito diferentes. O pessoal não tem noção que se está fazendo algo é o melhor para eles. Igual tem o presidente e se está pagando tal taxa para melhorar tal coisa, eles acham que está indo para o bolso dele. E não é assim” (MIGUEL, 28 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015).

Assim, nota-se a existência de diferentes percepções sobre o cotidiano da convivência em grupo. Um dos líderes do grupo chama a atenção para a necessidade de permanecerem juntos, para o alcance de objetivos: “nós sabemos que juntos seremos mais fortes, mais organizados. E não era mais possível, no cenário em que a gente vive, sermos cada um para um lado, individuais” e assim, diante de uma situação fática comum, “tivemos a necessidade de nos organizar e começamos a conversar e a buscar pessoas entre nós, que o caminho para nós podermos crescer era o caminho de associado, essa era uma ideia entre nós. Nós sabíamos que seríamos bem mais fortes para alcançarmos objetivos maiores” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Mesmo diante das críticas quanto à coesão e à unidade do grupo, as vantagens foram levantadas e são percebidas também de formas variadas, talvez por uma questão de existirem diferentes experiências em um único local, e por isso apreenderem as mensagens de formas

também diferentes.

A organização conferida pela Associação é um elemento apontado como benéfico. “Porque eu acho que nada que não tenha uma organização funciona. Tem que ter uma organização, até porque, até por estarmos em um espaço público, até por isso, a gente precisa ter um respaldo político para isso”, e a Associação é instrumento capaz de organizar seus integrantes e argumentar com a Prefeitura sobre o uso legítimo do espaço, já que, diante de alegações do tipo: “Mas você está aqui de qualquer jeito”, “Não”... “Nós estamos aqui, porque houve permissão, nós não invadimos...” “Estamos ilegais, não temos autorização? Pode ser que sim, hoje. Mas não foi invadido, não. Aquilo foi um espaço cedido. Foi um espaço cedido pela Prefeitura. Nós fomos convidados a nos colocarmos lá” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

As bancas de metal são consideradas uma grande vitória da Associação, ao permitir que se deixe a mercadoria dentro da banca para a exposição no dia seguinte:“A gente não podia ter muita mercadoria, porque tinha que guardar todo dia. A gente passava duas horas arrumando e duas para desarrumar. Às vezes estava chovendo, tinha dificuldade de guardar e pagar aluguel do local” (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015). Percebe-se que a padronização das bancas e o desenho de um modelo acessível e funcional contribuíram para uma melhoria na locomoção, na organização e controle dos produtos, na possibilidade de realizar estoque de mercadoria, e assim comprar mercadorias em maiores quantidades e de melhor qualidade.

A convivência em grupo e a constituição de uma Associação também é vista como meio para perseguir melhores condições de trabalho para todos, neste sentido, o esclarecimento jurídico e o fomento à formalização empreendido pela Associação, especialmente no que diz respeito à inscrição na Lei do Micro Empreendedor Individual foi observado como fator positivo. Acresce-se a isto a convivência com pessoas que conseguiram melhorar suas condições de vida, o que serve de incentivo para uma melhora generalizada, neste ínterim, a formalização e os exemplos de crescimento individual dentro do grupo representou um avanço de todo o grupo, na medida em que incidiu sobre os projetos para o futuro, com perspectivas para se tornarem empresários e superarem ocupações consideradas por eles estigmatizadas, como a dos vendedores ambulantes e camelôs, como será melhor analisado no capítulo 3.

> As maiores transformações que eu vejo hoje, é que a maior parte, eu diria que algo em torno de 80% são Micro Empreendedores, pessoas que visualizam um futuro. Pessoas que no começo estavam ali para sobreviver. E hoje, boa parte das pessoas

> que compõem aquele espaço ali, já tem essa visão. Que sabe das suas obrigações para com o município, para com o estado, enfim... São Micro Empreendedores, pessoas que já visualizam, pessoas que têm perspectiva de um futuro melhor através daquele espaço que nós temos ali. Foi um processo gradativo, com vários aprendizados, com pessoas que entre nós evoluíram mais do que as outras e conseguiram assumir um cargo de liderança, não como uma liderança imposta, um grupo que domina, mas, naturalmente algumas coisas mudaram e algo mudou dentro de nós e passaram a mostrar em suas atividades algo que estava dando mais certo, que era melhor, era mais interessante e as outras pessoas passaram a ter uma visão melhor. Serem microempresários e não serem simplesmente vendedores ambulantes (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

O trabalho realizado pela Associação no que tange ao incentivo à regularidade fiscal dos produtos e das atividades dos vendedores é fator destacado: "A Associação tem como função nos organizar, mas, ela tem uma função jurídica. Tem todo um trâmite jurídico para você seguir, normas jurídicas, então ela me ajudou nesse sentido", para tanto, "você sabe o que tem que fazer para você não ter problemas amanhã. Ela te dá normas, você vai caminhar dentro das normas. Você tem que ser um associado, você tem que ser um contribuinte, deu essa visão para a gente" (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

As melhorias estruturais realizadas no espaço também foram ações da Associação entendidas como vantajosas para o grupo, sendo que a revitalização do espaço foi realizada com os recursos dos associados: "Com essa melhora do espaço, o espaço ficou melhor. E isso levou as pessoas a pensarem diferente. Ao melhorar o seu lugar de trabalho, porque antes era totalmente precário, com o tempo as pessoas foram se modernizando". "A vitória foi essa estrutura. Para mim básico. Porque para mim o mínimo que você tem que ter é aquilo ali. Isso é o básico. Que até no começo eu não acreditava que ia ter isso aí" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Outro ponto levantado consta da segurança conferida pela participação na Associação de que a pessoa efetivamente trabalha no camelódromo, já que é uma associação civil limitada espacialmente, o que pode vir a servir como uma prova se porventura ocorrer a transferência do camelódromo para outro local, garantindo aos associados um local para trabalhar. Assim, estar associado é compreendido como conveniente na hipótese da Prefeitura realizar novas transferências: "como a pessoa é de lá e sendo associado é uma prova que a pessoa trabalha lá, né? Mesmo sendo um espaço, onde duas pessoas trabalham, é uma prova que a pessoa trabalha lá. Porventura, se a gente for passar para esse *shopping*[3], a gente vai ter que ter algum benefício". Em suma, "se a pessoa se associar fica mais fácil dela conseguir esse benefício"

[3]O espaço do camelódromo e do CEABE é objeto de licitação para a construção de um *shopping* popular.

(JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

E ainda, ressaltaram que o diálogo com os órgãos oficiais se altera proporcionalmente de acordo com o nível de organização associativa conquistada, uma vez que a pressão realizada em grupo é muito maior do que aquela realizada individualmente: “Como associado tem mais jeito para reivindicar o melhoramento de alguma coisa. Eu acho que como associação melhora mais, que como individual não consegue quase nada” (GERALDO, 50 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 14 fevereiro 2015). Uma das entrevistadas afirma que: “se não tivesse a Associação, se todos tivessem largado de mão, nós não estaríamos aqui há muito tempo. Três anos atrás a gente já não estaria mais aqui. O Ministério Público estava processando o espaço” (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015). Esta é a mesma justificativa para o agrupamento de pessoas, o fato de que individualmente são frágeis, mas em conjunto conseguem mobilizar ações no sentido de concretização dos interesses almejados (TOCQUEVILLE, 1977).

Atualmente o espaço ocupado pelo camelódromo é considerado região central de Betim, bem localizado e valorizado, e por isso, alvo de desejo tanto da Prefeitura quanto de investidores. Contudo, o fato de serem um grupo organizado e, mesmo que pequeno, com possibilidades de repercussão em grande escala, já que mobilizam o comércio local e têm uma ampla rede de dependentes do trabalho realizado, faz com que ainda não tenham sofrido novas transferências, apesar de haver licitação em andamento para a construção de um *shopping* popular no local (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

> Eu acho que ajudou porque se não fosse a Associação, a gente já não estava aqui mais não. Porque esse ponto é muito cobiçado por esses lojistas, por esse povo rico que quer o espaço. Hoje em dia está bem localizado, não valia nada quando a gente chegou lá não... Não valia nada não, ali era só terra vermelha. Mas, depois eles colocaram aquele piso lá... (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

A ASSOVAMB alterou recentemente seu estatuto, de modo a ampliar suas finalidades para abarcar, para além dos objetivos empresariais, também os culturais. Em seguida a ASSOVAMB conseguiu, junto à Câmara dos Vereadores e através da sanção do Prefeito da cidade, o Título de Utilidade Pública, sendo que o pedido do título foi pensado com interesses futuros, para embasar o pedido do termo de uso do espaço (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Todos estes fatores, vistos como vantajosos pelos entrevistados, fortalecem o trabalho conjunto para o alcance de objetivos e atua de forma transformadora sobre o grupo, e este não permanece imutável, uma vez que os membros adquirem informações, experiências e confiança mútua. “A emoção do grupo muda através do compromisso mais profundo das pessoas com o grupo e entre si” e isto se traduz em maior êxito e eficiência. O maior comprometimento com os objetivos do grupo; intensificação da comunicação entre os integrantes; a coordenação clara da divisão social do trabalho; e o fato de se sentirem vinculados por laços de companheirismo aumenta a vontade de continuarem trabalhando juntos, o que resulta em maior disponibilização de energia, emprego de recursos, informações e habilidades, ampliando a possibilidade de sucesso (MILLS, 1970, p.141-142).

Os entrevistados, ao serem perguntados se o nome dado à Associação, qual seja, Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim, correspondia à realidade atual de seus integrantes, estes se posicionaram de modo contrário, porque compreendem as transformações cotidianas no seu ambiente de trabalho como determinantes para a alteração no seu tipo identitário ocupacional, o que é melhor abordado no capítulo 4. Uma das entrevistadas disse que o nome pode se aplicar a algumas pessoas, mas que estas não fazem parte da Associação: “Eu acho que as pessoas que se encaixariam com esse nome nem fazem parte da Associação. Eu acho que as pessoas que estão ali trabalhando, se esforçando, nenhuma se encaixaria nessa descrição de vendedores” (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Diante de tantas transformações estruturais, normativas e organizativas vivenciadas pelos associados, estes não mais se identificam com o tipo identitário de ‘vendedor ambulante’ ou do camelô. Conforme observação de um dos entrevistados há divergências: “eu entendo ‘vendedor ambulante’ como aquele que muda de espaço, que ambula. Já não tem muito a ver com o que está lá” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015). Outra entrevistada afirma:

> O porquê do nome eu não sei. Essa associação é muito antiga. Acho que a mentalidade mudou. Talvez até a mentalidade dessa pessoa fosse a de que ele era realmente um vendedor ambulante. Mas isso mudou porque não pode considerar vendedor ambulante pessoas que estão há mais de vinte anos no mesmo lugar.
> (...)
> Eu também não entendo. Eu acho que é a mentalidade daqueles que fizeram a primeira Associação. Hoje não, as pessoas que estão ali na feira não estão ali por falta de opção. Elas estão ali porque escolheram aquelas atividades e elas acham que dá para tirar o seu sustento dali... daquela atividade e talvez, porque gostam daquilo que estão fazendo. E não por falta de opção e talvez, seja essa mentalidade antiga que estava naqueles que integravam aquela Associação. Eu acho que essa é uma mentalidade antiga, daqueles que integravam a Associação e por isso, a gente fica

> pensando que têm pessoas ali que são advogadas, que são administradoras de empresa, mas que escolheram trabalhar ali e isso é de cada um. Têm pessoas ali que poderiam ser empresários e que não acreditavam no potencial do que poderiam oferecer. Que eu acho que a feira poderia oferecer muito mais para Betim (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Enfim, o nome da Associação não traduz o tipo identitário que os entrevistados entendem como o adequado à atual configuração dos integrantes da Associação, o que será aprofundado nos próximos dois capítulos. A ASSOVAMB é um grupo composto por pessoas das mais diferentes origens, experiências, compreensões, mas como destaca um dos entrevistados: "Antes de ter a Associação éramos um grupo de pessoas dispersas e hoje não, têm pessoas que divergem em suas opiniões, mas, todos têm a Associação como uma regra", e se há mecanismo capaz de "conseguir alguma coisa para todos será através da Associação. Ela tem esse caráter de unir a todos nós, embora a gente pense diferente, mas no final, no resumo de tudo, o Estatuto rege a nossa vivência" (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Em síntese do exposto, a Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim é um grupo de pessoas que se reuniu, e foi reunida pela Prefeitura, em um longo processo associativo por critério ocupacional, já que exerciam a mesma atividade laboral, qual seja, eram camelôs ou vendedores ambulantes que se utilizavam do espaço público do Município de Betim.

O papel das lideranças é olhar para o futuro e definir o quê o grupo deve vir a ser, apresentando-o como coeso, forte e unido, em uma política de identidade, sendo que tal ação tem o intuito de fortalecer os laços de pertencimento e união entre os membros, em suas relações internas, além de fortalecer o grupo, em suas relações externas. No entanto, apesar de serem apresentados como um grupo pelos líderes, a ASSOVAMB é composta por indivíduos, pessoas singulares, e a união destes conforma emoções, comportamentos, valores e objetivos, sendo que seus integrantes permanecem reunidos por entenderem que juntos conseguem de forma mais eficaz a concretização dos objetivos do que se estivessem atuando de forma individual. A existência de dissensos internos foi reputado à concorrência típica de relações comerciais e ao fato de existirem distintas biografias.

A Associação ora analisada é vista como uma entidade com caráter instrumental, um meio eficaz para o alcance de interesses. Foram vantagens atribuídas por seus membros à Associação: a organização; a estrutura proporcionada pelo modelo de bancas de metal; o incentivo à formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual e regularização das

atividades promovidas; a revitalização do espaço, através da captação de recursos de cada integrante e a colocação de um telhado, novo projeto elétrico e contra incêndios; bem como, a atuação política da Associação frente a órgãos oficiais do governo e grupos de investimentos, na medida em que a ação em grupo exerce maior pressão e confere maior poder de negociação.

3 PROCESSO COTIDIANO DE CONSTRUÇÃO DETIPOS IDENTITÁRIOS

Os integrantes da ASSOVAMB participam de um coletivo, contudo, constroem uma narrativa identitária própria, individual, pois têm realidades distintas e experimentam o cotidiano de forma diferenciada. O "indivíduo se socializa interiorizando valores, normas e disposições que fazem dele um ser socialmente identificável", entretanto este processo não é homogêneo, como se houvesse um condicionamento inconsciente, na medida em que a interação e a incerteza são pressupostos para a formação da identidade (DUBAR, 2005, p. 97).

Portanto, neste capítulo, são analisados os tipos identitários, e quais tipificações ocupacionais os entrevistados acessam dentro do sistema de tipificações produzido na vida cotidiana, para dizer 'quem são' e 'quem não são' no mundo do trabalho e nas relações sociais. Em um primeiro momento, observa-se o sistema de tipificação formulado e incorporado durante a socialização e quais os tipos identitários foram utilizados pelos entrevistados e, em um segundo momento, as ocupações consideradas estigmatizadas pelos entrevistados.

3.1 A vida cotidiana e o sistema de tipificações

A vida cotidiana é construída a partir de uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente impregnada de sentido para eles,diante da necessidade de se formar um mundo coerente. O mundo da vida cotidiana tem origem no pensamento e na ação dos seus integrantes e é entendida como real por eles, contudo, a apreensão desta realidade se dá de forma ordenada, vez que os fenômenos são apreendidos em padrões, assim, "a realidade da vida cotidiana aparece já objetivada, isto é, constituída por uma ordem de objetos que foram designados como objetos antes da minha entrada em cena". A linguagem ordena a atribuição de sentido e a vida cotidiana ganha significado (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 38).

O mundo social é constituído pelo processo de interiorização da realidade objetiva e de exteriorização da realidade subjetiva (DUBAR, 2005, p. 99). Tal como a vida cotidiana é uma construção social, produto da ação dos homens, também o sentido o é. O sentido é um empreendimento coletivo, prática social especialmente interativa, dialógica e que implica linguagem em uso entre pessoas localizadas no tempo e no espaço, que definem em que termos compreendem e lidam com as situações cotidianas (SPINK, MEDRADO, 2004, p. 41).

A vida cotidiana é compartilhada com outros, momento em que o outro é apreendido

por mim em um presente vivido, e partilhado pelos grupos em um intercâmbio contínuo de expressividade recíproca. Na interação as pessoas agem no mundo e com relação a ele baseando-se nos significados oferecidos por este, sendo que tais significados são provenientes da própria interação social e são manipulados por processos interpretativos permanentes. O significado é produzido no processo de interação social e, portanto, também é produto social (BLUMER, 1980, 119). Importante ressaltar que este é um processo interpretativo, em que os sujeitos utilizam dos modelos, padrões, tipificações e esquemas sociais de modo interativo, ressignificando categorias e objetos no cotidiano, assim, tipos identitários comportam denominações intercambiáveis a depender do modo como se manipula as classificações por similitude ou diferenciação, como por exemplo o camelô e o empresário, como se verá mais a frente.

O interesse de cada indivíduo se dirige à realidade organizada em torno do aqui e do agora, das zonas manipuláveis, e aquela que é de maior proximidade e acessibilidade é a zona da vida cotidiana, visto que permite manipulação corporal direta, e minha atenção se prende naquilo em que atuo, o mundo em que trabalho, determinado por aquilo que estou fazendo, fiz e planejo fazer, apreendidos rotineiramente (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 39-41). Isso explica o fato de que as ocupações mais acessadas pelos entrevistados foram aquelas relacionadas a seu cotidiano, ligadas à atividade comercial, como camelôs, comerciantes, empresários, vendedores ambulantes, lojistas e Micro Empreendedores Individuais.

A ancoragem é de suma relevância para a manipulação adequada do repertório de conhecimento produzido socialmente, e consta em um processo produtor de representações sociais, sendo que diz respeito à vinculação cognitiva de um objeto (sejam ideias, fatos, pessoas ou acontecimentos) a um sistema de pensamento social preexistente, promovendo um enraizamento da representação e do objeto. Em suma, ancorar consta na realização de operações como classificar e denominar, uma vez que coisas que não passam por este processo são estranhas e, portanto, ameaçadoras (PEREIRA DE SÁ, 2004, p. 37).

A classificação ocorre pela inserção do fato, ato ou pessoa a um paradigma ou protótipo existente em nosso estoque de conhecimento, decidindo por qual classe tem maiores similaridades e de qual guarda maiores divergências. Já a denominação ocorre pela necessidade de se retirar algo do anonimato perturbador, de modo a poder localizá-la e especificá-la dentro de um todo, tendo por consequência a possibilidade de descrição e caracterização, bem como a distinção de todas as outras coisas e pessoas, sendo objeto de convenção adotada e compartilhada por um grupo (PEREIRA DE SÁ, 2004, p. 38-39).

A classificação e a denominação, compartilhadas e elevadas ao patamar de

representação social, servem de base para a interação face a face, porquanto essencial para a comunicação, contudo, não há como negar que estas tipificações são altamente flexíveis e os padrões podem ser apropriados de formas variadas. “A realidade da vida cotidiana contém esquemas tipificadores em termos dos quais os outros são apreendidos, sendo estabelecidos os modos como “lidamos” com eles nos encontros face a face”. Deste modo, apreendo o outro como “homem”, “europeu”, “comprador”, “tipo jovial”, etc. Tais tipificações determinam o modo como irei interagir com o outro, modelando meu comportamento, sendo que em uma relação pelo menos dois esquemas tipificadores dialogam e se colocam em constante negociação (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 46-50).

O atendimento ao sentido atribuído para uma representação social se mostra da maior importância, pois o diálogo entre dois esquemas tipificadores completamente divergentes pode acarretar serias complicações, como por exemplo o termo ‘camelô’ que pode denominar uma pessoa ou um espaço, ou, o fato de que Micro Empreendedor Individual pode significar um procedimento fiscal ou um empresário.A compreensão dos sentidos empregados são determinantes para uma comunicação eficaz.

Tais esquemas tipificadores são institucionalizados no diálogo entre gerações, consolidando como hábitos que se tornam autônomos. Pode-se pensar em três tempos, quais sejam, o tempo longo, em que os esquemas tipificadores se constroem e se institucionalizam como conteúdos culturais; o tempo vivido, momento em que a linguagem e suas classificações são apreendidos em um processo de socialização; e por fim, o tempo curto, em que os diálogos ocorrem (SPINK, MEDRADO, 2004, p. 51).

Pensar na ideia de tempo longo permite compreender o estoque de conhecimento construído ao longo da história da humanidade, neste viés, as representações sociais são produzidas como forma de conhecimento elaborado socialmente, para fins práticos de comunicação e compreensão entre membros de grupos. Assim, as representações sociais são criadas para definir um grupo em suas particularidades, contribuindo para a apreensão das condutas sociais adequadas e para o empreendimento de comunicação eficaz. Universos consensuais são estabelecidos pelos indivíduos, e através da conversação negociam núcleos de estabilidade no que tange ao modo de pensar e fazer atividades, constando em uma comunidade de significados compartilhados (PEREIRA DE SÁ, 2004, p. 29).

Quando uma pessoa se reconhece e se manifesta pertencente a um grupo, se identificando com suas características, está se afirmando membro e assim tomando posição em um sistema de relações previamente definido, pois as identidades sociais estão organizadas em um “sistema de categorias” em que as relações buscam referências

(OLIVEIRA, 2003, p. 123). Um tipo identitário agrega particularidades de seus membros, que os distinguem de todos os demais através do acionamento de atributos convencionados. Compreender isto contribui para entender que, por exemplo, ‘camelô’ é um grupo que comporta particularidades que os diferem de lojistas, porque se convencionou que ambos os grupos detêm atributos distintos.

Dentro deste estoque de conhecimento e representações sociais produzidas, no desenrolar da vida cotidiana, há uma processo de seleção por critério de conveniência e interesse, e essas conveniências podem se cruzar com as conveniências dos outros ou não, o que determinará sobre o que se assenta nossos vínculos e definirá em que base se dará nossa relação, assim, não irei conversar sobre investimentos financeiros na consulta com meu médico, ou descrever os sintomas de uma doença ao meu advogado, ou sobre minha religiosidade com o meu contador, o que explica a alternância no comportamento a depender da situação em que se insere (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 66/67).

Essa seleção realizada é denominada ‘conhecimento receitado’, porque se constrói por motivos pragmáticos, uma vez que é limitado por aquilo que se entende como necessário para o desempenho de rotinas, “não significa nada mais senão aquilo que tenho de saber para meus propósitos pragmáticos presentes e possíveis no futuro”. O acervo de conhecimento adquirido por um sujeito consta no repertório necessário para atender a seus problemas de rotina, assim, o conhecimento no que diz respeito à minha ocupação é rico e específico, enquanto o conhecimento acerca de outras ocupações é superficial e incompleto, e este estoque de conhecimento é válido e eficaz até que se apresente algo novo e desconhecido, que não pode ser resolvido pelas técnicas existentes, e após passar por critérios de conveniência, exija maior atenção (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 63).

Este conhecimento é ampliado sempre que necessário, deste modo, caso um camelô queira se tornar um lojista será necessário que compreenda o processo de organização e de administração do espaço de uma loja, e caso um empresário queira investir no comércio deverá buscar compreender técnicas de compra e venda de produtos e serviços, ampliando seus estoques de conhecimento devido a uma exigência prática.

3.2Tipos identitários abordados pelos integrantes da ASSOVAMB para reconhecer identidades ocupacionais

Dentro da sua realidade objetiva, no mundo do trabalho em que estão inseridos, os integrantes da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim discorreram sobre quais os

tipos identitários são acessados para a compreensão de sua própria identidade ocupacional, sobre quem são e sobre quem não são. Tipos identitários como camelô, vendedor ambulante, lojista, empresário e Micro Empreendedor Individual foram abordados de modo flexível.

Esses tipos identitários foram analisados a partir do guia de entrevista (APÊNDICE B); quando os entrevistados foram perguntados sobre suas ocupações; quando diante dos recursos visuais (APÊNDICE C) organizaram as fotos conforme as categorias desejadas por eles de forma livre e sem intervenções; e quando discorreram sobre um rol de categorias elaborado pela Autora, sendo que este rol foi retirado das primeiras quatro entrevistas sobre a história da Associação, das atas da Associação, das conversas informais e das respostas produzidas nas etapas anteriores da própria entrevista.

3.2.1 Camelô

O camelô é compreendido das mais variadas formas, seja como a identidade ocupacional de um indivíduo, seja como indicação de um aglomerado de vendedores ou ainda como o espaço em que se concentra mais de um vendedor. São elementos utilizados para tal identificação o produto de má qualidade, o fato de não se filiar a um segmento de produtos específico, a estrutura frágil e insegura, a desorganização administrativa e a utilização irregular do espaço, e, em que pese serem fixos, sofrem duras fiscalizações, sendo conjuntura de trabalho em condições precárias, conforme salientado no capítulo 1.

O camelô foi indicado como o comerciante que trabalha em um local fixo, contudo, de acordo com uma das entrevistadas, esta palavra: “deprecia a imagem das pessoas”, “como se a gente tivesse uma atividade ilícita, uma coisa que não merece ser valorizada” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015), ou ainda, compreendido como o “grupo de vendedores” (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015; BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

O camelô é visto como aquele que tem trajetória ocupacional similar a “sobreviventes”, na medida em que realizam suas atividades em qualquer lugar e hora, sendo que ao perceberem receptividade comercial em determinando ponto lá permanecem, e esta avaliação determinará se continuará ali ou não. “São sobreviventes como ninguém. Têm a arte da venda. Só que não são empreendedores. Eles são sobreviventes” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A utilização de um mesmo espaço de modo contínuo é o que diferencia um camelô de

um torero ou um vendedor ambulante. “Ele está num local fixo. E se ele vai para uma outra parte ou não, ele vai se instalar fixamente” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). O “camelô está estabelecido. Embora seja bastante parecido com o vendedor ambulante, este não se estabelece. Essa é a pequena diferença.”. “O camelô, geralmente ele se estabelece em algum lugar. Eles são mais fixos, mesmo que não seja em um local autorizado e tudo, eles são fixos ali” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

O camelô tem um ponto estabelecido, mesmo que informalmente, espaço onde ele realiza suas atividades de forma habitual, conquanto esteja preparado para ser retirado pelos fiscais da rua. Já o torero se aproveita de uma oportunidade pontual e coloca sua barraca próxima a pontos de comércio de grande movimentação, estando sempre atento para o rápido recolhimento dos seus produtos diante de autoridades fiscalizatórias, uma vez que se utiliza do espaço de forma irregular (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). Falta ao camelô uma estrutura para a disposição dos produtos de forma segmentada, e inexiste uma organização associativa, ou seja, na fala de uma das entrevistadas:“falta de estrutura, de uma associação”,sendo “cada um por si” (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

O camelô é também utilizado para identificar um espaço. Assim, houve quem dissesse que é “um local mais simples, com produtos mais simples, coisas mais baratinhas, com pouca qualidade” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015), e ainda, é associado à desorganização espacial e informalidade de seus integrantes (MIGUEL, 28 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015).

O camelô é denominação acionada na trajetória biográfica de muitos dos entrevistados, como se verá no próximo capítulo. No processo de classificação por similitude e por diferenciação, o camelô é visto como tipo identitário similar ao comerciante, devido a utilização de um espaço fixo por um longo período, e considerado diferente de vendedores ambulantes e toreros pelo mesmo motivo, na medida em que se considera que estes últimos não têm um espaço fixo para trabalharem.

Em que pese considerarem camelôs como comerciantes, ambos os termos conformam dimensões valorativas diferenciadas, visto que o camelô é compreendido como atividade ocupacional depreciativa do trabalhador, devido à ausência de uma estrutura no espaço para trabalharem e pela informalidade legal que os acompanha, aproximando-os dos vendedores ambulantes e toreros, o que justifica o fato de não serem considerados pessoas com visão

empreendedora. Como se nota, comerciantes, vendedores ambulantes e toreros são acionados para explicar que se entende pela figura do camelô.

O tipo identitário camelô e o espaço camelô foram vislumbrados pelos entrevistados nas três imagens abaixo. O trabalhador camelô foi visualizado como aquele que se utiliza das ruas para expor seus produtos, com bancas de fácil locomoção, comercializando apenas e tão somente produtos de rápido manejo. O espaço 'camelô' é visualizado com barracas ou bancas de pequena proporção, com um único trabalhador, sendo que cada barraca ou banca se caracteriza por ser uma pequena produção:

Imagem 4: Tipo identitário camelô

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3.2 Vendedor Ambulante

O vendedor ambulante é um tipo identitário em que a mobilidade no espaço, a ausência de estrutura para trabalhar e o produto vendido foram os elementos centrais para se identificar e diferenciar dos demais tipos identitários. Para um dos entrevistados, o vendedor ambulante "é próximo ao camelô sem o espaço definido. Mas, o vendedor ambulante tem produto mais variado", sendo que se considerar o camelô como espaço então as figuras se

distanciam sobremaneira, já que o “camelô como um espaço, como uma feira. E o ambulante não. Talvez com um produto de menor quantidade, mas sem espaço definido (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

O vendedor ambulante não detém uma estrutura fixa para trabalhar, e por isso mesmo não tem compromisso com horários e dias, locais ou clientela, sem um endereço para o exercício de sua atividade (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). Estes vendedores são reconhecidos por trabalharem “de porta em porta”, “essas pessoas que não têm local fixo de trabalho, não tem nenhuma estrutura” (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015) e o fazem esporadicamente, na informalidade, justamente por não terem um espaço determinado (MIGUEL, 28 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015). Como afirma uma das entrevistadas: “Eles não têm o espaço como eu tenho” (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

Sua maior característica é a mobilidade espacial, pois “é aquele que sai vendendo e andando. Ele não fica fixo. O camelô fica fixo, mas o vendedor ambulante fica no sinal (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). E esta mobilidade lhe permite e lhe exige ir ao encontro do consumidor, pois, conforme foi abordado: ele “não fica ali parado esperando o freguês, tem que ir atrás dele. Vai atrás disso” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

O vendedor ambulante trabalha isoladamente, “ele é geralmente sozinho” (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015), e a sua estrutura de trabalho é pequena e de fácil transporte e manuseio, o que proporciona que esteja sempre em movimento, ambulando, tal como o nome mesmo diz (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). Devido à fragilidade e insegurança da estrutura, da informalidade perante a lei e da comercialização de produtos de pouca qualidade, o vendedor ambulante é considerado também como um sobrevivente (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015), realizando trabalho em condições precárias, como foi ressaltado no capítulo 1.

O tipo identitário do vendedor ambulante se utiliza da figura do camelô para se manifestar, assim, vendedores ambulantes são similares aos camelôs no que se refere à dimensão depreciativa e sem prestígio deste tipo de trabalho, pela ausência de uma estrutura de trabalho e pela informalidade legal.

Entretanto, o vendedor ambulante se diferencia do camelô na medida em que o primeiro não se fixa em um local, ambulando pelas ruas mais movimentadas. A figura do

vendedor ambulante foi apontada nas três imagens abaixo, sendo estas as mais citadas pelos entrevistados pelo reconhecimento de elementos como a ausência de estrutura fixa, ou, havendo uma pequena estrutura, pela possibilidade de deslocamento fácil e mobilidade do sujeito e dos produtos no espaço de forma rápida:

Imagem 5: Tipo identitário vendedor ambulante

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3.3 Comerciante e Lojista

A figura do lojista é entendida como similar ao comerciante, ambos compreendidos como aqueles que "têm um ponto fixo, você sabe aonde comprar todo dia" (MIGUEL, 28 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015). Para uma das entrevistadas os lojista são aqueles que "vendem mercadorias" (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015) O que muda na denominação é o enfoque dado à estrutura de loja ou à atividade de comércio. Os elementos acionados para sua

identificação constam da estrutura em que se realiza a atividade, ao espaço utilizado e a legalidade do seu comércio. Assim, “o lojista e o comerciante são a mesma coisa, só que numa loja o espaço é definido. Para mim, o que define é a questão do espaço, e a questão da legalização também” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

A questão da adequação normativa, no que tange à legalidade dos atos de comércio e à regularidade com que se realiza a atividade,é elemento identificador deste tipo. “O lojista é aquele que a gente considera que está mais formalizado”, “tem alvará para funcionar, tem autorização da Receita Federal,” e, como realiza suas atividades em uma estrutura de loja, adota um “horário de funcionamento” estabelecido (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). “Lojista é aquele que tem o seu ponto, uma loja, uma loja de calçado, uma loja de tecidos, isso é lojista” (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

O lojista é alguém com uma estrutura para o exercício de sua atividade: “não só física, que têm muitos lojistas que hoje vendem pela internet, eu acho que tem que ter uma estrutura física ou virtual, mas, que tenha uma estrutura montada (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Devido à organização espacial, estrutural e administrativa é que o lojista é identificado como uma identidade ocupacional de prestígio, sendo mesmo “chique” ser lojista (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015), e é vinculado à figura do empresário: “lojista tem que ser um empresário. Porque para você manter uma loja, você não pode ter um pensamento pequeno, nem ficar preso a modismo,ou a um modo de trabalho. Que o lojista tem que sempre estar atualizando, melhorando o seu espaço e ter essa legalidade” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O lojista é compreendido como figura similar ao comerciante, alternando apenas sobre o aspecto a qual se dá ênfase, ou seja, se destaco o fato de que o trabalhador realiza suas atividades laborais em uma estrutura de loja, classificando e denominando o sujeito que trabalha neste local como lojista, ou se dou realce ao fato de que realiza transações comerciais do tipo compra e venda, portanto comerciante. O lojista é um comerciante devido ao fato de que em uma loja se realiza comércio.

Entretanto, são termos que podem se diferenciar quando se classifica o comerciante como categoria genérica que comporta o camelô e o lojista, pois, como abordado anteriormente, o camelô também é visto como comerciante, sendo que ambos realizam

mercancia. O camelô e o lojista se diferenciam por uma questão de estrutura no espaço para a realização da atividade, pois, ainda que ambos se fixem em um local, o camelô exercerá sua atividade na rua e o lojista em um estabelecimento, atributos que repercutem no aspecto valorativo depreciativo que recai sobre o camelô, e no prestígio do lojista.

O lojista se vincula a figura de empresário devido ao entendimento de que este tem uma mentalidade comercial de amplo alcance e realiza suas atividades de acordo com a legalidade. Portanto, para se chegar ao tipo identitário do lojista é necessário acionar o comerciante, o camelô e o empresário.

O comerciante e o lojista foram visualizados nas mesmas fotos, sendo as três fotos abaixo as mais citadas em ambas as denominações, ressaltando por vezes o ato de vender típica dos comerciantes ou a estrutura espacial dos lojistas. O que se evidência nas imagens é a existência de uma estrutura para a exposição dos produtos e a existência de uma pessoa que aguarda a vinda do cliente para a realização da compra:

Imagem 6: Tipo identitário comerciante e lojista

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3.4 Empresário

Empresário é um tipo identitário de prestígio entre os entrevistados, sendo também um projeto de futuro a ser alcançado. São elementos acessados para identificar o empresário a direção de um negócio organizado estruturalmente e a regularidade legal de sua atividade.

O empresário é uma pessoa que atua de forma empreendedora em grande escala, dirigindo muitos funcionários e administrando um alto faturamento financeiro (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015). "Empresário dá a ideia de grandes empresas" e "mesmo que o pequeno ou grande seja tão empresário quanto o outro, mas, sempre tem essa visão que o empresário é o grande empresário" (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). De acordo com uma das entrevistadas: "O empresário, a gente acha que é aquele que vende coisas grandes, mas aqui a gente também é um empresário" (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

Enquanto tem o poder de direção, o empresário está "relacionado a ser dono de um negócio. Desde um pequeno negócio, a um grande negócio, eu acho que desde que tenha essa mentalidade, a gente pode considerar um empresário" (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015), sendo que, tal como abordado anteriormente, o lojista é associado ao empresário: "todo aquele que tem uma loja, passa a ser empresário" (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

"É empresário quem é o dono. Agora, quem trabalha é o funcionário, vendedor. Agora, quem tem nas mãos a direção de um empreendimento desses é o lojista, o empresário que por vários motivos, várias questões, levou a essa estrutura formada" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). O empresário dirige seu negócio, e quando detém uma grande estrutura também coordena uma hierarquia de funcionários, assim, "ele não fica ali, em cima daquele funcionário, ele geralmente tem os subalternos para fazer o serviço dele, né? Tem o gerente, o subgerente, tem o encarregado" (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

Outro elemento associado ao empresário é a regularidade de sua atividade, pois entendem que o "empresário tem uma firma registrada" (MIGUEL, 28 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015), já que se "você está inscrito, você tá legal lá" e esse legalidade possibilita uma boa organização e investimento na estrutura espacial (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março

2015).

E ainda, o empresário pode ser observado no que diz respeito ao porte de sua atividade, sendo chamado de empresário de pequeno, médio e grande porte. O empresário de grande porte é aquele que é empreendedor de grandes espaços, administra grandes estruturas e contabiliza finanças elevadas, como por exemplo o dono de um *shopping* ou de uma rede de lojas. Empresário de médio porte é aquele que dirige uma loja. E por fim, o Micro Empreendedor Individual: "que é uma classe, assim, bem simples. Que ela não tem tanto capital de investimento, tanto capital de rotatividade" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O tipo identitário do empresário tem prestígio dentre os entrevistados, sendo que o lojista é figura vinculada. Em que pese a legislação brasileira denominar como empresário todo aquele que "exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços" (art. 966 do Código Civil), e portanto, todos os sujeitos aqui analisados que realizam suas atividades de forma organizada e habitual, sejam vendedores ambulantes, camelôs, comerciantes, lojistas ou Micro Empreendedores Individuais, os entrevistados deram ênfase ao grande empresário. Este foi associado a atributos como estrutura, legalidade e direção do trabalho de funcionários. Interessante notar que nenhum desses atributos são exigências legais. O empresário é diferenciado do funcionário, pois compreendem que o empresário é o dono do negócio e chefe na hierarquia de funcionários.

O empresário foi reconhecido em apenas duas imagens, na primeira porque se entende que o trabalhador seria o dono do negócio, e na segunda, devido aos integrantes do camelódromo estarem neste processo de organização da atividade para a circulação de bens e serviços, e por isso, desnecessário ser uma grande empresa para ser empresário.

Imagem 7: Tipo identitário empresário

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3.5 Micro Empreendedor Individual

O Micro Empreendedor Individual e o microempresário são tipos identitários muito citados pelos entrevistados e utilizados de forma indistinta, especialmente pelo incentivo dado pela Associação e pela prefeitura municipal para que os integrantes se adéquem à Lei do Micro Empreendedor Individual (Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008), que inseriu regramentos na Lei da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006).São elementos acessados para o reconhecimento deste tipo identitário principalmente a saída da irregularidade legal, da informalidade e do espaço das ruas, fatores considerados pelos entrevistados como atributos característicos das figuras dos vendedores ambulantes e dos camelôs, e, portanto, correspondente a trabalho sofrido, para a sobrevivência, consubstanciando a precariedade do trabalho, conforme discutido no capítulo 1.

É Micro Empreendedor Individual “aquele que constitui uma pequena empresa aí e que não difere muito do lojista. No meu ponto de vista, que hoje, todos que vão abrir um negócio, vamos supor, eu vou abrir uma loja de calçados, então eu sou um microempresário” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Mesmo que a maioria dos entrevistados tenha se utilizado desta categoria como tipo identitário ocupacional, houve quem a compreendesse como uma classificação criada para

abarcar uma alta gama de pessoas, e justamente por sua generalidade foi considerada como um procedimento da burocracia do Estado para a regularização da atividade empresarial informal, ainda que continuem utilizando o termo como meio de denominação de sua identidade ocupacional pela facilidade que traz. Um dos entrevistados afirmou que o Micro Empreendedor Individual: “é só um regime de tramitação. Apesar de que quando você pergunta, eles falam: “eu sou Micro Empreendedor”, eu acho que facilita p’ra mim” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

Consta na tentativa de legalização das atividades empresariais realizadas na informalidade, aspirando ser empresário: “É uma categoria que está buscando uma legalização junto ao Estado, ao INPS, tá buscando mesmo uma legalização, ter um CNPJ, porque têm produtos, têm lojas e atacados que só vão vender para você, se você tiver um número, um cadastro de pessoa jurídica” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). Essa regularidade financeira demonstra ser da maior importância para a configuração do tipo identitário, pois como afirma uma das entrevistadas: “isso aqui é uma microempresa. Contas a pagar. É uma microempresa” (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

“É o micro empresário. Eu considero um empresário só que com uma estrutura menor. Ele não vai ter uma estrutura tão grande. O pequeno empresário, o microempresário no caso” (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). Tal tipificação foi considerada a “evolução do camelô para o microempresário”: “Ele está nesse meio termo aí, ele ainda não é um empresário, mas ele está no meio do caminho, ele está se projetando. Está na caminhada para ser empresário. O objetivo do micro empreendedor e do micro empresário é ser empresário” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

São pessoas que vislumbram um futuro, saindo do estado de sobrevivência para projetar um negócio em regularidade com as obrigações fiscais municipais, abrindo a possibilidade de deixarem de serem reconhecidas como camelôs e vendedores ambulantes para serem apontadas como microempresários. A transição promovida pelo ingresso na Lei do Micro Empreendedor Individual proporciona a realização do seu trabalho em segurança, já que a clientela e os fornecedores passam a dar maior credibilidade ao negócio, além de abrir um leque de possibilidade de acesso a bens e serviços, para a melhoria gradual e acentuada da própria atividade (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A inserção na Lei do Micro Empreendedor Individual contribui para “sair da informalidade” (MIGUEL, 28 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015), e “é quando o camelô deixa de ser informal para ser formal” (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). A figura do Micro Empreendedor Individual confere licitude e formalidade à atividade, “porque antes verdadeiramente quem não era microempresário estava na informalidade”. A inscrição e a contribuição fiscal conferem “reconhecimento legal da atividade lícita” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O Micro Empreendedor Individual é uma figura muito interessante, pois é considerada como tipo identitário intermediário, transição, a saída de um tipo para outro, um meio termo, produto da articulação de quase todos os tipos identitários pelos entrevistados. Esta figura foi identificada como denominação ocupacional do camelô ou vendedor ambulante que, visando sair da informalidade, regulariza suas contribuições fiscais com o Estado, passando a ser um microempresário, por ter uma micro empresa, fato que os tornam similares a lojistas e comerciantes, no entanto, vislumbram ampliar ainda mais seus negócios se tornando empresários.

Como se pode observar, o MEI é uma tipificação altamente flexível e negociada a todo instante, talvez por ser um tipo identitário ainda em construção, sem a consolidação intergeracional no esquema de tipificações ocupacionais. E ainda, por ser uma análise de todas as categorias, o MEI é quase um processo gradativo de saída de um tipo identitário considerado depreciativo para um considerado de prestígio entre os participantes, para melhor compreender isto é feita uma análise do estigma adiante.

A figura do Micro Empreendedor Individual é vislumbrada nas imagens a seguir, sendo estas as mais citadas, em resultado idêntico aos comerciantes e lojistas, devido a características como organização no espaço, estrutura planejada para a realização da atividade e visão empreendedora. Importante ressaltar que a figura do MEI é citada pelo menos uma vez em todas as fotos disponibilizadas para análise.

Imagem 8: Tipo identitário Micro Empreendedor Individual

Fonte: Elaborado pela Autora

3.3.6 Outros tipos identitários

Devido à abertura com que se realizou a análise dos recursos visuais, vez que os entrevistados puderam classificar e denominar as fotos de forma livre (APÊNDICE B), outros tipos identitários foram citados, mesmo que de forma esparsa e singular, principalmente por considerarem o produto como elemento essencial para a configuração de tipos identitários ocupacionais. Foram ressaltadas as figuras do rendeiro, do salgadeiro e do jornaleiro, citadas uma única vez.

Os tipos identitários aqui mencionados serão melhor abordados no próximo capítulo, ao ser analisada a importância do elemento produto para a configuração de tipos identitários.

Imagem 9: Tipo identitário reconhecido pelo produto ofertado

Fonte: Elaborado pela Autora

3.4 Estigma sobre determinados tipos identitários

A sociedade produz meios de categorizar as pessoas pela similitude ou pela diferenciação por meio da junção de atributos, sendo que estes contribuem para que se sustente pré concepções sobre pessoas com quem não temos relações de intimidade e, no entanto, é alvo de um modelo sobre como deveria ser e como deveria se comportar, o que Goffman (1891, p.5-6) vai chamar de identidade social virtual, que será aqui analisada, em contraponto à identidade social real, a ser analisada no capítulo 4. A ocupação é um importante atributo estrutural, e como pode ser vislumbrado no capítulo 1, foi criado um modelo de trabalhador que tem por atributos o contrato de trabalho empregatício, a habitualidade no exercício da atividade, tarefas organizadas por meio de uma hierarquia de comando, além da realização do trabalho no espaço de um estabelecimento.

O trabalho é um atributo central na vida de um indivíduo, demonstração do ingresso de sucesso na vida adulta e esperada, uma vez que além de ser fonte de remuneração, é “meio de integração social, pois possibilita o relacionamento entre pessoas, a inclusão social e o sentimento de pertencer a um grupo”, bem como, mecanismo de “reconhecimento e

valorização social". Ocorre que, para alguns, o trabalho tem uma dimensão de subsistência, de sobrevivência, sem que possibilite uma real integração social e muito menos que se vislumbre uma fagulha de contentamento com a ocupação exercida dentro do mercado de trabalho, na medida em que diverge da identidade virtual construída, visto que estes trabalhadores têm por atributos atividade precária e degradante, o que incide diretamente na sociabilidade destes com seu entorno, sendo objeto de estigma (MEDEIROS, MACÊDO, 2006, p.63).

O estigma consta na situação em que um indivíduo está inabilitado "para a aceitação social plena", destoa da identidade virtual criada sobre ele, contendo atributos compreendidos como "profundamente depreciativos". Deste modo, o estigma não corresponde à identidade construída pelo indivíduo, mas à relação entre "atributos do sujeito" e o "estereótipo esperado", tendo consequências das mais relevantes, visto que "um indivíduo que poderia ter sido facilmente recebido na relação social cotidiana possui um traço que pode impor a atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus" (GOFFMAN, 1891, p.4).

Quando um trabalhador diverge dos atributos esperados, trabalhando no setor informal, de forma autônoma, e, por vezes, eventual, em local que não seja um estabelecimento, causa o estranhamento e o afastamento dos demais, uma vez que tais atributos fogem do esperado. Somado a isso a atuação do Estado na elaboração de normas de conduta que acabam por criar modelos e, consequentemente, desviantes destes modelos, exemplo disto é a utilização da rua por camelôs e vendedores ambulantes, que diverge tanto do modelo de trabalhador como do modelo de utilização do espaço público almejado por planejadores urbanos e pelo plano diretor da cidade (CHIESA *et al*, 2015, p.32-37).

Aqueles que têm seus atributos estigmatizantes visíveis de forma imediata, denominados 'desacreditados' por Goffman, tem que construir estratégias de manipulação da tensão que causa, e aqueles que não têm estes atributos visíveis, 'desacreditáveis',têm a possibilidade de manipulação da informação. Quando possível, uma das estratégias é a correção dos atributos para sua adequação ao estereótipo. O sujeito pode corrigir esta incongruência de forma direta, ao se adequar ao estereótipo existente, buscando a obtenção de um contrato de trabalho empregatício com todas as suas repercussões, ou, pode corrigir de forma indireta, ao "empregar uma interpretação não convencional do caráter de sua identidade social" (GOFFMAN, 1891, p.4/12).

Neste ínterim, esta interpretação pode realçar a relevância do trabalho autônomo, construir um espaço fixo de trabalho, como por exemplo, o investimento em um camelódromo, criar normas de organização e rotina das atividades laborais, bem como,

demonstrar sua compatibilidade com a legislação. Contudo a identidade latente, por mais que seja renunciada ou escondida para atender “a uma práxis ditada pelas circunstâncias”, “a qualquer momento pode ser atualizada e invocada” (OLIVEIRA, 2003, p. 124).

Associações e cooperativas são importantes instrumentos para dar visibilidade e repercussão social para uma interpretação positiva de ocupações estigmatizadas, bem como para dialogar com o poder público para a melhoria das condições de trabalho para além da “perspectiva restrita da sobrevivência”. A inclusão no mercado de trabalho em ocupações estigmatizadas, como camelôs, vendedores ambulantes e catadores de lixo, expressa uma inclusão perversa, já que “é incluído ao ter trabalho, mas excluído pelo tipo de trabalho que realiza” (MEDEIROS, MACÊDO, 2006, p.66).

A tarefa dos líderes é “convencer o público a usar o rótulo social mais flexível à categoria em questão”, dialogando com o controle social formal, composto por funcionários que tem por ocupação vigiar e fiscalizar tipos identitários sobre a qual pese reputação desabonadora (GOFFMAN, 1891, p. 24). A relação entre o trabalhador e a rua foi por muito tempo considerada sinônimo de vagabundagem e leviandade, sendo atribuído aos membros desta ocupação o *status* de vadios e malandros, até mesmo porque trabalhador era compreendido como sinônimo de empregado, e quem não era empregado não era trabalhador, como foi visto no capítulo 1, o que cria mais obstáculos para uma participação regular nos meios formais de trabalho (CASTRO, 2003, p. 66-67).

O trabalho realizado na rua é considerado um trabalho degradado, pelas próprias características da atividade e porque foge ao estereótipo de trabalho empregatício, acrescenta-se a isso, o fato da rua ser associada à sujeita e à insegurança, impregnando a ocupação e os trabalhadores com estes atributos, estigmatizando-os (CHIESA, *et al*, 2015, p.32-37).

Alguns símbolos são destacados para servir de quadro de referência para a identificação dos membros de um grupo estigmatizado, sejam objetos ou rotinas diárias (GOFFMAN, 1891, p. 62). Trabalhadores pertencentes a uma ocupação estigmatizada podem ser identificados pelo local onde realizam suas atividades, pelos produtos com que interagem e pelo modo como lidam com as normas. Camelôs e vendedores ambulantes carregam os signos da informalidade legal, da ilicitude ou da origem insegura de seus produtos e, ainda, realizam suas atividades laborais nas ruas, utilizando o espaço público de forma irregular, sendo este último signo reconhecido de forma imediata por agentes de fiscalização e pela sociedade em geral.

O trabalhador que realiza sua ocupação na rua sofre os mais diversos estigmas, visto que destoa do modelo de loja. Na apropriação da rua pelos indivíduos há o estabelecimento de

relações de poder, produzindo afastamentos e proximidades em co-presença, “próximas, pois podem ocorrer ao nosso lado; afastadas, pois simbolicamente são estigmatizadas” (CHIESA *et al*, 2015, p.32-37), principalmente pela divulgação de uma ideia da rua como local de medo, insegurança e violência, e por isso, habitada por indivíduos perigosos, o que resulta em interações baseadas na desconfiança, temor e vigilância, atuando de forma defensiva e segregacionista para com o outro (JAYME; NEVES, 2008, p. 151).

Embora o estigma corresponda a uma perspectiva em que os papéis do normal e do estigmatizado se interagem, “e não os indivíduos concretos”, ele tem especial impacto no processo de socialização, uma vez que a pessoa incorpora o ponto de vista dos demais, apreende o Outro para a formação do Eu. Para tanto, utilizam-se de estratégias, seja para tentar corrigir o atributo, seja para se isolar das demais pessoas em uma tentativa de encobrimento, ou ainda, para restringir a exposição ocultando o atributo por meio do acobertamento, no entanto o contrário pode ocorrer, o indivíduo “pode vir a sentir que deveria estar acima do encobrimento, que se aceita e se respeita, não haverá necessidade de esconder o seu defeito” (GOFFMAN, 1891, p. 30; 88).

O indivíduo estigmatizado pode concomitantemente entender que não é diferente de qualquer outra pessoa e que é marginalizado, pois pesam sobre ele estereótipos sustentados pelas demais pessoas e aprendidos por si mesmo. Por isso, “é possível que ele se esforce para descobrir uma doutrina que forneça um sentido consistente à sua situação”, por vezes, através da elaboração de um código, auxiliado por profissionais especializados na questão (GOFFMAN, 1891, p. 93). A figura do Micro Empreendedor Individual, inexistente antes de 2008, foi retirada da legislação e tem sido utilizada como mecanismo para conferir um novo sentido à atividade dos integrantes da ASSOVAMB, acionada como modo legítimo de alteração no modo como se apresentam, anteriormente como camelôs e vendedores ambulantes, e hoje Micro Empreendedores Individuais, como será melhor analisado no próximo capítulo.

3.4.1 O camelô e o vendedor ambulante: Trabalhar para sobreviver

Anteriormente a década de 1970, conforme abordado no capítulo 1, houve um consenso sobre a que se refere a informalidade, em que pese ainda ser fonte de controvérsias. Ocorre que o termo informalidade foi utilizado no meio acadêmico e pelos órgãos oficiais do governo com diversos sentidos, designando aqueles que não passaram por processo de registros oficiais, para se referir aqueles que não estavam empregados, ou ainda, aqueles que

“tem por objetivo propiciar renda para sua subsistência”, sempre com uma percepção de marginalização com relação a um processo considerado padrão, o que foi fundamento para a construção de tipos identitários estigmatizados (CASTRO, 2003, p. 43).

Durante uma reunião com os líderes da Associação e com o advogado contratado para acompanhar o processo de licitação do espaço, uma frase se destacou entre as demais: “temos que perder o ranço de camelô”. Os integrantes entrevistados da ASSOVAMB, por diversas vezes, se remetam ao tipo identitário do camelô e do vendedor ambulante como sobreviventes, ou como uma ocupação desprestigiada socialmente, como um dos entrevistados disse: “Um trabalhador da vida” (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).Quando outro entrevistado foi questionado sobre o camelô e qual imagem esta palavra lhe remetia, Abreu (42 anos) respondeu: “Sobrevivência”. Quando perguntado sobre o vendedor ambulante foi dada a mesma resposta, sendo que a diferença reside na fixação ou não no espaço, como se nota: “A diferença é que o camelô está estabelecido. Embora, seja bastante parecido, o vendedor ambulante ele não se estabelece. Essa é a pequena diferença. Talvez, essa palavra ‘sobrevivência’ sirva para as duas.” (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Um dos entrevistados aponta que: “Camelô é isso aqui, é o torero, é o ambulante que fica no sinal debaixo do sol, para ganhar o pão de cada dia, esse cara é sofrido” (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). O trabalho na rua é associado à “sofrimento, ao desgaste, à desvalorização do trabalho, à discriminação quanto à seriedade das atividades desenvolvidas, ao cansaço tanto físico quanto psicológico, à humilhação, à dificuldade no que diz respeito à higiene e ao uso de banheiros”, sem acesso a segurança contra a violência humana ou da natureza (ZAMBELLI, 2006, p. 133).

A relação feita pelos entrevistados entre o trabalho na rua e a sobrevivência é considerada por eles como caráter degradante da pessoa, porque é pensado no sentido de trabalho imposto pela falta de opção, o que entendem que não ocorre diante da nova configuração da Associação, como se pode observar: “Hoje não, as pessoas que estão ali na feira, não estão ali por falta de opção. Elas estão ali porque escolheram aquelas atividades e elas acham que dá para tirar o seu sustento dali, daquela atividade e talvez porque gostam daquilo que estão fazendo”, porquanto existem “pessoas ali que são advogadas, que são administradoras de empresa, mas que escolheram trabalhar ali e isso é de cada um” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

O poder público tem grande influência para a estigmatização destas ocupações aos reputá-las transgressoras de normas. Nas palavras de um dos entrevistados: “a visão do poder

público é de marginalização, eles não aceitam essas atividades. Existe uma fiscalização pesada em cima". Segundo João (30 anos), a marginalização de um trabalhador vai de encontro à própria intenção deste de "sustentar a sua família", visto que "se esse cara fosse um marginal ele não estaria fazendo isso", "ele estaria fazendo outras atividades. Ilícitas. Isso até a legislação de certa forma teria que rever. Porque você não pode marginalizar um cara desses. Você pega um cara desses, ele é um pai de família" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O tipo identitário camelô não é visto com agrado, segundo uma das entrevistadas os integrantes do camelódromo são "comerciantes de pequeno porte", na medida em que entende que a palavra camelô "deprecia a imagem das pessoas", pois não leva em consideração o valor das pessoas: "Eu acho que os valores das pessoas são muito distorcidos. Até mesmo para a gente que trabalha na feira, como se a gente tivesse uma atividade ilícita, uma coisa que não merece ser valorizado" (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). Camelô e vendedor ambulante são ocupações conjugadas à falta de visão comercial e à mentalidade fechada para a necessidade de organização e investimento estrutural: "tem pessoas ali que têm a mentalidade bem aberta e outras não, vamos dizer que a mentalidade é de vendedor ambulante. Não criticando o vendedor ambulante, que é um trabalho digno, mas, eles têm aquela questão de não ter essa estrutura, que a gente tem" (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

De acordo com uma das entrevistadas, quando perguntam a ela o endereço no qual ela trabalha, ela remete ao CEABE: "Eu falo as barracas do CEABE mesmo. Eu não falo camelódromo não. Eu acho um nome tão feio", e quando questionada sobre os motivos, disse que: "o camelô é tratado pior do que ladrão" e "acho um nome feio. Camelô... O pessoal me pergunta: onde você trabalha? E eu falo: lá nas bancas do CEABE. E aí quando eles entendem, eles falam que é lá no camelódromo" (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015). Talarico (59 anos) conta que começou trabalhando nas ruas de Betim juntamente com sua esposa, mas "ela achou que é humilhação demais, e aí eu falei: fica em casa." O "camelô é esse cara que vende e esconde do fiscal na rua" e que "não tem expectativa de mudar, de crescer" (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

A rua que vai dar esse caráter de insegurança e falta de credibilidade à ocupação, como se nota:

> A gente tem um lugar fixo para trabalhar, para a gente ser responsabilizado por aquilo que a gente está vendendo. Há uma credibilidade para a pessoa. Você não está em qualquer lugar, você está em um box ali, você tem uma loja. Você está ali todos os dias. Você pode trocar um produto, ele [consumidor] pode te procurar. Ele não vai me achar na rua, onde ele vai me vender uma coisa na rua hoje, amanhã eu vendo produto estragado para ele, ele não tem onde me procurar. Que credibilidade eu teria se não tivesse ali, num ponto fixo, que garantia eu poderia dar para o meu cliente e tem o fato de ter ficado até mais assim, tá mais organizado, você não tira mais os produtos, os produtos ficam mais expostos, é uma loja pequena, mas é uma loja. A pessoa tem o conforto de não chover em cima dela, que foi feito toda aquela estrutura. A pessoa não tem que ir comprando, tem que ter um certo conforto também... eu acho, que tudo isso, fez com que a gente tivesse uma credibilidade maior (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

À época em que estavam espalhados pelas ruas, reunidos na praça Maria Turíbia ou no início do camelódromo, houve marginalização da ocupação dos integrantes da ASSOVAMB pelo poder público, justificado, de acordo com João (30 anos), pela desorganização: “Eu acho que naquela época tinham uma visão bem mais marginalizada, até mesmo em razão de ser tão desorganizado” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). Entretanto, as transformações empreendidas pela ASSOVAMB no camelódromo, em um trabalho de corrigir os atributos depreciativos tais como o espaço, o produto e a formalidade da atividade, que recaem sobre o tipo identitário do camelô e do vendedor ambulante, não foram suficientes para alterar o modo como são vistos, pois o local ainda é chamado por alguns de camelô ou camelódromo. Sobre isso, se alegou que o modo como são tratados diverge de pessoa para pessoa: “Eu acho que hoje é normal, têm pessoas que te olham como se estivesse em outro estabelecimento e têm pessoas, tipo assim, que acha que é um cachorro que está ali e podem te tratar de qualquer jeito, porque você está no camelô. E eu acho que não é assim, mas tem gente que acha” (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

O espaço do camelódromo, ou por alguns entrevistados chamado de camelô, é considerado “um local mais simples, com produtos mais simples, coisas mais baratinhas, com pouca qualidade” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015). Os camelôs e vendedores ambulantes “ficam em qualquer lugar, em qualquer hora, eles não estão coordenados. São camelôs de rua mesmo, ficam em qualquer lugar, por um tempo”(ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015), ou seja, a atividade é associada a atributos de cunho transitório e passageiro, considerados negativos. Como estes sujeitos ocupam atividades laborais estigmatizadas, e no intuito de corrigir tal perspectiva sobre esses trabalhadores, utilizaram-se da Associação, e tem publicizado através de seus líderes uma nova interpretação, para tanto, se apropriaram da

Lei do MEI para esta tarefa, almejando flexibilizar a incidência e consequências do estigma.

Um dos líderes afirma que houve grandes transformações: “eu vejo hoje, é que a maior parte, eu diria que algo em torno de 80% são micro empreendedores, pessoas que visualizam um futuro. Pessoas que no começo estavam ali para sobreviver”. Afirma que mantém uma relação de formalidade com o Estado, pois “sabe das suas obrigações para com o município e para com o Estado”, e que mudou o modo como vê seu trabalho, tendo uma visão empreendedora para além da sobrevivência, o que foi alcançado em “um processo gradativo, com vários aprendizados”, no qual os membros do grupo abandonaram sua ocupação anterior, para “serem microempresários e não serem simplesmente vendedores ambulantes” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Foi realizado inclusive um investimento na exposição e na qualidade dos produtos, visando um maior reconhecimento: “Porque o pessoal começou a entender que quem consome nesse espaço não é só a classe C, e o reconhecimento maior para não ser tão marginalizado. Antigamente camelô, não sei o que, só tem coisa ruim, não sei o que... não presta. Hoje isso acabou” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Abreu (42 anos) e Talarico (59 anos) já trabalharam nas ruas como camelôs. Eles chamam a atenção para os aspectos positivos da atividade, aduzem que os vendedores ambulantes e os camelôs sofrem pela falta de oportunidade, “porque não há um local para todo mundo”, contudo chama a atenção para o grande número de trabalhadores nesta ocupação no Brasil, sendo considerada por eles “uma cultura” e que por isso estes trabalhadores não podem ser “vistos como uma pessoa que faz mal para a sociedade. Eles têm um papel na sociedade”. Entretanto, por mais que dêem ênfase aos aspectos positivos do tipo identitário camelô e do vendedor ambulante, salientam os benefícios da transição para a legalidade, pois segundo eles é importante: “deixar de ser uma pessoa que tem uma atividade insegura” e sem credibilidade, uma vez que “aqui, as pessoas que são os meus clientes, vão ver e vão dar credibilidade ao local, porque sabem que eu vou estar ali, então é o ponto de partida (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015), os clientes “não precisam ficar com medo. Porque a minha firma existe” (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

Em decorrência do que foi abordado neste terceiro capítulo, podemos observar que os tipos identitários ocupacionais são construções sociais, elevadas a representações sociais após serem consolidadas no diálogo entre gerações. No esquema de tipificações que contém o mundo do trabalho são utilizados mecanismos de classificação e denominação, assim,

ocupações são classificadas por processos de comparação das similitudes e das diferenciações, sendo posteriormente denominadas. Tipos identitários como camelôs, vendedores ambulantes, lojistas, comerciantes, empresários e Micro Empreendedores Individuais foram denominados assim após serem extraídos seus atributos na fase de classificação.

No entanto, quando incorporados pelo processo de ancoragem, estes tipos identitários passam a ser negociados em cada interação social, visto que um diálogo contém pelo menos dois esquemas de tipificação em negociação. Os tipos identitários mencionados são flexibilizados durante a comunicação, demonstrando seu potencial de intercambialidade. Assim, ‘camelô’ pode significar tanto o espaço como uma ocupação, e ‘lojista’ pode ser similar a ‘comerciante’, e o ‘Micro Empreendedor Individual’ pode ser o resultado ainda em consolidação de diversos tipos identitários.

O estigma recai sobre tipos identitários que, no processo de classificação e denominação, incorreu em atributos que destoam daquilo que se considera como padrão, sendo consideradas ocupações depreciativas e sem prestígio social. O camelô e o vendedor ambulante são ocupações consideradas pelos entrevistados estigmatizadas, por conterem elementos como informalidade, produto de má qualidade e ausência de infraestrutura. O empresário, o lojista e o comerciante são tipos identitários de prestígio entre os entrevistados, já que estes buscam corrigir os resquícios de suas ocupações anteriores para ingressarem plenamente nestas ocupações. Percebe-se que o MEI é um tipo identitário construído para realizar esta transição.

As associações ocupacionais têm a importante missão de dialogar nos espaços públicos, visando flexibilizar tipos identitários considerados estigmatizados e promover uma identidade ocupacional positiva para seus membros, trabalho que tem sido realizado pela ASSOVAMB.

4 IDENTIDADE OCUPACIONAL

A identidade corresponde à expressão subjetiva daquilo que é vivenciado como Eu, e o trabalho é fator essencial nesta constituição, consubstanciando mesmo “atributo definitório do eu”, considerado predicado universal por excelência para definir o ser humano, o que demonstra sua importância no processo identitário (JACQUES, 2002, p. 162).

O mundo do trabalho e as práticas de troca de bens e serviços é espaço institucionalizado propício para o estabelecimento e apropriação de tipos identitários. A especialização promovida pela intensificação da divisão social do trabalho é critério para o agrupamento por similitude dos trabalhadores sob nomes coletivos ocupacionais (DUBAR, 2005, p. 103).

A ocupação, dentre as muitas definições conferidas ao termo, corresponde aqui a “atividade laboral desenvolvida por um indivíduo”, o lugar deste na “divisão social e técnica do trabalho” por meio de uma classificação dos sujeitos em categorias ocupacionais e hierarquias de tipos identitários, esquema utilizado para que pessoas sejam organizadas e reconhecidas, proporcionando coesão social (FRANZOI, 2009), temática já abordada no capítulo 3.

Nesta dissertação se considera que ocupação e profissão têm amplitudes de análises distintas, na medida em que se considera, de um lado, ocupação enquanto termo amplo a ponto de abarcar toda e qualquer atividade laboral, e, noutro lado, profissão enquanto ocupação reservada à pessoas que portem uma licença e um mandato para exercê-la, ou seja, uma autorização e uma obrigação legal de desempenhar uma função específica (DUBAR, 2005, p. 178). Neste sentido, entende-se que camelô, vendedor ambulante, comerciante, lojista, empresário e Micro Empreendedor Individual são ocupações, e assim, tipos identitários originados nas relações de trabalho e identificados por meio de atributos ou elementos.

No entanto, diante dos poucos trabalhos referentes à identidade ocupacional, esta dissertação recorre à sociologia da profissão, naquilo que é compatível, tal como o processo associativo de construção de identidades prestigiadas, uma vez que a profissão tem maior número de estudos, o que é compreensível, já que há um trabalho das instituições representativas destes grupos em promover identidade no trabalho positiva para seus integrantes, pois uma profissão é uma ocupação que conseguiu reconhecimento social, através de intensa argumentação social, bem como, reserva de mercado sobre determinada atividade dentro da divisão social do trabalho (DUBAR, 2005, p. 178).

4.1 Identidade

A identidade consta no processo resultante de uma construção social, pessoal e da interação entre o social e o pessoal, ou seja, é simultaneamente uma proposta social e uma reivindicação pessoal, em uma costura entre aquilo que é atribuído socialmente e o que é assumido pessoalmente, na articulação entre o que é herdado do passado e os projetos de futuro, sendo utilizadas as agulhas do tempo e do espaço (FOLLMANN, 2001, p. 59).

"A identidade nada mais é que o resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, conjuntamente, constroem os indivíduos e definem as instituições". A identidade comporta uma dualidade em sua definição, em que a identidade para si e a identidade para o Outro são dimensões que embora inseparáveis estão vinculadas de maneira problemática, já que a identidade para si tem por referência o Outro e o seu reconhecimento, contudo, a relação com o Outro depende da comunicação, que nunca traduz de forma plena o que de fato se pensa, assim, fica obstacularizada a identidade atribuída pelo Outro, o que macula este processo por incertezas (DUBAR, 2005, p. 136).

"A identidade nunca é dada, ela é sempre construída e deverá ser (re)construída em uma incerteza maior ou menor ou mais ou menos duradoura" (DUBAR, 2005, p. 135). A ansiedade é o sentimento que se instala quando não conseguimos realizar esta costura para responder de forma coerente as perguntas: 'Quem sou? Qual o meu lugar?' Por isso, a socialização é processo que não é estático, pois nunca é plena e não tem prazo para terminar, já que a reflexividade do Eu é contínua (GIDDENS, 2002, p. 75).

A construção da identidade é um processo dinâmico e complexo, pois "cada um é identificado por outrem, mas pode recusar essa identificação e se definir de outra forma", utilizando-se de categorias disponíveis socialmente e consideradas mais ou menos legítimas. Esta divergência se dá por meio dos atos de atribuição, ou seja, identidade para o Outro, e atos de pertencimento, isto é, identidade para si, que não tem correspondência obrigatória. Como consta de procedimentos heterogêneos, há a necessidade de se realizar transações identitárias, entre o que as instituições e agentes dizem que você é e a história que cada um se conta sobre quem são, na medida em que é na interação que o indivíduo é levado a endossar ou recusar a identificação atribuída (DUBAR, 2005, p. 138).

O Outro pode me atribuir a identidade ocupacional do camelô, no entanto, posso me reconhecer empresário, e em uma transação identitária construir um novo tipo identitário que harmonize essa interação, como se verá adiante no caso dos integrantes entrevistados da

ASSOVAMB. A identidade pode ser definida de forma objetiva como a localização de uma pessoa no mundo e a identidade ocupacional, especificamente, como o lugar de uma pessoa no mundo do trabalho. Ocorre que, em nossa sociedade capitalista, esta localização define posições, *status* e prestígio, referência para as relações sociais em geral. Ela é apropriada subjetivamente na sua relação com este mundo, o que "implica uma dialética entre a identificação pelos outros e a auto-identificação, entre identidade objetivamente atribuída e a identidade subjetivamente apropriada" (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 177-178).

Neste processo de busca de coerência e de integração do Eu evoca-se um idéia de singularidade, para tanto, é aspecto fundamental o estabelecimento da diferença, porquanto na reflexão acerca de 'quem sou' aponto 'quem não sou', momento em que se coloca em marcha processos de identificação e de diferenciação. Na construção da identidade é acessado este conjunto de traços produzidos na interação em que os sujeitos se diferenciam e são considerados diferentes uns dos outros, bem como, se assemelham e são considerados semelhantes uns dos outros (FOLLMANN, 2001, p. 59).

A "identidade de uma pessoa não é feita à sua revelia, no entanto, não podemos prescindir dos outros para forjar nossa própria identidade" (DUBAR, 2005, p. 143). Afirma-se quem se é diante de outras pessoas, e elas são levadas em consideração neste processo reflexivo, em uma identidade que se constrói também pela oposição. "Quando uma pessoa ou um grupo se afirma como tais, o fazem como meio de diferenciação em relação à alguma pessoa ou grupo com que se defrontam", a identidade não se constrói isoladamente, mas pela negativa e afirmação do que se vizualiza, em uma noção de "identidade contrastiva" (OLIVEIRA, 2003, p. 120).

A identidade pode ser analisada enquanto um processo de síntese importante para a coerência e segurança do Eu, desta forma, a singularidade convive com a pluralidade, sendo a identidade a articulação de uma singularidade em um entorno de pluralidades, e pode ser entendida como "constante costura" que se faz no seio da interação (FOLLMANN, 2001, p. 46/52-53). A identidade não consta na soma das identificações, mas no resultado da articulação de 'quem é' diante da pluralidade em um processo em constante atualização. Deste modo, "a identidade social surge como a atualização do processo social de identificação e que envolve a noção de grupo, particularmente a de grupo social. Porém, a identidade social não se descarta da identidade pessoal, pois esta também, de algum modo, é reflexo daquela" (OLIVEIRA, 2003, p. 119).

O projeto reflexivo do Eu é frágil diante da avalanche de identificações e estilos de vida postos como alternativas, por isto manter uma identidade coerente pode ser

verdadeiramente um peso, na medida em que há necessidade de ser constantemente reordenada frente a experiências cambiantes e fragmentadoras apresentadas. Diante disto, a autenticidade é perseguida, uma pessoa autêntica é "aquela que conhece a si mesma e é capaz de revelar esse conhecimento à outra, discursivamente e na esfera do comportamento". Modificações na forma de apresentação do Eu, a depender do contexto, só demonstra o caráter cosmopolita e o alto poder de adaptação das pessoas, que usa da diversidade com o fim de criar uma auto-identidade positivamente eclética em uma narrativa integrada, possibilitando que se sinta a vontade nos mais diversos ambientes (GIDDENS, 2002, p. 173-176).[4]

Nesta "costura", para garantir uma coerência e estabilidade identitária deve se equilibrar a identidade atribuída e a identidade aceita ou recusada, com isto o indivíduo se apropria de estratégias identitárias com o fim de reduzir a possível distância entre as duas, que pode conformar transações externas (considerada objetiva), realizadas entre o indivíduo e os outros significativos na intenção de acomodar a identidade para si à identidade para o outro, ou ainda, transações internas (considerada subjetiva), em que o indivíduo tenta salvaguardar as identificações anteriores e a identidade visada, qual seja, aquela desejada para si como uma nova identidade no futuro, assimilando a identidade para o outro à identidade para si (DUBAR, 2005, p. 140).

Levando em consideração a complexidade das relações e compreendendo que a identidade é formada por processos sociais, se admite a possibilidade de ser mantida, modificada ou remodelada, tanto para sua formação como para sua conservação. Como é fenômeno derivado da dialética entre o indivíduo e a sociedade, pois quando o homem trabalha a realidade ele acaba por trabalhar a si mesmo, este trabalho é realizado em um processo comunicativo interacional complexo, que vai além de um mero processo de atribuição de identidades pré-constituídas. O processo de categorização de que se apropriam os indivíduos comporta uma negociação identitária entre demandantes de identidade, com abertura para receber um amplo leque de opções, e fornecedores de identidade, incertos quanto qual identidade propor, com possibilidade reais de inovar os tipos identitários existentes (DUBAR, 2005, p. 141). A figura do Micro Empreendedor Individual é claramente uma inovação nos tipos identitários, pois é certo que esta figura não existia antes da Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que não foi elaborada com o intuito de criar uma nova categoria ocupacional, mas tão somente regular a arrecadação fiscal de

[4]Interessante frisar que Roberto Cardoso Oliveira e Anthony Giddens escrevem sobre identidade em contextos distintos. Oliveira aborda a identidade de grupos étnicos enquanto Giddens analisa a identidade na modernidade.

empresários com atividades de pequena escala.

Sabendo que a identidade é elemento essencial para a interação na vida cotidiana, a conservação da "confiança de que é na verdade a pessoa que pensa que é" exige confirmação implícita desta identidade nos contatos e nas conversas diárias (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 200/228/230), e por isso é compreensível a necessidade de convivência grupal para a produção, consolidação e manutenção de um tipo identitário. A ASSOVAMB tem relevância também neste aspecto, na medida em que confirma o tipo identitário adotado internamente pelo grupo e o justifica nas relações externas que empreende.

4.1.1 A Identidade construída no mundo do trabalho

Em que pese o mundo do trabalho ser voltado para a expansão econômica e que a definição do estilo de vida no trabalho não esteja de forma plena sob o controle do indivíduo, quando comparado com esferas fora do trabalho, este tem grande relevância para a definição do estilo de vida almejado, uma vez que é condicionante para o acesso a oportunidades e a uma variedade maior de alternativas disponíveis. E ainda, a própria escolha da especialidade dentro da divisão social do trabalho e do ambiente de trabalho em que irá exercê-lo, é essencial para a orientação do estilo de vida que se quer levar (GIDDENS, 2002, p. 80).

As ocupações dão sentido à existência individual, além de organizarem coletivos. "Quer sejam chamadas de "ofícios", "vocações" ou "profissões", essas atividades não se reduzem à troca econômica de um gasto de energia por um salário, mas possuem uma dimensão simbólica em termos de realização de si e de reconhecimento social". Ao ser atribuído um nome coletivo a um conjunto de atividades ou a uma rotina, este passa a ser fonte de identificação acessada pelos indivíduos e, simultaneamente, promove e serve de referência para atos de atribuição e atos de pertencimento, pois que as pessoas compreendem e compartilham do conjunto de significados que conformam aquela representação social manifesta no nome coletivo (DUBAR, 2012, p. 354)

O trabalho é elemento representativo da condição humana, sendo expressão do exercício de tarefas coletivas, e é considerado conjunto indicado como responsável pela produção de características próprias do *homo sapiens*, tal como o pensamento e a linguagem. Na sociedade capitalista ocidental é compreendido como fator explicativo do processo de desenvolvimento humano, fator da maior relevância para indicar qual a posição de um indivíduo na sociedade e, portanto, elemento de interiorização no processo de socialização (JACQUES, 2002, p. 163).

A palavra trabalho tem origem no latim vulgar *tripalium*, que designa um instrumento de tortura, o que demonstra a consideração do trabalho como obrigação, subordinação e fonte de grandes sofrimentos. A manutenção de um sistema escravagista por tantos anos expressa esse sistema identificatório negativo do trabalho, pois eram os escravos que trabalhavam manualmente, identificados como mercadoria, portanto, o trabalho era elemento importante para a identificação depreciativa de um grupo de pessoas, assim sendo, não era considerado "o trabalho que desenvolvem ou o emprego que ocupam como uma boa definição de si mesmos", e assim, o exercício ou não da atividade manual incidia diretamente na identidade destes (DUBAR, 2012, p. 354).

O mundo do trabalho tem incidência na realidade subjetiva das pessoas, os sujeitos vivenciam e dão sentido às suas experiências através das ações que promovem, sendo que esta experiência tem forte influência histórica, conferida à atividade dentro da divisão social do trabalho em cada contexto espaço-temporal. Cada sujeito "é a síntese vertical de uma história social, mas não se trata simplesmente de refletir o social, cada sujeito se apropria do social" e por meio de um "processo de mediação, o filtra e retraduz compondo, desta forma, o conjunto de significantes que vai estruturar sua subjetividade" (NARDI, TITTONI, BERNARDES, 2002, p. 302-303).

Como a socialização secundária se dá posteriormente à primeira socialização, a ela não se pressupõe um alto grau de vinculação na medida em que seu conteúdo não tem por característica a inevitabilidade, devido a tais circunstâncias que as associações ocupacionais se mostram tão importantes, pois que se impõem a missão de criar técnicas especiais para produzir a identificação e inevitabilidade necessárias para consolidar vínculos, e alcança tais objetivos ao intensificar a carga afetiva do processo de socialização, conservando os laços com a especialidade escolhida na divisão social do trabalho (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 192).

A socialização ocupacional, desde atividades prestigiadas àquelas desprezadas, está inserida em uma realidade objetiva marcada pela divisão social do trabalho, sendo que todas elas implicam em relações de trabalho em parceria com patrões, colegas, clientes e/ou público durante o percurso da vida, é marcada por imprevistos, continuidades, rupturas, sucessos e fracassos, portanto, tal socialização abrange o processo geral do cotidiano, conectado diretamente aos projetos de vida e ao processo constante de construção de si mesmo. A passagem pela socialização secundária, especificamente na interação no mundo do trabalho, conforma a incorporação de saberes específicos, que pode ser chamados de saberes ocupacionais ou profissionais, correspondente a conceitos, vocabulários e técnicas de

execução da atividade, e simultaneamente, a apreensão de um universo simbólico que direciona para uma visão particular do mundo social e de como se percebe a vida cotidiana (DUBAR, 2005, p. 358/122).

O mundo do trabalho é *locus* privilegiado para a mediação entre o mundo objetivo preexistente e o subjetivo, entre o sistema temporalmente criado de atividades compreendidas como necessárias à continuidade das relações humanas e a individualidade, através de um processo de síntese da articulação de ambos, e isto ocorre não só devido ao número de horas diárias que são dedicadas ao trabalho, mas principalmente pela importância dada ao trabalho nas relações sociais, visto que a inserção no mercado de trabalho é compreendida como uma consequência da vida adulta adaptada e normal. Acrescenta-se a isso o fato de que o espaço de trabalho que se está inserido vai determinar o valor atribuído pelo coletivo, por um critério de mérito produtivo, incidindo na aquisição de diferentes atributos qualificativos na identidade do trabalhador (JACQUES, 2002, p. 163).

A atribuição diferenciada de qualificativos é o motivo pelo qual o empresário e o camelô, mesmo vendendo o mesmo produto, serem tratados diferentemente, pois participam de espaços de trabalho que recebem cargas valorativas divergentes. As associações que são constituídas no mundo do trabalho têm relevância ímpar para a promoção de identidades positivas, conferindo, em um árduo trabalho de justificação e legitimação social, prestígio aos seus integrantes, e a realização de atividades reconhecidamente prestigiadas incide de forma favorável na identidade daqueles que as exercem (DUBAR, 2012, p. 353).

A identidade ocupacional é fruto da articulação entre a realidade objetiva e realidade subjetiva que se dá no processo de socialização, especificamente na socialização secundária, quando o sujeito interioriza as normas de comportamento de um novo setor do mundo objetivo, qual seja, o mundo do trabalho. Os campos da subjetividade no trabalho são construídos nas dicotomias indivíduo e coletivo, subjetivo e objetivo, interior e exterior, o que implica pensar na experiência do trabalho como conformador de modos de agir, pensar e sentir ao trabalhar, que são diretamente afetados pelos contornos econômicos, políticos e jurídicos envolvidos, conectando valores, necessidades e projetos (NARDI, TITTONI, BERNARDES, 2002, p. 304).

O trabalho acaba por criar laços de identificação entre aqueles que promovem a execução de atividades similares e convivem em lugares específicos, o que configura modos de ser e conformam estilos de vida, que qualificam seus integrantes como iguais, pares, expressos em comportamentos similares, modos de se vestir, maneiras de falar, entre outros, e a incorporação deste conjunto de atributos pelo Eu contribui para a formação da identidade

ocupacional pessoal (JACQUES, 2002, p. 163).

A alteração ou transformação no modo como a pessoa se identifica e é identificada socialmente é possível através de choques biográficos, rupturas ou distanciamentos com os elementos caracterizadores do tipo identitário antes situado, o que é provável que ocorra diante de um mercado de trabalho volátil e pela ampla possibilidade de mobilidade ocupacional. Essa transformação identitária ocorre devido "às pressões exercidas sobre os indivíduos para modificar suas identidades e torná-los compatíveis com as mudanças em curso", o que exige uma socialização secundária eficaz (DUBAR, 2005, p. 125). Como será observado adiante, os integrantes entrevistados da ASSOVAMB passaram por um processo de transformação identitária, de camelô e vendedor ambulante para Micro Empreendedores Individuais, incentivado principalmente pela Associação, isto se deve pelo distanciamento de elementos caracterizadores das ocupações nas quais estavam inseridos anteriormente, na medida em que elementos como espaço, produto e regularidade legal se alteraram.

O sentimento de pertencimento a um grupo provém da necessidade de se aprofundar a socialização secundária, atribuindo uma carga afetiva à esta vinculação. Enquanto processo dialético, a interiorização de "valores e normas de um grupo social, implica na participação ativa do sujeito na construção da identidade grupal e afeta o contexto histórico onde ocorre essas relações concretas", sendo que a identidade pessoal pressupõe diálogo com a identidade social. Alguns tipos identitários encontrados no mundo do trabalho, devido a particularidades da atividade ou dos trabalhadores, são associados a prestígio ou desprestígio social, promovendo a qualificação positiva ou negativa do Eu (JACQUES, 2002, p. 164). Tal perspectiva foi abordada no capítulo anterior, em que a realização de determinadas tarefas em contextos específicos, como a ocupação de camelô e vendedor ambulante, são consideradas como identidades negativas e desprestigiadas, enquanto atividades de comerciantes e empresários são consideradas positivas e prestigiadas.

As associações no mundo do trabalho têm a importante tarefa de construir uma imagem promissora de seus integrantes, "para que, enfim, todos possam construir para si uma identidade pessoal positiva em uma atividade que lhe dê prazer e que lhe permita ganhar a vida de outra maneira que não apenas pelo "suor do rosto" ou pela "punição divina"" (DUBAR, 2012, p. 366). O incentivo da ASSOVAMB para o ingresso de seus membros na Lei do MEI, e a apropriação e atribuição do termo aos sujeitos inscritos demonstra a concretização da tarefa de propiciar aos seus integrantes uma imagem positiva de suas atividades laborais.

4.2 A identidade ocupacional dos integrantes da ASSOVAMB

Os integrantes entrevistados da Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim se reconhecem de diversos modos. Joaquim (26 anos) afirma ser "Micro Empreendedor Individual, futuro empresário" (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015), bem como Venina (43 anos), que se identifica da mesma forma (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015), de igual maneira Abreu (42 anos) ao afirmar que: "microempresário ou micro empreendedor, com projeção para ser empresário. Essa é a visão, se eu chego lá eu não sei, mas esta é a visão" (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Talarico (59 anos) ressalta a sua identificação como micro empreendedor devido à atual formalidade que reveste sua atividade, na medida em que tem a atividade registrada (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015), tal como João (30 anos) que afirma ser "Micro Empreendedor Individual. Eu sou comerciante" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Embora atue em uma pequena estrutura de trabalho, uma das entrevistadas se reconhece como "microempresária", e justifica: "porque tenho a mentalidade de empresária só que com um micro negócio. Eu me colocaria como uma micro empresária" (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). Bárbara (24 anos) afirmou ser simultaneamente camelô e microempresária, como se nota: "Eu sou o camelô e eu sou o microempresário também" (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

Importante frisar que Miguel (28 anos) se identificou ocupacionalmente como lojista, na medida em que entende o Micro Empreendedor Individual como mecanismo que o ajuda a sair da informalidade, o camelô como espaço e o lojista como pessoa (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 12 maio 2015), e Terezinha (52 anos) com a figura do camelô ao dizer que: "Meu marido é que é micro empreendedor, ele que tem a coisa. Eu me identifico com o camelô mesmo", porque entende que camelô é um "grupo de vendedores" (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

O que se pode notar é que os entrevistados se reconhecem, em sua maioria, como micro empreendedores, contudo, o camelô e o empresário são ocupações marcantes em suas narrativas, demonstrando a relevância da trajetória biográfica e dos projetos de futuro. Entre atos de atribuição e atos de pertencimento, entre a realidade objetiva e a subjetiva, entre a identidade para o Outro e a identidade para si, os sujeitos realizam transações identitárias com

o intuito de articular ‘quem são’ levando em consideração o fator trabalho.

As trajetórias biográficas e a alteração nos elementos caracterizados de suas ocupações anteriores para o modo como exercem suas atividades laborais atualmente contribuem para a construção da identidade ocupacional expressada.

Diante disto, passa-se à análise teórica e empírica, primeiramente, de como a biografia de trabalho repercutiu para a escolha do tipo identitário declarado, e, em um segundo momento, de cada elemento acessado para a identificação dos tipos identitários levantados e abordados no capítulo 3.

4.2.1 A biografia de trabalho

A compreensão acerca da biografia dos integrantes selecionados da ASSOVAMB, no que tange às ocupações realizadas, é um dos objetivos desta dissertação, uma vez que a trajetória biográfica é determinante para a construção da identidade, especificamente a ocupacional. Assim, é realizada uma breve abordagem teórica, e posteriormente, são analisados comparativamente os integrantes que já trabalharam nas ruas, atuando como camelôs ou vendedores ambulantes, e aqueles que nunca tiveram esta experiência.

Foram entrevistados 9 integrantes da Associação sobre suas trajetórias ocupacionais, momento em que narraram sua própria história. Contudo, o tempo curto, isto é, momento em que os diálogos ocorrem (SPINK, MEDRADO, 2004, p. 51), é uma vivência concreta que comporta a exteriorização de um processo de articulação entre “perspectivas e visões sobre o passado, avaliações sobre o presente e projeções sobre o futuro”, em que o indivíduo constrói a si mesmo no trabalho realizado diariamente, pois são sujeitos produto e produtores de história, situação em que a temporalidade individual enreda-se com a temporalidade coletiva (DELGADO, 2003, p. 10). Assim, quando os entrevistados definem sua identidade ocupacional levam em consideração toda a trajetória biográfica, o que foram, o que são e o que pretendem ser, o que os leva a dizer que, por exemplo: foram camelôs, são Micro Empreendedores Individuais e serão empresários.

Essa relação entre o passado e o presente é chamada de encadeamento histórico, ocorre pois o comportamento tem por alicerce as ações anteriores realizadas pelos sujeitos, visto que “um novo tipo de ação jamais se origina separadamente de experiências passadas”, e na interação no mínimo se acessa o universo de objetos, significados, esquemas de classificações e sistema de interpretação que já detém, por um princípio de continuidade com os fatos já ocorridos (BLUMER, 1980, p. 136). Portanto, por mais que os elementos

caracterizadores da ocupação se alterem e hoje o indivíduo se identifique de forma diversa da anteriormente utilizada, as ocupações anteriores são da maior importância para a compreensão da atual situação, até mesmo para que se compreenda as diferenças existentes e como ocorreu o processo de transição.

A memória não se restringe ao ato de recordar, para além disto, fornece significado ao cotidiano e confere raízes e lastros.A narrativa de sua própria história é um importante momento para o fortalecimento dos fundamentos sobre as quais se edifica a identidade, deste modo se tem a "memória como suporte construtor de identidade e solidificador das consciências" (DELGADO, 2003, p. 16). Na narrativa da trajetória biográfica os entrevistados selecionam e articulam as ocupações anteriores, a atual e a futura, logo, olham para o passado com a visão que têm hoje sobre suas ocupações e projetos de trabalho, isto porque "a memória é seletiva. Nem tudo fica gravado. Nem tudo fica registrado". O processo de construção da memória está diretamente relacionado à construção da identidade, já que importa na atribuição de sentido a imagem que constrói "de si, para si e para os outros" (POLLAK, 1992, p. 4-5).

A questão da continuidade biográfica e a capacidade de comunicá-la às demais pessoas proporciona a sensação de estabilidade a auto identidade. A identidade não se restringe a um comportamento ou na simples reação aos demais, mas na capacidade de manter uma narrativa particular sobre si (GIDDENS, 2002, p. 55-56). A construção da identidade é um processo relacional composto por três elementos, são eles: 1) a unidade física consigo mesmo e com um grupo de pertencimento; 2) continuidade no tempo, ou seja, há uma trajetória biográfica; e por fim, 3) o sentimento de coerência diante da pluralidade de identificações, portanto, "a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si". Uma vez que o Outro importa na constituição de quem Eu sou, critérios como aceitabilidade, admissibilidade, credibilidade se mostram relevantes nas transações identitárias (POLLAK, 1992, p. 5).

O processo biográfico ocupacional é de especial relevância para a construção da identidade, pois que as "confrontações com o mercado de trabalho constituem atualmente um momento essencial da construção de uma identidade autônoma". A escolha de uma especialidade dentro da divisão social do trabalho é ato significativo para o ingresso em um tipo identitário, referência para atos de atribuição e atos de pertencimento. A ocupação exercida dentro do mercado de trabalho é fonte de identificação de competências, *status* e de

uma carreira, e a primeira confrontação ocupacional se mostra determinante para a construção de uma identidade para além do trabalho, como projeção de si no futuro (DUBAR, 2005, p. 148-149).

Contudo, a primeira identidade ocupacional, mesmo que seja reconhecida positivamente socialmente, tem grandes probabilidades de não ser definitiva. O mercado de trabalho sofre as mais diversas transformações, seja pela tecnologia, pelo modo de organização, pela atuação da administração pública ou pela gestão dos negócios, e assim, "está destinada a ajustes e conversões sucessivas" (DUBAR, 2005, p. 148-149). Desta forma, passa-se a análise das trajetórias biográficas dos integrantes entrevistados da ASSOVAMB, atentando-se para as transformações ocorridas neste percurso.

Joaquim (26 anos); Abreu (42 anos); Terezinha (52 anos), Talarico (59 anos) já exerceram suas atividades laborais nas ruas, o que corresponde a uma parte de suas trajetórias biográficas, incidindo diretamente no modo como articulam suas atuais identidades ocupacionais.

Joaquim tem 26 anos, é formado no curso de graduação em Administração pela PUC Minas, entende que isto pouco contribuiu para a organização do seu próprio negócio, pois, na sua perspectiva, não se mostra necessário. Iniciou sua ocupação como camelô quando tinha 12 anos de idade, ao trabalhar juntamente com seus pais e irmão no espaço em frente ao CEABE, sendo que nessa época trabalhava apenas alguns dias da semana. Aos 16 anos passou a trabalhar todos os dias, situação em que o irmão conseguiu um trabalho empregatício. Na entrevista com Joaquim, quando perguntado sobre qual ocupação atualmente exerce, ele respondeu como sendo a atividade de comerciante, sendo que os elementos que alteraram o modo como reconhece sua atividade constam na estrutura disponível hoje para trabalhar e na melhoria na qualidade dos produtos ofertados, o diferenciando das atividades laborais realizadas por camelôs e vendedores ambulantes. Frente aos recursos visuais disse que se identifica com os vendedores do camelódromo (APÊNDICE C, foto 10), e que em épocas anteriores estava mais para a estrutura de feira, devido à possibilidade de desmontar as barracas. Quando disponibilizado para ele um rol de tipos identitários em que continha a figura do comerciante, e mesmo entendendo a figura do Micro Empreendedor Individual como regime de tramitação, esta foi a sua identificação ocupacional, por entender que é mais fácil, com planos de se tornar um futuro empresário ao uma loja maior (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 4 maio 2015).

Abreu tem 42 anos, tem ensino médio completo e já teve várias ocupações, dentre elas motorista, vigilante, taxista, além do comércio. Quando perguntado sobre qual a sua

ocupação, ele alegou que tem feito diversos trabalhos, como motorista em finais de semana, vigilante do próprio camelódromo a noite, e comerciante, na medida em que mantém juntamente com seus dois irmãos uma banca aonde vende CD's e DVD's. Começou suas atividades como camelô no espaço em frente ao CEABE, local onde fixou uma barraca para trabalhar, vendendo fitas K-7 e artesanato. Diante das fotos se identificou com os vendedores do camelódromo (APÊNDICE C, foto 10), embora recorde que foi por muito tempo um camelô, mas que conseguiu fazer a transição para o micro empreendedor. Quando listado um rol de tipos identitários, Abreu alegou ser microempresário ou micro empreendedor, com projeção para ser empresário, uma vez que entende a figura do micro empreendedor como meio termo entre camelô e microempresário. O principal elemento para compreender a diferença para com a figura do camelô consta na legalidade existente no micro empreendedor, e com relação ao microempresário é a maior estrutura deste (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Terezinha tem 52 anos de idade e concluiu a 6ª série do ensino fundamental, proveniente da cidade de Visconde do Rio Branco, em Minas Gerais. Trabalhou com seu marido como vendedora nas ruas de Betim, bem como na praça Maria Turíbia, e juntamente com os demais vendedores foi transferida para o camelódromo construído em frente ao CEABE, e de forma esporádica, trabalhou como faxineira em hospitais. Atualmente continua a trabalhar com o marido e os filhos, e durante todos esses anos sua principal tarefa foi viajar para realizar as compras necessárias para a banca. Quando inquirida sobre qual a sua ocupação disse ser vendedora. Diante das fotos se identificou com os integrantes do camelódromo (APÊNDICE C, foto 10), pela similitude da estrutura das bancas. Diante do rol de ocupações disse ser camelô: "Meu marido é que é micro empreendedor, ele que tem a coisa. Eu me identifico com o camelô mesmo", porque ela entende camelô como um "grupo de vendedores" e Micro Empreendedor Individual o marido, pois é ele que realiza todas os trâmites legais, como se nota: "o meu marido, né? Tenho que pagar Receita, né? Prestar contas à Receita". Alegou que os projetos futuros constam na continuidade desta mesma atividade e ressalta: "eu vou ter que mexer, com todos os meus filhos, até eu morrer" (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

Talarico tem 59 anos, é natural do estado de Pernambuco, e estudou até a 7ª série do ensino fundamental. Na sua cidade natal, Vitório do Santo Antônio, trabalhou como vendedor em feiras, situação na qual foi alvejado por tiros durante um roubo, ficando deficiente. Diante das complicações posteriores, decidiu por vir para Minas Gerais com sua esposa, que é mineira e aqui tem família. Começou a trabalhar como camelô nas ruas de Betim por volta do

ano 2000 e se associou à ACABE. Quando perguntado qual a sua ocupação ele alegou ser chaveiro, visto que este é o serviço que oferece em sua banca. No entanto, ao visualizar as fotos de diversas ocupações se identificou com os lojistas (APÊNDICE C, fotos 10 e 2) por causa da estrutura, e se diferenciou dos camelôs e vendedores ambulantes devido a inamovibilidade no espaço e legalidade de sua atual atividade. Ao se deparar com rol de tipos identitários se reconheceu como Micro Empreendedor Individual: "Hoje em dia eu sou um micro empreendedor, porque eu tenho a minha firma registrada, minha profissão, "as pessoas não precisam ficar com medo.Porque a minha firma existe". O entrevistado busca melhorar a banca dele, investindo em maquinários mais modernos para atender os carros que também ficam mais modernos, além de querer a aposentadoria (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

O que se pode notar dos entrevistados que já tiveram uma experiência nas ruas é que a figura do camelô teve e ainda tem influência notável, já que o tempo vivido e o tempo curto estão entrelaçados, recorrendo continuamente aos fatos já ocorridos e aos esquemas de significação e interpretação existentes para compreender o agora (SPINK, MEDRADO, 2004; BLUMER, 1980). Entendem a figura do Micro Empreendedor Individual como transição entre o camelô ou vendedor ambulante, considerados sobreviventes, e a figura do empresário, *status* almejado.

O tipo identitário camelô é abordado com vistas a apresentar uma trajetória de desenvolvimento, pois que o passado, presente e as expectativas futuras se misturam para apresentar quem sou, assim, 'eu sou um Micro Empreendedor Individual em crescimento, já que fui camelô e pretendo ser empresário', atendendo a um mercado que exige ajustes e conversões sucessivas (DUBAR, 2005). Como já foram camelôs há uma dualidade de sentimentos envolvidos, uma vez que entendem como uma categoria, no que tange ao espaço ou à pessoa, que comporta desorganização, irregularidade e que sofre pelas desconfianças das autoridades, no entanto, são trabalhadores que merecem todo respeito: "O camelô, ele é fixo, ele tem mais oportunidade e se as pessoas dão a ele oportunidade, ele vai querer crescer." (TALARICO, 59 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).A identidade do camelô é latente, e por mais que seja renunciada para atender às exigências de um estereótipo de trabalhador, conforme abordado no capítulo 3,pode a todo instante ser invocada e atualizada (OLIVEIRA, 2003, p. 124). A memória é seletiva, realçando o que entende como prioridade e projeta no tempo da entrevista o tempo vivido e o tempo longo, e é importante instrumento para a construção da identidade já que contribui com a imagem que se constrói de si mesmo (POLLAK, 1992, p. 4-5).

Os entrevistados, Bárbara (24 anos), Miguel (28 anos), João (30 anos), Mariana (34 anos), Venina (43 anos)nunca trabalharam nas ruas, portanto, as ocupações que se utilizam das ruas, como camelôs e vendedores ambulantes, são levadas em consideração no momento da diferenciação das suas identidades ocupacionais, contudo, são abordadas como que por observadores externos.

Bárbara tem 24 anos e ensino médio completo. Como seus pais e tios foram camelôs em Betim ela cresceu entre as barracas da Praça Maria Turíbia e depois no camelódromo construído em frente ao CEABE. Trabalhou como vendedora em uma loja própria anteriormente, em um bairro de Betim, entretanto, foi convidada por sua mãe para trabalhar com ela em sua banca, vindo posteriormente a montar a sua no camelódromo. Quando questionada sobre a sua atual ocupação disse ser vendedora, e acrescentou: "Eu acho que a gente tem uma microempresa, mas eu coloco na cabeça que a gente é vendedor". Frente aos recursos visuais se identificou com os integrantes do camelódromo e da feira devido a estrutura (APÊNDICE C, fotos 9 e 10), sendo diferente dos vendedores ambulantes pelo espaço. No rol de tipos identitários afirmou ser camelô e microempresária, porque entende camelô como grupo de lojistas e microempresária por ter uma micro empresa (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

Miguel, 28 anos, nascido em Betim, graduado em aviação, iniciou o curso de ciências aeronáuticas mas transferiu para pilotagem profissional de aeronaves, contudo, não conseguiu emprego na área devido a crise de 2012, em que a Gol comprou a Webjet e a extinguiu, demitindo quase 850 empregados, momento em que estava ingressando no mercado de trabalho. Inicialmente era fornecedor de CD's e DVD's para as bancas no camelódromo, no entanto, a cerca de dez anos, alugou uma banca para si, e desde então tem participado do grupo. Ao ser questionado sobre o nome de sua ocupação disse ser comerciante. Diante das fotos se identificou com os integrantes do camelódromo (APÊNDICE C, foto 10), alegando serem todos comerciantes por terem um ponto fixo e trabalharem neste espaço com habitualidade. Frente ao rol de ocupações disse ser lojista/comerciante, sendo o micro empreendedor uma ajuda para sair da informalidade, o camelô o espaço e o lojista a pessoa. Seus projetos de futuros constam no ingresso na profissão na qual se profissionalizou, ocasião em que encerrará as atividades de sua banca (Dados da entrevista. Pesquisa de Campo realizada em 12 maio 2015).

João com 30 anos de idade, é proveniente de Belo Horizonte em Minas Gerais. No dia em que ocorreu a entrevista tinha 2º grau completo, contudo, ingressou na graduação em Direito e cursa o primeiro período. Além do comércio, é professor de música. Começou sua

trajetória ocupacional aos 12 anos de idade, quando foi contratado como funcionário por um dos vendedores que tinha barraca na praça Maria Turíbia, local onde tinha por funções organizar a mercadoria e vender, bem como substituir o dono quando este realizava as viagens necessárias à aquisição de novas mercadorias. Na primeira oportunidade inscreveu seu nome no cadastro da Prefeitura, visando com isto ter seu espaço futuramente. Quando houve a transferência de pessoas para o camelódromo, em 2010, ele foi selecionado para obter sua própria banca. Questionado sobre sua ocupação se definiu como Micro Empreendedor Individual, na categoria comerciante. Diante das fotos apontou os integrantes do camelódromo e a banca de eletrônicos (APÊNDICE C, fotos 10 e 2), pela estrutura utilizada e, por fim, quando diante do rol disse ser Micro Empreendedor Individual e comerciante. Além disso, recentemente afirmou seu novo projeto futuro, qual seja, concluir o curso de Direito e advogar (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Mariana tem 34 anos de idade, nascida em Betim, é formada em Administração e almeja passar em um concurso público na sua área de profissionalização. Por indicação de amigos do próprio camelódromo inseriu o nome de seu companheiro no cadastro existente na Prefeitura para ocupar bancas no espaço. Quando da transferência dos vendedores associados à ACABE para o camelódromo, em 2010, algumas pessoas da lista de cadastro da Prefeitura foram chamadas, e como seu marido estava trabalhando em outro local acabou por abrir ela mesma um negócio, inicialmente uma banca de eletrônicos, e depois especializou na venda de chinelos da marca Havaianas. Ao ser questionada sobre sua ocupação afirmou ser microempresária. Diante das fotos disse se identificar com os comerciantes (APÊNDICE C, foto 10), já que tem estrutura fixa, “montada”, e por fim, frente ao rol de ocupações se reportou como microempresária, pois tem a “mentalidade de empresária, só que com um micro negócio” (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Venina, com 43 anos, tem o ensino médio completo, é natural da cidade de Visconde do Rio Branco, em Minas Gerais. Se mudou juntamente com os pais, inicialmente para Contagem e posteriormente para Betim. Trabalhou como gerente de empresas e como microempresária em um negócio próprio. Seu pai e irmãos tinham uma barraca na praça Maria Turíbia e foram transferidos, como todos os demais, para o espaço em frente ao CEABE. Neste período trabalhava como gerente de empresas, até que seu pai ficou idoso e doente e transferiu a barraca para ela. Ao perguntar como se definia ocupacionalmente, ela disse ser comerciante, e diante das fotos reafirmou que era comerciante tal como as pessoas da feira e do camelódromo (APÊNDICE C, fotos 9 e 10), pois são fixos. Contudo, ao ser indagada sobre qual a sua ocupação no rol apresentado alegou ser Micro Empreendedor

Individual, pois passou por um processo de formalização (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Depreende-se das entrevistas daqueles que nunca tiveram uma experiência nas ruas, que a formação profissional tem papel relevante, o que demonstra essa articulação entre o tempo vivido e o tempo curto, acessando esquemas de significação e interpretação apreendidos nestas esferas (SPINK, MEDRADO, 2004; BLUMER, 1980). Entendem a atual ocupação como *status* passageiro, oportunidade temporária para virem a exercer futuramente a profissão para a qual se profissionalizaram. A formação acadêmica, em que pese não terem promovido um ingresso imediato no mercado de trabalho na profissão almejada, ainda é vislumbrada para a articulação de suas identidades ocupacionais. O tipo identitário camelô nem mesmo é abordado, porque não faz parte de suas trajetórias biográficas.

Uma análise comparativa entre aqueles que trabalharam nas ruas, como camelô ou vendedor ambulante, e aqueles que nunca tiverem essa experiência, deve abordar as similitudes e as diferenças. Em sua maioria, ambos adotaram o tipo identitário de Micro Empreendedores Individuais, mesmo porque todos participam da ASSOVAMB e esta incentivou a adoção da figura. Ambos vêem o tipo identitário do Micro Empreendedor Individual como uma fase intermediária, aqueles que trabalharam nas ruas como uma transição entre a figura do camelô para a do empresário, e aqueles que não têm a rua em sua trajetória biográfica adotam o micro empreendedor como fase temporária entre a formação e a profissão desejada, sejam administradores, advogados ou pilotos de aeronaves.

E ainda, os integrantes entrevistados que nunca tiveram experiências laborais nas ruas não vêem uma necessidade de afirmar uma transição ou uma superação de um *status* anterior, eram vendedores ou administradores e assim continuam. A ruptura entre o passado e o presente é de menor dimensão, tendo a formação profissional como fator muito mais presente, e dão maior ênfase à possibilidades de transição futura para outros tipos identitários, como por exemplo aqueles em que se formaram, ao invés de tentar argumentar sobre alterações nos elementos que caracterizam suas ocupações anteriores.

Como foram colocados diante dos mesmos recursos visuais e rol identitárioos entrevistados abordaram elementos identificatórios similares, como o espaço, o produto e a legalidade, mesmo que aqueles que já trabalharam nas ruas os tenham descrito como uma superação e uma transição destes elementos, e aqueles que nunca trabalharam nas ruas os tenham utilizado de forma superficial, como meros observadores externos. Para tanto, passa-se a análise dos elementos: espaço, produto e legalidade, acionados para a identificação por similitude e por diferenciação entre tipos identitários pelos integrantes entrevistados da

ASSOVAMB.

4.2.2 O elemento espaço

A questão do espaço é repetidamente abordada pelos integrantes do ASSOVAMB durante as entrevistas, além de ser tema de grande relevância nas reflexões contemporâneas, na medida em que as noções de espaço implicam na produção de relações sociais. Os espaços, cunhados de heterotópicos, são lugares efetivamente realizados na concretude, contendo significados múltiplos e variados para aqueles que o utilizam, a depender das situações, constando da utilização do espaço simultaneamente de forma concreta e simbólica (ALMEIDA; TRACY, 2003, p. 28).

O modo como os indivíduos usufruem do espaço é manifestação de "posições sociais", o que pode ser utilizado como um instrumento para localizar os indivíduos socialmente, tal reflexão nos conduz para uma dimensão social do espaço (FREHSE, 2007, p. 157).Michel Agier (2011, p.65/71) vai retomar a ideia de Robert Ezra Park de região, áreas em que a população da cidade é distribuída e que devido a isto acaba por identificar os sujeitos aí localizados, no que vai chamar de identidades externas. Nesta abordagem as pessoas são identificadas pelo espaço físico onde estão alocadas, sendo a localização no espaço o ponto de referência para os sujeitos. Também são chamadas regiões morais por terem sido delineadas fronteiras imaginárias em que concentram identificações positivas ou negativas sobre as pessoas que ali frequentam. Assim "a noção de região é útil no registro das identidades. Mas, trata-se de identidades relativas, porque as fronteiras da cidade não são nem mais verdadeiras nem menos construídas que as da etnicidade". O espaço de um camelódromo e os locais onde camelôs e vendedores ambulantes utilizam para seu comércio são facilmente apontados por observadores como regiões, e demarca o modo como seus usuários, os trabalhadores ou os clientes, são identificados.

Entretanto, as interações não ocorrem em espaços demarcados por fronteiras fixas e fortemente delimitados. Interessa-nos pensar em fluxos, o que nos leva a pensar em continuidades e passagens, nos afastando assim de concepções acerca de limites e margens que privilegiam o de fora e o de dentro, descontinuidades e obstáculos, que acabam por demarcar espaços e tribalizar grupos, atribuindo arbitrariamente pertencimentos e exclusões estáticas. Talvez a solução seja pensar em linhas pontilhadas, capaz de mudar, se adaptar e improvisar, quando necessário (HANNERZ,1997, p. 16-20). Os integrantes de um camelódromo não têm nos limites espaciais do mercado os limites de suas relações, até

mesmo porque interagem com fornecedores e clientes para além do espaço, estão mesmo inseridos em um mercado mundial de produtos, e esses intercâmbios com outros grupos são da maior importância na atribuição e no reconhecimento de suas identidades.

A identificação espacial constrói redes a partir dos espaços que se frequenta, assim as características de uma rede não dependem necessariamente de sua forma, mas podem estar ligada às regiões morais, em que os integrantes do grupo são socializados (AGIER, 2011, p. 81). A questão da identidade no interior dos grupos está intimamente ligada à uma política, primeiramente, de identificação, e depois, de pertencimento, que tem um forte elemento topográfico na sua constituição. A identificação coletiva é construída no processo de combinação entre identidade e identificação, sendo que a "formação da identidade como um processo de identificação é um movimento espacialmente situado, em que o jogo de interações, as estruturas produtoras de situações e suas complexidades topológicas criam o espaço e suas novas configurações subjetivas" (ALMEIDA; TRACY, 2003, p. 30). Deste modo, a localização em um camelódromo contribui para a localização identitária de um indivíduo, sendo este aspecto utilizado pelo próprio sujeito quando reconhece que compartilha com outras pessoas um espaço de forma organizada e com a mesma finalidade, e é referência acessada por outros no ato de atribuição de uma identidade a todos aqueles que utilizam do camelódromo para trabalharem.

O espaço tem papel importante, pois permite localizar as identidades, neste momento consideradas em sua exterioridade, e compondo regiões. Tais espaços são constituídos por identidades relativas, pois que os grupos que se utilizam destes locais não podem ser reificados, de modo a considerá-los coerentes e especializados, contendo fronteiras identitárias claras e definidas de modo permanente, o que teria por consequência se render a metáfora da cidade-mosaico delimitada em guetos fixos, portanto é recomendado utilizar o ponto de vista dos atores (AGIER, 2011, p.67/71).No entanto, não se pode negar que o espaço contribui para a formação de identidades coletivas, em uma relação de reciprocidade, ou seja, o espaço atua sobre os sujeitos e os sujeitos atuam sobre o espaço, sendo consideradas construções sociais dotadas de apropriação e impressão de significados simbólicos (ALMEIDA; TRACY, 2003, p. 30). Porquanto, o espaço do camelódromo é assim identificado pela ocupação dos sujeitos, pelos produtos vendidos, pela organização e regularidade legal das atividades destes, e os trabalhadores que aí trabalham também são reconhecidos como vendedores deste local, assim, o espaço atua sobre seus frequentadores e estes atuam sobre o espaço.

Espaços são aqui considerados em seus aspectos relacionais de identidade e identificação, enquanto pertencimento a uma totalidade, não no sentido de propriedade, mas no de apropriação, que pode assumir diversos aspectos, entre eles o afetivo. O aspecto afetivo tem relação direta com a vivência em grupo, pois que a partir de relações, fatos e práticas sociais se atribui a um local um significado, se cria representações e simbologias localizadas, de modo a determinar espacialmente a história individual de um sujeito dentro do seu grupo, e assim se constroem identidade espaciais e associativas. O espaço materializa identidades e fornece referências de pertencimento identitário, podendo afirmar que há identidades espaciais, pois que cria entre os sujeitos que dividem o mesmo local um sentimento de partilha de histórias, identificação e cumplicidade (CARRIERI *et al*, 2009, p. 280). Os integrantes da Associação compartilham como história coletiva as situações de transferência, a compra das novas bancas, o Inquérito Civil Público promovido pelo Ministério Público, as obras de revitalização do camelódromo, dentre tantos outros acontecimentos, e vivenciaram esses fatos por estarem dividindo o mesmo espaço.

O elemento espaço é acionado pelos integrantes da ASSOVAMB das formas mais variadas para a identificação de identidades ocupacionais, seja pela mobilidade ou fixação, seja pela organização do espaço, ou ainda, legitimidade conferida pela posse legal, como se passa a discorrer.

A possibilidade de transitar no espaço para a realização de sua atividade laboral vai ser característica acionada para identificar a ocupação dos vendedores ambulantes, reconhecidos pela possibilidade de ambular pelos espaços, ou seja, há uma mobilidade, o que os diferem das demais ocupações. Vendedores ambulantes são reconhecidos pela utilização do espaço público de forma móvel, de maneira que possam transitar livremente sem que haja um local fixo, visto “como aquele que muda de espaço, que ambula”. “São vendedores ambulantes porque em qualquer espaço eles podem trabalhar, pelo que eu estou vendo aqui, não tem um espaço fixo não” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).Já os comerciantes são identificados por terem espaços fixos para trabalhar.

Quando perguntados sobre sua ocupação utilizaram da inamovibilidade no espaço como critério de diferenciação, como se nota: “Porque nós não somos vendedores ambulantes. Nós estamos fixos no mesmo lugar há mais de dezoito anos, como é que nós somos vendedores ambulantes? Não somos”, uma vez que: “um vendedor ambulante para mim, é aquele que não possui uma estrutura fixa para trabalhar. Estou aí todos os dias, eu tenho horário, eu tenho um local fixo, eu tenho um endereço ali, eu considero que eu tenho um endereço para trabalhar” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo

realizada em 30 abril 2015).

A organização do grupo projeta suas características no espaço. Aqueles que “não são organizados. Eles não se projetam no local para desenvolver aquele local. Eles estão onde tem jeito de passar, hoje eles estão aqui e amanhã eles estão em outro lugar. Eles não buscam se organizar em um local, criar uma estrutura, para através daquela estrutura criada ali eles se desenvolverem” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A fixação no espaço é o que possibilita a formação de uma estrutura de trabalho, como uma loja. “Essas pessoas que não têm local fixo de trabalho, não têm nenhuma estrutura” (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). A permanência e a habitualidade em um mesmo espaço para o exercício de suas atividades é visto como uma posição de maior confiança, devido à efetiva hipótese de responsabilização do vendedor pelo produto vendido, o que confere credibilidade à ocupação (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). “Para você se estabelecer como empresário ou microempresário, como micro empreendedor, você precisa ter algumas garantias. Uma delas é que você precisa estar num local fixo, você não pode estar em qualquer lugar em qualquer horário” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). Assim, a habitualidade no espaço confere segurança, o que os difere dos vendedores ambulantes, uma vez que estes “não têm o espaço físico para estar ali todos os dias. O espaço físico até que tem. Não tem um local específico” (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015). Como pode ser observado:

> Eu acho que, no meu caso, é o fato da gente estar ali todos os dias. A gente tem um lugar fixo para trabalhar, para a gente ser responsabilizado por aquilo que a gente está vendendo. Há uma credibilidade para a pessoa. Você não está em qualquer lugar, você está em um box ali, você tem uma loja. Você está ali todos os dias. Você pode trocar um produto, ele pode te procurar. Ele não vai me achar na rua, onde ele vai me vender uma coisa na rua hoje, amanhã eu vendo produto estragado para ele, ele não tem onde me procurar. Que credibilidade eu teria se não estivesse ali, num ponto fixo? Que garantia eu poderia dar para o meu cliente. E tem o fato de ter ficado até mais assim, tá mais organizado, você não tira mais os produtos, os produtos ficam mais expostos, é uma loja pequena, mas é uma loja. A pessoa tem o conforto de não chover em cima dela, que foi feito toda aquela estrutura. A pessoa não tem como ir comprando, tem que ter um certo conforto também... eu acho que tudo isso fez com que a gente tivesse uma credibilidade maior(VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

E ainda, o espaço, como já abordado, cria fronteiras imaginárias, e dita referências sobre seus frequentadores, compondo regiões. Atualmente 99% dos integrantes da Associação

são Micro Empreendedores Individuais, ou seja, passaram por um processo de formalização fiscal, além das revitalizações realizadas no espaço. Tudo isto foi visto como determinantes para transformações no modo como pensam que são vistos e deles próprios verem o mundo: “Pessoas que no começo estavam ali para sobreviver. E hoje, boa parte das pessoas que compõem aquele espaço ali, já tem essa visão que sabe das suas obrigações para com o município, para com o Estado.” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). De acordo com João (30 anos), a depender do espaço utilizado os vendedores e os consumidores são definidos em suas identidades, como exemplo o *shopping*, que “traz uma identidade tão diferente para a pessoa que vai consumir naquele espaço” (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

As melhorias no espaço são vistas como meio para ampliar os projetos de futuro: “pessoas que têm como perspectiva um futuro melhor através daquele espaço que nós temos ali. Foi um processo gradativo, com vários aprendizados”, neste viés, “algo mudou dentro de nós e passaram a mostrar em nossas atividades algo que estava dando mais certo, que era melhor, era mais interessante e as outras pessoas passaram a ter uma visão melhor. Serem microempresários e não serem simplesmente vendedores ambulantes” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A organização no espaço, principalmente através de uma estrutura, como bancas e lojas, dá a impressão de que os trabalhadores detêm competências empreendedoras e comerciais, o que os difere daqueles que trabalham em trânsito, de forma esporádica e sem um segmentado no que concerne ao produto. Aqueles que: “ficam em qualquer lugar, em qualquer hora, eles não estão coordenados, são camelôs de rua mesmo, ficam em qualquer lugar por um tempo, hoje eles estão aqui, amanhã eles estão em outro lugar”. Em que pese estes tenham “a arte da venda. Só que não são empreendedores. Eles são sobreviventes”, entretanto, há aqueles que “estão fixos em um local, que evoluíram nesse local”, o que contribui para que tenham “uma visão comercial” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A precariedade na utilização do espaço confere aos seus ocupantes um *status* de sobreviventes, sem qualquer visão comercial, como recorda um dos entrevistados: “Nós nada mais éramos do que camelôs,a gente se aglomerava em qualquer lugar, com um único objetivo o sustento da família”. “Não havia perspectiva comercial, ninguém era um sonhador: “ah, eu daqui vou ser um grande empresário””. O trabalhador “concentrava esforços para sobreviver. Era tudo muito prematuro, ninguém tinha uma visão comercial de nada. Era uma luta pela sobrevivência mesmo” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo

realizada em 16 maio 2015).

As características atribuídas às pessoas que frequentam espaços desorganizados é por vezes marginalizada. Ao relembrar a história do camelódromo e da Associação um dos entrevistados afirma: “Eu acho que naquela época tinham uma visão bem mais marginalizada, até mesmo em razão de ser tão desorganizado” e “foi aglutinando essas pessoas, foi formando, um chegava com uma barraca de uma cor,de outro tamanho,com uma lona amarela ou azul e ia montando aquela tenda”. Após todas as intervenções realizadas pela Associação alega que: “a realidade é totalmente diferente, é uma coisa mais padronizada, os espaços mais bem definidos de corredor, de exposição. Afirma ainda que as melhorias realizadas no espaço levaram as pessoas a terem um pensamento diferente: “o espaço ficou melhor, e isso levou as pessoas a pensar diferente ao melhorar o seu lugar de trabalho, porque antes era totalmente precário, com o tempo as pessoas foram se modernizando”, em que pese não serem todas. Acrescenta ainda que: “Para você ter um determinado lugar para você trabalhar, que seja um lugar bem feito” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Alterações e revitalizações foram empreendidas pela Associação no espaço, trazendo com isto novos ares ao local. Devido às transformações no espaço e ao crescimento da cidade ao entorno do camelódromo este passou a ser valorizado. “Porque esse ponto é muito cobiçado por esses lojistas, por esse povo rico que quer o espaço. Hoje em dia está bem localizado, não valia nada quando a gente chegou lá não. Não valia nada não, ali era só terra vermelha. Mas, depois que eles colocaram aquele piso lá” (TEREZINHA, 52 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015).

Um dos entrevistados chama a atenção para o crescimento e estruturação do espaço com o decorrer do tempo. Não obstante ainda ser considerado “um local familiar”, “hoje é diferente em função da cidade ter crescido, em função dos produtos serem totalmente diferentes, os locais de compra, enfim, as pessoas evoluíram, como a cidade de Betim evoluiu”. Deste modo, o lugar “evoluiu, já não é mais um grande terreno vazio. Hoje tem toda uma estrutura, então com certeza há uma evolução, não é nada no sentido de ser um grande empreendimento. Mas, houve um avanço bem significativo” (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

O investimento no espaço é entendido como margem de negociação com o poder público, que atualmente abriu licitação para a construção de um *shopping* popular no local, como abordado no capítulo 1.Informam que: “Vai precisar de um processo maior. Porque nós temos uma estrutura montada, nós fizemos investimentos no espaço, então, eu acho que não

será tão simples deles nos tirar dali, não vai ser eles chegarem e nos dizer que nós não temos mais direitos" (MARIANA, 34 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A ameaça de serem retirados do espaço pela Prefeitura, especialmente agora com o processo licitatório em andamento, é temor generalizado, o que "cria uma instabilidade, para todo mundo, então as pessoas ficam com medo de apostar, de investir mais e da Prefeitura chegar amanhã ou depois e falar: "não, o espaço não é seu, vocês não podem permanecer mais aqui, todo o investimento que vocês fizeram, foi feito porque vocês quiseram"", alegando que se está ocupando um espaço público sem autorização. Nas palavras de uma das entrevistadas: "sem autorização entre aspas, porque durante muitos anos a Prefeitura nos deu autorização para funcionar, nos deu alvará de funcionamento, só que de uns tempos para cá, não sei porque cargas d'água eles não se interessam mais por nós" (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Por isso, a apropriação do espaço também é elemento tão importante e continuamente ressaltado. O camelô é considerado aquele que trabalha na informalidade, sem que haja um espaço que possa chamar de seu, noutro norte, se toma para si um espaço passa a ser um micro empreendedor: "Eu considero camelô quem trabalha informal na rua, mas, agora se você tem um espaço em que você trabalha você não é mais um camelô, é um micro empreendedor (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). Uma das entrevistadas, quando questionada sobre os vendedores ambulantes, afirma pela diferença:"Eles não têm o espaço como eu tenho.", e quando se refere ao lojista afirma a semelhança: "É a mesma coisa. Para mim é isso aqui mesmo. Eu tenho o espaço, eu pago o aluguel, é meu", e acrescenta: "Porque a gente não fica andando de um lugar para o outro. A gente tem o espaço da gente" (BÁRBARA, 24 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015).

A questão da posse do espaço tem relevância para a diferenciação da ocupação do funcionário e do empresário, já que aqueles que trabalham para outros são funcionários, não têm espaço próprio. Segundo um dos entrevistados: funcionários trabalham "um tempo para determinada pessoa e depois para outras pessoas. E depois, eu consegui adquirir o meu espaço, para ser meu e trabalhar por conta própria", e assim passa a ser empresário, já que "se ele for o dono que trabalha nesse espaço, ele é empresário. Naturalmente, um empresário porque ele está tomando conta do seu espaço, da sua atividade" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O tamanho do espaço sobre o qual será exercida a atividade, bem como a

disponibilidade sobre a quantidade de espaço também são fatores importantes. Grandes espaços indicam a presença de um empresário de grande ou médio porte, e pequenos espaços indicam a figura do Micro Empreendedor Individual. O dono de um grande espaço, como um *shopping* ou uma rede de lojas é considerado um empresário de grande porte: "um grande empresário é um dos níveis mais altos, então, quando você pega as lojas, a não ser que quem tem uma loja ali seja de uma rede. E uma loja que pertence a uma rede é de um grande empresário também", "ele é o cara que mais ganha. Isso é, se ele conseguir alugar os seus espaços também". Já aqueles que detêm uma loja, "são geralmente um médio empresário", "esse cara que está a investir na loja e tudo, ele vai ganhar, ele vai sobreviver nesse comércio se tiver o público para consumir", e há os pequenos empresários, assim compreendidos: "E tem a nossa classe que é empreendedor individual, que é uma classe assim, bem simples. Que ela não tem tanto capital de investimento, tanto capital de rotatividade, para nós não é tão expressivo" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Por todo o exposto sobre o elemento espaço, o que se percebe é que é conceito importante e acessado com frequência para a configuração de identidades ocupacionais, por um processo de identificação ou de diferenciação. E ainda, o termo espaço não é utilizado de forma estanque, mais sim um conceito com um amplo leque de alternativas, como se pode observar, foi utilizado quanto à mobilidade e transitoriedade do vendedor ambulante e à fixação e habitualidade do lojista. Bem como, a fixação em um local proporciona o desenvolvimento da atividade laboral ao permitir o investimento em uma estrutura comercial e ampliação das atividades, e esta organização espacial é entendida como fator importante para a construção de uma imagem positiva de si frente a clientes e fornecedores, por conferir segurança e credibilidade às transações comerciais empreendidas.

E ainda, a organização das bancas e das pessoas no espaço é entendida como relevante para a construção da identidade para si e a identidade para o Outro, pois a estabilidade espacial promove a possibilidade de se pensar em projetos de futuro, e a articulação do passado, presente e futuro é essencial para a construção da identidade pessoal. Melhorias no próprio negócio alteram a visão dos trabalhadores sobre si mesmos, a questão de terem um endereço tem importância para além de um CEP para correspondência e localização de seu local de trabalho, o endereço tem um caráter simbólico, elemento de diferenciação de todas as atividades que se pautam pela provisoriedade e transitoriedade.

4.2.3 O elemento produto

O produto vendido também foi elemento acessado pelos integrantes da ASSOVAMB, e por isso é compreendido como fonte para análise da identidade de seus donos, como bem expressa Luiz Antonio Luzio Coelho (2002, p. 69) "Tal objeto, tal dono". Na interação, as pessoas agem com relação ao mundo baseados nos significados oferecidos por este, utilizando outras pessoas, categorias, instituições, atividades, ideais e objetos (BLUMER, 1980, p. 119).

As coisas com as quais os sujeitos interagem e as quais eles se apropriam não são escolhidas à revelia de um processo reflexivo, elas comportam possibilidade de construção e manutenção de projetos de futuro, além de fornecer aos seus donos habilidades e competências que os distinguem de todos os demais. O homem não se resume ao *homo sapiens*, para além disto, ele é o *homo faber*, isto é, ele trabalha sobre as coisas e as usa, e isto diz muito sobre quem é. A subjetividade de um indivíduo é construída também pela interação com o espaço e seus objetos pois há um aspecto comunicativo, em que o homem faz as coisas e as coisas fazem seus usuários. "Objetos podem identificar indivíduos, grupos sociais e culturas" (COELHO, 2002, p. 69).

Os objetos podem ser diferidos em objetos físicos, sociais e abstratos, correspondendo a tudo que for possível ser indicado e referido. Aqui se focará no objeto físico, como os produtos vendidos no comércio, as mercadorias que também são resultado das interações, pois pode ter significados distintos para diferentes pessoas. A natureza do objeto provém do significado atribuído por aqueles que o entendem como objeto, o que é determinante para definir o modo como vê o mesmo e como age frente a ele (BLUMER, 1980, p. 127).

Os objetos em sua composição, aparência, localização no espaço e apresentação com outros objetos comunicam uma mensagem a quem os observa, e é interpretado pelo outro como reflexo de seu possuidor, para além da uma mera identificação de uso, os objetos refletem identidade, pois são elementos utilizados nos atos de atribuição e nos atos de pertencimento, podendo até mesmo se dizer que os objetos são externos a nós, e têm forte repercussão interna em nós. "O objeto constitui a base do valor do trabalho e a marca do *status* de seu possuidor" (COELHO, 2002, p. 70). Isto é facilmente vislumbrado quando se diz que camelôs e vendedores ambulantes são vendedores de produtos de baixa qualidade na medida em vendem produtos produzidos na China e no Paraguai, utilizados como sinônimos de produtos falsificados. Embora lojas de renome também vendam produtos da China e Paraguai sem, no entanto, seus donos sofrerem com esta qualificação negativa.

Os objetos ocupam em nossa vida cotidiana escalas de valor, sendo atribuído a eles

aspectos simbólicos e muitas vezes sentimentais, o que tem impacto relevante na constituição da identidade social em geral. “Qualquer objeto que, ao entrar em determinando contexto, afeta percepções, relações sociais e auto-imagem”. Um objeto por ser avaliado pela sua raridade, sua idade, seu preço, pela pessoa de seu possuidor ou pelo afeto conferido (COELHO, 2002, p. 72/71), ou ainda, pela sua origem, como são os produtos provenientes do Paraguai e da China.

O vendedor, possuidor do produto, marca-os com a sua identidade e é marcado por este também, assim, vendedores ambulantes e camelôs marcam seus produtos como sendo falsificados e de baixa qualidade, mesmo que isto não corresponda à realidade, e lojistas e comerciantes são vistos como vendedores de produtos de boa qualidade e procedência regular. Portanto, o sujeito age sobre o produto e o produto age sobre o sujeito.Os objetos atuam sobre o indivíduo como o outro generalizado, “são modelos do sujeito ao mesmo tempo que modelos para o sujeito”, deste modo o sujeito constrói o espaço físico alocando objetos que comunicam sobre si em dois níveis: como reflexo e como indutor, para si mesmos e para o social, atualizando as referências de identificação. Como é fruto de escolhas conforma uma extensão de quem se entende que é (COELHO, 2002, p. 73).

O espaço é constituído e classificado para além das pessoas que os frequentam, mas também pelos objetos que os indivíduos identificam e reconhecem, e a natureza deste meio ambiente é proveniente dos significados atribuído pelos seus frequentadores e não frequentadores. Tais significados são criações sociais produzidos através de um processo de definição e interpretação durante a interação social, uma vez que não tem *status* fixo, podendo assim sofrer mudanças (BLUMER, 1980, p. 128-129). Camelódromos são reconhecidos como espaços em que se encontram produtos baratos todavia com pouca qualidade, e *shoppings* são vistos como locais de mercadorias em regularidade com a lei e de produtos de boa qualidade. A compra em um ou outro lugar vai afetar diretamente a identidade de consumidores e frequentadores.

No entanto, em que pese os objetos serem escolhas pessoais, individualizando seu possuidor, esse mesmo objeto vincula o indivíduo ao social, já que necessita do reconhecimento do grupo quanto ao seu apreço. “É o social que legítima o valor simbólico do objeto. Quando um indivíduo ostenta objetos/símbolos de um grupo social – com seu inerente *status*, declara ser membro daquele grupo (individualização grupal) em contraste a outros grupos” (COELHO, 2002, p. 74). Por isso produtos “do Paraguai” ou chinês incide diretamente sobre a identidade de seus consumidores, porque há uma atribuição social pejorativa sobre a origem destes produtos como sendo de pouca qualidade.

“O significado dos objetos para cada um é, basicamente, gerado a partir da maneira pela qual lhe é definido por outras pessoas com quem interage”, deste modo, aprendemos com a indicação dos outros que uma mercadoria advinda do Paraguai ou da China é uma mercadoria de pouca qualidade, que adentrou no Brasil de forma ilegal, e um trabalhador que vende estes produtos é um trabalhador em situação de precariedade, ilegalidade e informalidade. “Os objetos surgem a partir de um processo de indicações recíprocas, objetos que possuem o mesmo significado para um dado conjunto de pessoas e por elas são considerados da mesma maneira” (BLUMER, 1980, p. 128).

Um objeto carrega uma história passada, presente e futura, é recipiente de expectativas e experiências, e eles deixam vestígios na trajetória biográfica de um sujeito. Os objetos deixam marcas em nós, assim como imprimimos detalhes nas coisas que denotam nossa posse sobre ela, marcas pessoais como iniciais de nomes. O valor atribuído ao objeto está condicionado ao grau de representativa que este detém no meio social, assim, quanto maior o apreço por este maior o afeto que ele exerce sobre as pessoas (COELHO, 2002, p. 77).

Os produtos ofertados por comerciantes em geral são frutos de uma escolha, de uma identificação com o objeto e suas características e, consequentemente, dizem muito sobre quem é o sujeito. Ocupações foram identificadas pelos entrevistados também por meio dos produtos vendidos, seja como elemento de diferenciação e ou de identificação. Quando questionada sobre diversas ocupações contidas em fotos, Venina (43 anos) afirmou que:

> Não tem nada a ver com o que eu faço. Mas, é uma questão de escolha mesmo, do que você quer vender, do que você quer oferecer para o público, é uma questão de escolha, com aquilo que você se identifica mais e que você quer oferecer e que tipo de serviço você está lidando, eu não tenho afinidade nenhuma com esse tipo de comércio que seria o de comida, né? Gênero alimentício não seria para mim (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

No camelódromo, Mariana (34 anos) iniciou suas atividades de vendedora com o comércio de eletrônicos, o que era produto costumeiro no ramo em que trabalhava, entretanto, não gostava de trabalhar com tais objetos, assim, na primeira oportunidade alugou sua banca por um ano com todos os produtos incluídos. Ela afirma que: “quando eu voltei foi a oportunidade que eu tive de mudar de ramo. Fiz um estudo mais por alto para montar a lojinha de chinelo”. Devido ao desconhecimento sobre o mercado de chinelos se deparou com obstáculos na compra, na medida em que “existe alguns modelos exclusivos só para quem é franqueado, existem alguns modelos exclusivos que é só para *shopping*, então eu esbarrei em algumas questões assim. Mas, para mim, o meu objetivo principal foi sair da informalidade”,

com isto os fornecedores mudaram suas posturas: “tem um hoje, ele é distribuidor mesmo das Havaianas. Só que às vezes vêm uns modelos exclusivos, uns modelos exclusivos por um ano. Depois eu consigo comprar” (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). O que se percebe é que Venina e Mariana escolheram a venda de produtos com as quais se identificavam, pois o produto também expressa um pouco de quem se é, e é um instrumento de manifestação da imagem de seu dono.

Os produtos contribuem para a identificação de diversas ocupações, assim, temos o rendeiro, o “confeiteiro, salgadeiro, ele vende o que ele fabrica” (TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). “Se eu monto carros, eu sou montador. Se eu trabalho em uma borracharia e troco pneus, eu sou borracheiro. Aqui, no caso como ela trabalha mais com revistas e jornais é jornaleiro (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).Comerciantes são identificados tanto pela estrutura como pelo produto, que entendem ser de melhor qualidade. Já o camelódromo é considerado “um local mais simples, com produtos mais simples, coisas mais baratinhas, com pouca qualidade”e o vendedor ambulante “é próximo ao camelô, sem o espaço definido. Mas, para o vendedor ambulante o produto é mais variado” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

O “camelô, é como lhe falei, é uma versão mais marginalizada de um produto mais fraco”. Um dos entrevistados chama a atenção para o fato de que o espaço é denominado camelô porque lá se vendia “equipamento ruim”, onde pessoas vendiam “coisas nem tão boas”, no entanto afirma: “era coisas que a gente vendia e durava 10 anos, e não era boa, né? Tem coisas que eu tenho até hoje, tem 20 anos e é assim” (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). O espaço e as pessoas passam a ser identificadas pela ideia de que vendem um produto de pouca qualidade. Como dito anteriormente, o produto identifica o camelô e o vendedor ambulante, assim como estes trabalhadores atuam sobre o produto, e mais, ambos, trabalhadores e produtos, demarcam regiões no espaço e são identificados pelos espaços onde trabalham, em uma complexa relação depreciativa, atuando uns sobre os outros reciprocamente.

Atualmente os produtos vendidos pelos integrantes da ASSOVAMB, no camelódromo, são em sua maioria chineses, podendo ser adquiridos principalmente em São Paulo, além de produtos produzidos no Paraguai, bem como nacionais. Quando perguntado sobre os produtos chineses, Joaquim disse que os produtos importados da China “foi uma coisa que ajudou a melhorar a questão dos produtos”, pois eles são “mais bonitos, é de melhor qualidade também. E o preço é a mesma coisa do nacional. Então, eu acho que é bem

melhor”(JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

Interessante notar que os mesmos produtos são comprados para serem vendidos nas bancas do camelódromo e em “loja normal, que paga aluguel e tudo mais”, entretanto, um dos entrevistados informa que os preços são muito divergentes devido ao fato de que a “margem de lucro deles é absurda. Eu trabalho com mochila, as mochilas que eu trabalho muitas você encontra na Moreira, na Elmo. Inclusive eu já encontrei os proprietários comprando no mesmo lugar. É a mesma coisa, só que eles jogam a margem bem maior, né?” (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

Um outro entrevistado relata que, por vezes “você encontra um produto aqui que é melhor do que você está comprando na loja. Você vai pagar mais caro por um produto da loja, que não tem a mesma qualidade do produto aqui” do camelódromo(JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). A pouca qualidade dos produtos marcou espaços e pessoas em suas identidades. O investimento em produtos de melhor qualidade é uma forma de alterar a identidade dos próprios vendedores, ocorre que, como não repassam para seus consumidores uma margem de lucros maior os produtos permanecem sendo baratos, e o valor monetário atribuído ao produto repercute no valor simbólico do mesmo, que continua sendo considerado de pouca qualidade.

A alteração no tipo e quantidade de produto vendido é entendida como fator considerável nas transformações pelas quais passou o camelódromo nesses anos. No período em que realizam suas atividades nas ruas os produtos se resumiam àqueles suficientes e necessários para a manutenção de suas famílias, com o fim único de sobreviver, com isto, quando estavam diante de uma apreensão por fiscais perdia-se todos os produtos que haviam adquirido, para tanto, era imperioso que existisse uma rede de parentes e amigos para contribuir com o recomeço das atividades. A ausência de um estoque de produtos é compreendida como qualificação de uma ocupação passageira, não tendo uma visão comercial, pois não buscam se estabelecer no ramo (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

Os consumidores vão onde sabem que irão encontrar o produto almejado. Com a estruturação do espaço e a adoção de bancas de metal houve a possibilidade de se investir em um segmento comercial, expondo de forma organizada e visualmente lógica os produtos, sem que tivessem que retirá-los e recolocá-los todos os dias. Além de poder vender produtos em uma linha mais específica, devido à possibilidade financeira e estrutural, houve investimento em um estoque de produtos com qualidade similar aos oferecidos pelas lojas em geral

(VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). A organização dos produtos atrai os olhares dos consumidores e contribui para o reconhecimento da qualidade do produto ofertado:

> Hoje, tem uma divisão bem segmentada. Porque antigamente, você pegava uma barraca e tinha quase tudo dentro da barraca. Hoje está dividido. Em determinado box tem uma determinada coisa, no outro tem outra e alguns tem alguma coisa bem mescladas, mas eu acho que é uma coisa que foi até melhorando com essa melhora de estrutura. Porque o pessoal começou a entender que o nosso espaço, que quem consome nesse espaço não é só a classe C , e o reconhecimento maior para não ser tão marginalizado. Antigamente camelô, não sei o que, só tem coisa ruim, não sei o que... não presta. Hoje, isso acabou. Tanto que o consumidor que entra no nosso espaço é classe A, B e C. Eu te digo que classe A mais ainda, você acredita numa coisa dessa? Porque os produtos melhoram de tal forma, e os preços são tão interessantes, que quem tem muito dinheiro não gosta de gastar muito dinheiro (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

A permanência em um local fixo possibilitou a responsabilização do vendedor pelo produto vendido, abrindo margem para reclamações e troca da mercadoria, o que conferiu maior credibilidade à ocupação. Segundo uma das entrevistadas alterou a forma como as pessoas vêem sua atividade: “Hoje, eu acho que elas vêem com mais valor, vêem com mais importância, dos lojistas mesmos, até pelo valor dos produtos que a gente trabalha serem valores mais acessíveis” (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

O produto vendido pode ser o próprio espaço: “um grande empresário, de um porte bem maior, que é o empreendedor de todo o espaço, esse é um grande empresário, é um dos níveis mais altos. Então, quem tem uma loja ali, seja de uma rede ou de uma loja que pertence a uma rede, que é de um grande empresário também”. O dono de todo o espaço “é o cara que mais ganha. Isso é, se ele conseguir alugar os seus espaços também”. “O grande empresário lá em cima, vamos dizer, ele precisa de um público mais selecionado. Você vai vender um produto para ele que não é o varejo, é o espaço”. O médio e pequeno empresáriossomente “vai sobreviver nesse comércio se tiver o público para consumir”(JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Em suma, ‘tal produto, tal vendedor’, significa dizer que o produto é acessado para além das identificações de ocupações como salgadeiros, sapateiros e jornaleiros, os produtos atuam de forma positiva ou negativa sobre a identidade de seus donos. Camelôs e vendedores ambulantes são identificados por venderem produtos de pouca qualidade e provenientes do Paraguai e China, além de que camelódromos são associados a espaços em que se revendem

produtos falsificados, demarcando regiões. Já lojistas e comerciantes são identificados pela boa qualidade do produto, em que pese também venderem produtos do Paraguai e da China. Dentre as muitas transformações que os integrantes da ASSOVAMB promoveram a organização do espaço, para melhor exposição da mercadoria; a segmentação das bancas por produtos específicos; e a melhoria do próprio produto foram ações incentivadas, buscando a transição para um tipo identitário de melhor reconhecimento.

4.2.4 O elemento legal

O processo de interiorização da identificação ocupacional exercida é favorecida e direcionada pelas normas atinentes (BERGER, LUCKMANN, 2004, p. 186). Todos os grupos sociais acordam regras, definem situações e comportamentos e tentam impô-las a cada indivíduo, ocorre que quando uma regra é imposta há aqueles que não se adéquam a elas imediatamente e são presumidos como pessoas que não concordam em viver de acordo com as regras do grupo e, portanto, vistos como desviantes. Entretanto, aqueles que não incorporam tais regras para seu cotidiano podem pensar que a regra imposta é inadequada, impraticável, ilegítima ou ditada por autoridade incompetente para o assunto, entendo por desviantes aqueles que aplicam tal regramento (BECKER, 2008, p. 15).

A figura do Micro Empreendedor Individual está prevista na Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, aprovada para alterar a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. A Lei em seu art. 18A afirma que: “Para os efeitos desta Lei, considera-se MEI o empresário individual a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil”. Determina ainda que o Micro Empreendedor Individual é aquele que aufere até R$ 60.000,00 anual; a Microempresa aquela que aufere receita bruta igual ou inferior a R$ 360.000,00; e a Empresa de Pequeno Porte aufere receita bruta superior a R$ 360.000,00 e igual ou inferior a R$ 3.600.000,00 (BRASIL, 2006). A Lei tem por objetivo precípuo a formalização fiscal e a regulação dos trâmites para a arrecadação de tributos:

> Art. 1º Esta Lei Complementar estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, especialmente no que se refere:
> I - à apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias;
> II - ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, inclusive

> obrigações acessórias;
> III - ao acesso a crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos, à tecnologia, ao associativismo e às regras de inclusão.
> IV - ao cadastro nacional único de contribuintes a que se refere o inciso IV do parágrafo único do art. 146, in fine, da Constituição Federal (BRASIL, 2006).

Os integrantes da ASSOVAMB entrevistados se identificam, em sua grande maioria, com a Lei do MEI, afirmando serem Micro Empreendedores Individuais. Contudo, como se pode observar, a referida Lei tem por objetivo a formalização fiscal tributária, previdenciária e trabalhista, o que destoa do modo como tem sido apropriada cotidianamente por este grupo para a construção de suas identidades ocupacionais, mesmo que, por vezes, se autodenominem camelôs, comerciantes, lojistas ou microempresários.

A Lei do MEI não atribui aos seus adeptos a denominação de Micro Empreendedores Individuais, ao contrário do que ocorreu na transferência dos camelôs de Belo Horizonte para os *shoppings* populares, em que constava no Regimento da Prefeitura Municipal da cidade que com a transferência os camelôs passariam a ser chamados de empreendedores populares, considerada a "pessoa física, capaz, que exerce atividade lícita, por conta própria e sem relação de emprego, mediante prévia e expressa autorização da Secretaria Municipal" (JAYME; NEVES, 2008, p. 158). A apropriação da dimensão da formalidade conferida pela Lei do MEI é uma forma de superar as identificações depreciativas direcionadas àqueles que realizam a atividade na irregularidade, e que são alvo da rotulação de desviantes. "A rotulação põe o ator em circunstâncias que tornam mais difícil para ele levar adiante as rotinas normais da vida cotidiana, incitando-os à ações "anormais", confluindo para que realize atividades irregulares ou mesmo ilegais (BECKER, 2008, p. 181).

A utilização do Micro Empreendedor Individual como tipo identitário suplanta antigas categorias, como o camelô e o vendedor ambulante, alterando a forma de apreender a realidade, além de promover novos parâmetros de inteligibilidade e projetos de vida, "por sua vez, isso se reflete em modificações linguísticas e perceptivas, isto é, no modo como reconhecem a si mesmos como sujeitos dessas novas experiências, um modo de narrar e de estar na história" (KOPPER, 2011, p. 34). Deste modo, o tipo identitário Micro Empreendedor Individual contribuiu para os integrantes da ASSOVAMB relerem seus passados e construírem um projeto de futuro positivo.

A percepção da formalização e formalidade como algo relevante para a definição de quem são esbarra no processo de rotulação de desviantes. Os desviantes são aqueles que o rótulo foi aplicado com sucesso durante os atos de atribuição social, pois é "conseqüência das

reações de outros ao ato de uma pessoa". O desvio é criado pela própria sociedade ao produzir regras que em sua definição abre margem para infrações e possíveis processos de atribuição social (BECKER, 2008, p. 22).

"Normas e regras gerais de conduta são traduzidas em prática e, em última análise, manipuladas por indivíduos em situações específicas para servirem a fins específicos". As normas ideais de conduta e o comportamento cotidiano das pessoas estão em constante interação pois são intimamente relacionados ao fato de que os sujeitos vivem e agem dentro de uma ordem social organizada por regras, e as levam em consideração em suas ações diárias. Como em qualquer sociedade o indivíduo opta dentre uma série de normas e tipos identitários, e está a manipulá-los constantemente (VELSEN, 2010, p. 442/449). Assim, o desvio também é manipulado na interação, porque "o desvio não é uma qualidade que reside no próprio comportamento, mas na interação entre a pessoa que comete um ato e aquelas que reagem a ele" (BECKER, 2008, p. 27).

A Lei do MEI foi manipulada pelos integrantes da Associação para servir a fins específicos, como produtor de um novo tipo identitário ocupacional, importante na superação de uma situação de desvio, já que camelôs e vendedores ambulantes são reconhecidos pela irregularidade fiscal, pelo exercício da atividade em situação de informalidade legal e por utilizarem o espaço público em dissonância com o plano diretor da cidade. Na cidade de Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul, em situação similar à vivenciada pela ASSOVAMB, tão logo houve a transferência dos vendedores ambulantes para um *shopping* popular, os integrantes substituíram a identificação de camelô para micro-produtores, pois "constrangidos pela carregada expressão "camelô – já que, como micro-produtores independentes de artigos de vestuários, consideravam-se algo "mais" que vendedores de quinquilharias", e assim, reinventando para si um tipo identitários compreendido como uma identidade positiva (KOPPER, 2011, p. 35).

A formalidade é atribuída principalmente ao lojista e ao comerciante, sendo que o que caracteriza essas ocupações é que "ele está podendo se cadastrar como microempresário, e ele ter uma formalização maior. Eu acho que é a questão da legalidade", e quando tem a loja "tem alvará para funcionar, tem autorização da Receita Federal" (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015). U dos entrevistados concluiu que: a Lei do "MEI tem muito mais impacto que a Associação assim, para mim a Lei do MEI alterou muita coisa" (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015).

Ressalta-se que o fato de se inscrever no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

(CNPJ) facilita a abertura de uma conta bancária para as transações comerciais, simplifica a declaração do imposto de renda, além de contribuir também para a aquisição da máquina de cartão de crédito e débito, o que atraia clientes por ser uma opção a mais de compra. Todos estes são fatores relevantes no processo de ampliação e crescimento de um negócio, na medida em que proporciona compras e vendas em grandes movimentações (JOAQUIM, 26 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 04 maio 2015). A máquina de cartão de crédito foi considerada um diferencial proporcionado pela Lei, uma das entrevistadas afirma que: "A única coisa que fez diferença foi a máquina. Mas, de resto não fez diferença não" (BÁRBARA. Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015), isto porque a máquina de cartão de crédito é uma manifestação visível do processo de formalização empreendido, e assim, produz maiores impactos na imagem do vendedor, enfraquecendo os atributos de ilegalidade e irregularidade que pesam sobre o camelô e o vendedor ambulante.

A ASSOVAMB realizou um trabalhou de incentivo à formalização na Lei do MEI, sendo informado por um dos entrevistados que: "a Associação nos dá a base para a gente fazer as coisas dentro da legalidade. Como funciona os termos e as normas" (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015). De acordo com outro entrevistado: "Desde que formou a Associação, ela procurou os meios legais para deixar todo mundo formalizado. Tudo certinho. Então isso ajudou muito", no entanto, "tem gente ali que até hoje não tem a sua firma registrada. A associação fez de tudo para eles fazerem a documentação certinha, mas, infelizmente, tem gente que ainda fala "Eu sou vendedor", "Eu sou camelô", e, se você insiste, ele briga com você...eu até saio de perto"(TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

Como se nota, a Associação encorajou esse processo de formalização, o que foi abordado como um meio de superação de uma situação de irregularidade, desvio atribuído comumentemente ao vendedor ambulante e ao camelô. Diante daqueles associados que se identificam como camelôs ou vendedores ambulantes o entrevistado diz: "cara, você não é camelô, não... camelô é aquele cara que fica na rua, torero, você é micro empreendedor... vamos registrar a firma então?"(TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). Sobre essas ocupações pesa o estigma do desvio: "a visão do poder público é de marginalização. Eles não aceitam essas atividades. Existe uma fiscalização pesada em cima dessas atividades, quando essa atividade chega em determinada esquina e montar aquilo ali. É proibido até por lei"(JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015). A Lei exige a regularidade fiscal, e a

situação daqueles que se encontram irregulares promove a marginalização destas ocupações através da rotulação de desviantes por autoridade, agentes fiscais e outros lojistas. Assim, a regularização das responsabilidades fiscais é levada em consideração quando se inicia um processo de transição e transformação para outro tipo identitário.

Atualmente, num universo de aproximadamente 120 pessoas, cerca de 2 pessoas não ingressaram na Lei do MEI. De acordo com um dos líderes da ASSOVAMB, houve um trabalho de conscientização para a inscrição, com cartas e reuniões neste sentido. Segundo João (30 anos): "é importante ter a sua legitimidade, a sua formalização. Eu acho que isso foi um divisor de águas também, que as pessoas começaram a entender que elas estavam sendo agraciadas de alguma forma. Porque a Lei, você contribui, mas a contribuição maior é para você" (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

A ausência de formalidade é meio de identificação especialmente do camelô, como se nota:

> A minha vontade, desde que comecei a trabalhar lá na Av. Amazonas, era descer. Descer para ter meu canto, para quando fala: "vou fechar", ter a minha loja organizada, minha firma registrada, eu não pensava ficar informal o resto da minha vida não... Que muitos hoje em dia diz camelô... "Oh, meu amigo eu não sou camelô não... Eu sou chaveiro. Eu não sou camelô". Alí [no camelódromo], não tem camelô... Ali, todo mundo é micro empreendedor, mas tem muitos ali, que falam que é camelô. Camelô é esse cara que vende e esconde do fiscal na rua. Mas, ali embaixo, eu acho que não é camelô não, mas, tem uns idiotas ali, que insistem:"Eu sou camelô".Eu não sou não, já fui,não tenho nada contra. Já fui. Mas, se você quiser ser é só não ter firma registra. Mas, porque fala que é camelô, porque só vende CD e DVD. Só vende isso. Não tem expectativa de mudar, de crescer(TALARICO, 59 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015).

Passar pelo procedimento de registro no Portal do Micro Empreendedor pode ou não ser determinante para a identificação no tipo identitário de Micro Empreendedor Individual. Para Terezinha (52 anos), que não tem o registro, pois foi o marido quem se inscreveu, diz que ter o registro não os tornam micro empreendedores: "Para mim não tem diferença alguma, tudo camelô", entretanto, entra em contradição quando diz que: "Meu marido é que é micro empreendedor. Ele que tem a coisa. Eu me identifico com o camelô mesmo", o que denota que o registro é importante(Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 9 maio 2015). E para Bárbara (24 anos), embora tenha o registro e acredite ser uma micro empreendedora, prefere pensar que é uma vendedora, como se nota da seguinte frase: "Eu acho que a gente tem uma microempresa, mas eu coloco na cabeça que a gente é vendedor" (Dados da entrevista. Pesquisa de campo realizada em 7 julho 2015). Venina (43 anos) é

cadastrada na Receita Federal como microempresária e espera baixa de seu registro para que possa se inscrever como Micro Empreendedora Individual, contudo, quando questionada sobre sua identidade ocupacional afirma ser Micro Empreendedora Individual (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Não obstante, há quem entenda que o registro é da maior importância para o modo como se identifica uma ocupação. Para um dos entrevistados, o tipo identitário Micro Empreendedor Individual pode conviver com outros tipos, até mesmo com o vendedor ambulante. Segundo ele, a forma como se preenche o cadastro no site irá definir: "a depender do que você vai desenvolver você pode, assim, ser um Micro Empreendedor Individual e ser um vendedor ambulante de frutas. Aí a questão de você estar em trânsito, muitas vezes não entra. Se não me engano, tem um lugar lá em que você marca se é fixo ou se é em trânsito" (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

O ingresso na Lei do MEI é compreendido pelos entrevistados como fase de transição entre uma situação de informalidade para a formalidade: "O micro empreendedor é quando o camelô deixa de ser informal para ser formal". Talarico (59 anos) afirma que: "Hoje em dia, eu sou um micro empreendedor, porque eu tenho a minha firma registrada" (Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 25 abril 2015). O Micro Empreendedor Individual "é o que está tentando se legalizar, é o que está aspirando ser um microempresário", sendo uma "categoria que está buscando uma legalização junto ao Estado, ao INPS, tá buscando mesmo uma legalização, ter um CNPJ, porque têm produtos, têm lojas e atacados que só vão vender para você se você tiver lá um número, um cadastro de pessoa jurídica" (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Nota-se que construíram um novo tipo identitário calcado na Lei do MEI, para servir de superação de um tipo identitário anterior que consideravam depreciativo, no entanto, reconhecem e se apropriam desta identidade de forma transitória, pois a consideram fase intermediária para o *status* de empresário ou outro, e fazem isto porque a identidade é um processo reflexivo, coerente, em que cada fase da trajetória biográfica é elemento importante para a construção de uma identidade positiva.

A legalidade é vista como motivo de segurança e reconhecimento no exercício da atividade ocupacional, e caminho para a concretização de projetos futuros. Conforme um dos entrevistados: "Eu quis fazer essa transição por causa da questão da legalidade, para deixar de ser uma pessoa que tem uma atividade insegura. Daqui eu posso me tornar um empresário", aduz ainda que: "aqui, as pessoas que são os meus clientes, vão ver e vão dar credibilidade ao

local, porque sabem que eu vou estar ali, então é o ponto de partida" (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

E assim fica evidente que o MEI integra um processo de formalização para a concretização de um projeto de futuro. Micro empreendedores são vistos por um dos entrevistados como "pessoas que visualizam um futuro", e que anteriormente "estavam ali para sobreviver, e, hoje, boa parte das pessoas que compõem aquele espaço ali já tem essa visão. Que sabe das suas obrigações para com o município, para com o Estado. Serem microempresários e não serem simplesmente vendedores ambulantes" (ABREU, 42 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 16 maio 2015).

A regularidade fiscal é levantada ainda como justificativa para a permanência no local, pois é vista como legitimação no uso do espaço. Isto porque, mesmo que exista um processo de formalização das atividades na Lei do MEI, ainda se utilizam do espaço público de forma irregular, já que tem aproximadamente 5 anos que não recebem da Prefeitura a licença de uso do local. Por isso, quando este aspecto é abordado, eles pensam nos modos como podem argumentar a favor da continuidade de suas atividades no espaço, por isso foi alegado que: se a Prefeitura disser "amanhã ou depois: "mas você está aqui de qualquer jeito". "Não", "nós estamos aqui porque houve permissão, nós não invadimos", ou dizerem que estão ilegais ou que não tem autorização: "Pode ser que sim, hoje. Mas, que foi invadido, não. Aquilo foi um espaço cedido. Foi um espaço cedido pela Prefeitura. Nós fomos convidados a nos colocarmos lá" (VENINA, 43 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 30 abril 2015).

Quando questionados sobre o modo como as pessoas vêem sua atividade, um dos entrevistados disse: "Tem uns que acha normal. Tem outros que não concordam, que acham ilegal. Eu não acho que eu estou trabalhando ilegal, eu não acho que estou fazendo nada de errado não". Quando leva em consideração que o empresário é quem tem uma firma registrada, chegou a conclusão de que também é um: "Se for falar, eu sou empresário também", vez que entende que a lei do MEI "ajuda a sair da informalidade"(MIGUEL, 28 anos. Dados da entrevista. Pesquisa de Campo realizada em 12 maio 2015).

Importante frisar que o estigma também explica essa relação, em que o sujeito busca se afastar de um tipo identitário na medida em que o compreende estigmatizado pelo desvio da irregularidade ou informalidade legal, conforme pode ser observado no capítulo anterior, no entanto, neste tópico houve um enfoque no modo como a legalidade e a informalidade são entendidas pelos entrevistados, e suas percepções acerca destes temas na atual conjuntura em que trabalham, deste modo o estigma ou o desvio não comportam análises independentes, mas

complementares uma vez que se está diante de uma situação identitária complexa como ora se propõe.

A existência de interações em que há a atribuição de elementos como ilicitude, ilegalidade, informalidade e irregularidade frente a uma norma faz com que haja um trabalho para afirmar o oposto, se afastando de rotulações como desviantes, trabalho que é realizado principalmente pela liderança do grupo. Nas palavras de um dos entrevistados, participante da diretoria da Associação, a atividade exercida atualmente é vista como formal e lícita, como pode ser observado a seguir:

> Eu acho que olham uma atividade, para mim particularmente, uma atividade bem lícita e bem formal. Porque antes tinha essa coisa do informal, porque antes verdadeiramente quem não era microempresário estava na informalidade. Ele era simplesmente um autônomo. Mas, ele estava na informalidade, de certa forma, a gente não pagava imposto nenhum e desenvolvia aquela atividade comercial. Hoje não. Hoje a gente paga determinado imposto, e tem esse reconhecimento legal. Da atividade lícita (JOÃO, 30 anos. Dados da Entrevista. Pesquisa de campo realizada em 28 março 2015).

Enfim, a legalidade é importante elemento para compreender a identidade ocupacional destes sujeitos. A lei do MEI não tinha por intenção criar um novo tipo identitário, produzir uma nova figura ocupacional, sua formalização consta apenas e tão somente no que concerne à arrecadação de tributos fiscais, previdenciários e trabalhistas. Entretanto, os integrantes da ASSOVAMB ampliaram a formalidade fiscal atribuída pela Lei para toda a sua atividade laboral, se apropriaram da Lei para construir uma identidade ocupacional positiva, buscando superar e argumentar pela superação do desvio a qual eram rotulados em suas interações sociais. Entretanto essa identificação foi construída para ser transitória, na medida em que almejam se tornar empresários ou seguir as profissões em que se formaram.

A identidade ocupacional de cada indivíduo tem estreita ligação com o mundo do trabalho em que está inserido, pois o Eu é um processo em construção constante que tem por base a interação com o Outro e com a sociedade em geral. O trabalho tem papel da maior importância para a configuração da identidade de uma pessoa, pois, além de ser elemento de relevância para a demarcação de posições, *status* e reconhecimentos sociais, também abre espaço para pertencimentos a grupos e a localização do seu lugar no mundo, pois o homem quando trabalha constrói a si próprio.

O mundo do trabalho oferece aos trabalhadores um esquema de tipificações ocupacionais, e as associações ocupacionais contribuem no intuito de criar laços de pertencimento e manter consolidada as especialidades dentro da divisão social do trabalho.

Alguns integrantes da ASSOVAMB eram, anteriormente à constituição em Associação e fixação em um camelódromo, camelôs e vendedores ambulantes, tendo essa ocupação forte incidência no modo como narram suas trajetórias biográficas e conformam suas atuais identidades ocupacionais. Afirmam ser Micro Empreendedores Individuais, com as exceções demonstradas anteriormente. Aqueles que já tiveram uma experiência nas ruas compreendem o MEI como uma transição entre o camelô e o empresário, e aqueles que nunca trabalharam nas ruas se apropriam da figura do MEI como uma ocupação temporária, especialmente aqueles que têm graduação e almejam retornar às suas profissões.

São elementos acionados para a construção de suas identidades ocupacionais o espaço, o produto e a lei. As transformações empreendidas no espaço do camelódromo, organizando as bancas e corredores; os investimentos em produtos de melhor qualidade, segmentação e ampliação do estoque, bem como, a organização no modo de expor a mercadoria; e a regularidade fiscal, com a inscrição na Lei do Micro Empreendedor Individual foram incentivos da Prefeitura e especialmente da ASSOVAMB, visando a alteração nos atributos de sua ocupação, e assim alterando o modo como se identificam ocupacionalmente. Em que pese a Lei do MEI não ter sido elaborada para a definição de uma nova ocupação, os integrantes entrevistados se apropriaram desta legislação para construir uma identidade ocupacional de prestígio, marcando a saída dos tipos identitários de camelô e vendedor ambulante, através da manipulação cotidiana da norma para a superação de uma identificação estigmatizada pelo desvio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De todo o abordado, a partir do questionamento inicial sobre como os integrantes da ASSOVAMB (Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim) entendem o exercício de sua atividade e sua identidade ocupacional, após a constituição de uma associação civil, a fixação no espaço de um camelódromo e a formalização na Lei do Micro Empreendedor Individual, e, também, considerando o fato de terem em algum momento trabalhado ou não nas ruas, podemos concluir, portanto, que os integrantes entrevistados da ASSOVAMB entendem o exercício de suas atividades como um comércio lícito e formal, entretanto, sujeito a estigmas a serem superados e corrigidos, pois entendem que os tipos identitários dos camelôs e vendedores ambulantes são marcados pelo aspecto da sobrevivência e da falta de opção de seus membros.

Dentre um amplo leque de ocupações no esquema de tipificações do mundo do trabalho, os integrantes entrevistados se auto definem como Micro Empreendedores Individuais ou microempresários, utilizando como argumento o ingresso da atividade na Lei do Micro Empreendedor Individual e a inscrição no Portal do Micro empreendedor, em que pese alguns se definirem lojistas e camelôs, mas nenhum se reconhecer como vendedor ambulante, tal como previsto no nome da Associação - Associação dos Vendedores Ambulantes de Betim.

Importante ressaltar que os integrantes entrevistados não compreendem a Associação como fator direto e determinante para suas identidades ocupacionais, entretanto, conseguem visualizar diversas vantagens em ser associado, como a organização e revitalização do espaço do camelódromo, bem como, o incentivo dado para a formalização fiscal na Lei do MEI, proposições estas integrantes de políticas de formalização fiscal do empresário e de revitalização dos centros urbanos. A Associação se mostra ainda relevante para a representatividade do grupo frente à órgãos públicos e investidores, claramente vislumbrada como um mecanismo para a concretização de interesses de seus membros, sendo relevante na medida em que consegue conquistar objetivos, um interesse acentuado pelo caráter comercial da atividade laboral dos integrantes da Associação.

Há diferenças no modo como aqueles integrantes que já trabalharam nas ruas e aqueles que nunca tiveram essa experiência em suas trajetórias biográficas abordam suas identidades ocupacionais. Aqueles que já trabalharam nas ruas, como camelôs ou vendedores ambulantes, afirmam que atualmente são Micro Empreendedores Individuais, entretanto, consideram essa

ocupação como uma fase transitória entre a informalidade e a formalidade, entre o camelô/vendedor ambulante e o empresário, e como entendem que o camelô e o vendedor ambulante são ocupações estigmatizadas, o MEI pode ser compreendido como uma fase intermediária de adaptação à uma nova ocupação, como a de empresário, visto que para a construção de uma identidade ocupacional são necessários atos de atribuição por outros e atos de pertencimento por si mesmo, e diante de divergências, os indivíduos realizam transações identitárias para acomodar a identidade para si e a identidade para o outro.

A Lei do MEI não foi criada com o fim de criar uma nova ocupação, visto que o Código Civil já dispõe da figura do empresário de forma ampla, para indicar todo aquele que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços, e a Lei Complementar que regula a figura do Micro Empreendedor Individual claramente diz que este corresponde ao empresário individual. A Lei do MEI visa a formalização e regularização da questão fiscal da micro, pequena e média empresa, entretanto, os integrantes da ASSOVAMB se apropriaram e manipularam a norma para uma situação subjetiva de identificação ocupacional que consideram positiva socialmente.

Já aqueles entrevistados que nunca tiveram uma experiência nas ruas, também se afirmam Micro Empreendedores Individuais ou microempresários, utilizando a Lei do MEI como base de argumentação. Esses integrantes demonstram ter maior escolaridade, até mesmo formações de nível superior. Tal como os entrevistados que já trabalharam nas ruas, entendem que o MEI é uma fase transitória, no entanto, a entendem no sentido de temporária, entre a formação e o ingresso na profissão em que são formados.

Importante frisar que os integrantes entrevistados afirmam haver uma formalização plena da atividade, embora a Lei se restrinja à formalidade fiscal. Assim, os integrantes da ASSOVAMB continuam sendo informais no que diz respeito à utilização do espaço, já que não detém licença de uso, e informais no que se refere ao exercício da atividade, pela ausência de alvará da Prefeitura para realizar comércio no município.

Mas, sem se aterem a esta informalidade, os entrevistados destacam, para construírem uma identidade ocupacional positiva, elementos como a Lei, o espaço e os produtos, de modo queo ingresso na Lei do MEI, a revitalização do espaço do camelódromo, aliado a melhoria dos produtos ofertados, são acionados para auxiliarem na construção de uma identidade que consideram coerente com a trajetória que tem, contribuindo para alçar voos mais altos através do alcance do *status* de empresário em projetos futuros.

Assim, a Associação influência indiretamente e de modo, por vezes, imperceptível. Apesar disto, não se pode afirmar que a ASSOVAMB conseguiu demarcar de forma eficaz

fronteiras identitárias, pois a figura do micro empreendedor, apesar de citada pela maioria dos entrevistados, foi conjugada com outras ocupações como a do comerciante, do lojista, do camelô, isto porque, a trajetória biográfica dos trabalhadores tem incidência da maior importância, por um princípio de continuidade narrativa de suas histórias.

Os elementos utilizados pelos entrevistados para a construção de uma identidade ocupacional foram o espaço, o produto e a lei. Estes três elementos foram utilizados das mais diferentes formas para identificações por similaridade ou por diferenciação. Assim, o espaço e a estrutura no espaço os diferenciam de vendedores ambulantes e os assemelham a lojistas. O produto os diferencia de vendedores ambulantes e camelôs e os aproxima de comerciantes em geral. E, a lei os diferencia de camelôs e vendedores ambulantes e os aproxima dos empresários, lojistas e comerciantes. O que se nota é uma tentativa de se diferenciar dos vendedores ambulantes e camelôs, porque vêem estes tipos identitários como alvo de estigma social, por trabalharem nas ruas, venderem mercadorias consideradas de pouca qualidade e serem informais. Assim, o espaço, a Lei e o produto têm incidência direta sobre a identidade ocupacional dos entrevistados e a Associação tem incidência indireta.

Ao nos atentarmos para as hipóteses correlacionadas na introdução desta dissertação podemos perceber que, em que pese a maioria dos entrevistados se definirem como Micro Empreendedores Individuais, demonstrando a existência de uma identidade ocupacional comum, assimilam esta figura de maneira individual, articulando com suas trajetórias biográficas particulares, por isso, há a conjugação com outras ocupações, de modo que apresente para si e para os outros a figura de um Eu coerente. Deste modo, poderíamos dizer de maneira geral que os integrantes da Associação adotaram uma identidade comum porque foram marcados da mesma maneira pelo processo associativo empreendido, adotando o tipo identitário de Micro Empreendedores Individuais, não obstante, se olharmos individualmente, podemos perceber que as articulações e as reflexões sobre a própria identidade se dá de forma particular. Assim, as hipóteses 1 e 2 podem ser objeto de confirmações, contudo a hipótese 1 se mostra mais adequada quando se analisa o conjunto das entrevistas.

A Associação tem especial importância neste processo, pois empreende a missão de construir para seus membros identidades de prestígio. A reunião em um camelódromo e a revitalização do espaço teve como ponto de partida fatores externos, originados de órgãos públicos, a Prefeitura e o Ministério Público respectivamente. No entanto, a Associação é vista por seus integrantes como mecanismo importante de diálogo e negociação nestes processos. O mesmo se pode afirmar da formalização na Lei do MEI, sugerida pela Prefeitura, mas incentiva e implementada pela Associação.

A ASSOVAMB, ao empreender melhorias nas condições estruturais do camelódromo e incentivar a regularidade fiscal da atividade, promove internamente e externamente, com uma argumentação articulada, uma imagem considerada positiva, em ação similar às associações profissionais. Esta argumentação é realizada pelas lideranças da Associação, deste modo se percebe os líderes assumindo no processo associativo o papel de executivos, construindo para seus integrantes uma política de identidade baseada na figura do Micro Empreender Individual que foi alvo de apropriação eficaz pelos membros, portanto, a hipótese 3 se mostra adequada às conclusões aqui consideradas.

Nesta dissertação podem ser apontadas algumas limitações de pesquisa. A primeira limitação consta da dificuldade em dialogar com a Prefeitura Municipal de Betim, para obter dados e informações sobre as políticas incidentes sobre a atividade do camelô e do vendedor ambulante, bem como sobre o camelódromo da cidade. A segunda limitação diz respeito a ausência, por parte da Associação, de um censo dos seus integrantes, um cadastro com dados, sendo que este cadastro vem sendo realizado alguns anos sem que fosse concluído.

A terceira e quarta limitação foi percebida durante a análise das entrevistas. A terceira limitação consta na elaboração de perguntas por demais abertas, o que conferiu uma grande riqueza de detalhes, contudo, talvez tenha gerado uma grande extensão no número de classificações e denominações, pela complexidade da realidade. E por fim, a quarta limitação foi percebida na utilização dos recursos visuais, visto que as fotos foram selecionadas pelo critério de atividades laborais que se utilizam do espaço público no centro de Betim, no entanto, apontar a figura do empresário pode ter criado dificuldade pela ausência, por exemplo, de fotos demonstrando estabelecimentos lojistas e *shoppings.*

Enfim, sabendo que uma pesquisa nunca se encontra plenamente acabada, sendo um processo infinito de análise e observação, é que propõe algumas sugestões para projetos futuros: Estudo comparado entre Betim e Belo Horizonte no que se refere à organização em camelódromos e o modo como se organizam enquanto grupo. Ou ainda, como a idéia embutida na política de revitalização dos centros urbanos foi apropriada pelos centros municipais da região metropolitana de Belo Horizonte? Elas têm atuado para se inserir no mercado de cidades nacionais e internacionais? E por fim, como camelôs e vendedores ambulantes que tem formação superior ingressam nessas atividades? Quais são os projetos de futuro? Como elaboram suas identidades ocupacionais?

REFERÊNCIAS

AGIER, Michel. **Os saberes urbanos da antropologia**. In: Antropologia da Cidade: lugares, situações, movimentos. Tradução de Graça Índias Cordeiro. São Paulo: Terceiro Nome, 2011, p.59-88. Série Antropologia Hoje

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; TRACY, Kátia Maria de Almeida**. Noites nômades:** espaço e subjetividade nas culturas jovens contemporâneas. Rio de Janeiro: Rocco, 2003. 250p

ANTUNES, Ricardo. Os modos de ser da informalidade: rumo a uma nova era da precarização estrutural do trabalho?. **Serviço Social e Sociedade**,São Paulo , n. 107, p. 405-419, Sept. 2011 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-66282011000300002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em01 Aug. 2015.

ANTUNES, Ricardo. A nova morfologia do trabalho e as formas diferenciadas da reestruturação produtiva no Brasil dos anos 1990. **Sociologia**, vol.27, pp. 11-25. 2014. Disponível em <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0872-34192014000100002&lang=pt> Acesso em 01 Aug. 2015.

BECKER, Howard Saul. **Outsiders**: estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. 231 p.

BERGER, Peter. L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade** Tratado de sociologia do conhecimento. Ed. Vozes. 1985.

Betim. Lei nº. 909 de 30 de Outubro de 1969. Código de Posturas Municipais. **Diário Oficial** 30 de outubro de 1969. Disponível em <http://www.dpurb.betim.mg.gov.br/site/wp-content/uploads/downloads/2011/08/CODIGO_POSTURA.pdf> Acesso em 20 out 2015

BETIM. Lei nº 3933, de 19 de janeiro de 2004. Dá denominação oficial de "José Geraldo Nepomuceno" ao camelódromo municipal a ser construído na praça do centro de abastecimento de Betim - CEABE. **Diário Oficial** 19 de janeiro de 2004.

BETIM. Lei nº 4690 de 13 de agosto de 2008. Proíbe os vendedores ambulantes de comercializar espaço no camelódromo. **Diário Oficial** 13 de agosto de 2008.

BETIM. Lei Ordinária 05881 de 06 de maio de 2015. Declara De Utilidade Pública Municipal da ASSOVAMB - Associação Dos Vendedores Ambulantes De Betim. **Diário Oficial** 06 maio de 2015 d

BETIM. Portal da Prefeitura de Betim. **Memória e Patrimônio Cultural** . Bens tombados. Disponível em http://www.betim.mg.gov.br/prefeitura_de_betim/outros_orgaos/funarbe/memoria_patrimonio_cultural/bens_tombados/40625%3B39103%3B0716181302%3B0%3B0.asp Acesso em 18 set 2015 (a)

BETIM. Portal da Prefeitura de Betim. **Nova fase da revitalização do centro:**Após retirada dos camelôs, Prefeitura conta com colaboração de lojistas para manter calçadas livres.

Disponível em <http://www.betim.mg.gov.br/noticias/39898;43351;06;2864;30500.asp> Acesso em 18 set 2015 (b)

BETIM. Portal da Prefeitura de Betim. **Falando de Betim**. Disponível em <http://www.betim.mg.gov.br/prefeitura_de_betim/falando_de_betim/o_municipio/39037%3B36637%3B070912%3B0%3B0.asp> Acesso em 31/07/2015 (c)

BLUMER, Herbert. **A natureza do interacionismo simbólico**. In: Teoria da Comunicação. MORTENSEN, C. David (Org.). São Paulo. Mosaico, 1980.

BRASIL . Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da União** Brasília, 5 de outubro de 1988.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União** Brasília, 11 de janeiro de 2002

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. **Diário Oficial da União** 15 dez 2006, republicado em 31 jan 2009, republicado em 31 jan 2012 e republicado em 6 março 2012.

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. **Diário oficial da União** 22 dez 2008.

BRITO, Fausto; CAMARGOS, Elisangela de Oliveira.**A participação de Betim no processo de expansão urbana na Região Metropolitana de Belo Horizonte**. Disponível em < http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/outros/5EncNacSobreMigracao/comunic_sec_1_par_bet_pro.pdf> Acesso em 8nov 2015

CACCIAMALI, Maria Cristina. (Pré -) Conceito sobre o setor informal, reflexões parciais embora instigantes. **Revista Econômico**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 145-168, junho 2007. Disponível em <http://www.proppi.uff.br/revistaeconomica/sites/default/files/V.9_N.1_DOSSIER_3_Cacciamali.pdf> Acesso em 01 Aug, 2015

CAGGIANO, Sergio. Conexões e entrecruzamentos: configurações culturais e direitos em um circuito migratório entre La Paz e Buenos Aires. **Mana**. 2012, vol.18, n.1, pp. 63-90. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132012000100003> Acesso em 01/02/2015

CAMPOS, Darlan P. de. **Map of Minas Gerais** highlighting Betim. 2006. Disponível em https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MinasGerais_Municip_Betim.svg Acesso em 10 nov 2015

CARLOS, Euzeneia. Movimentos sociais: revisitando a participação e a institucionalização. **Lua Nova,**São Paulo , n. 84, p. 315-348, 2011 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452011000300011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em24/08/2015

CARRIERI, Alexandre de Pádua; ALBUQUERQUE, Carolina Machado Saraiva de; MURTA, Ivana Benevides Dutra; SOUZA, Mariana Mayumi Pereira de. De camelô a empreendedor? O impacto da mudança espacial na identidade dos ambulantes. **Revista Gestão Organizacional**, p. 273-291, 2009.

CASTRO, Maria Aparecida Carvalho de. **O camelô em Belo Horizonte: aspectos da informalidade e da identidade.** 91f. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais: Gestão das Cidades. 2003.

CHIESA, Carolina Dalla; GOIS, Pedro Henrique de; LUCA, Gabriela de; CAVEDON, Neusa Rolita. Tramando arames, pedras e fios: espaço e estigma no trabalho de um artista. **Revista Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, vol. 51, nº 1, p. 32-41, jan/abr 2015

COELHO, Luiz Antonio Luzio. **Tal objeto tal dono**. In: Identidades: recortes multi e interdisciplinares. LOPES, Luiz Paulo da Moita; BASTOS, Liliana Cabral (Org.). Campinas: Mercado de Letras, 2002. p.69-81

DELGADO. Lucilia de Almeida Neves. História oral e narrativa: tempo, memória e identidades. **História Oral**. Dôssie Tempo e Narrativa. 2003, p. 9-25.

DELGADO, Maurício Godinho. **Curso de direito do trabalho**. 14. ed. São Paulo, SP: LTR, 2015.

DEUS, Adélia Meireles de; CUNHA, Djanira do Espirito Santos Lopes; MACIEL, Emanoela Moreira. **Estudo de caso na pesquisa qualitativa em educação**: uma metodologia. Disponível em <http://www.ufpi.br/subsiteFiles/ppged/arquivos/files/VI.encontro.2010/GT.1/GT_01_14.pdf > Acesso em 30/08/2015

DUBAR, Claude. A construção de si pela atividade de trabalho: a socialização profissional. **Cadernos de Pesquisa**. V. 42, n 146, p. 351-367, 2012.

DUBAR, Claude. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão Social do Trabalho.** São Paulo: Abril Cultural, 1973 IX, 483 p. (Os pensadores)

FOLLMANN, J. Ivo**. Identidade como conceito sociológico.Revista Ciências Sociais Unisinos**. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, v. 37, n. 158, p. 43-66, São Leopoldo, UNISINOS, 2001.

FRANZOI, Naira Lisboa. **Ocupação.** Dicionário da Educação Profissional em Saúde. Fundação Oswaldo Cruz. Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio. 2009. Disponível

em http://www.sites.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/ocu.html Acesso em 20 agost 2015

FREHSE, Fraya. Erving Goffman, sociólogo do espaço. **Revista brasileira de Ciências Sociais.** 2008, vol.23, n.68, pp. 155-166. ISSN 0102-6909. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092008000300014&script=sci_arttext> Acesso em 26 set 2015

GALEAZZI, Irene. **Precarização do trabalho**. In: Dicionário crítico sobre trabalho e tecnologia. CATTANI, Antonio David. 4. ed. rev. e ampl. Petrópolis: Vozes; Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2002. 233 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GODINHO, João. Imagem. **'Jeitinho brasileiro' chega aos semáforos junto com inflação**. 11/08/2014, Disponível em <http://www.otempo.com.br/capa/economia/jeitinho-brasileiro-chega-aos-sem%C3%A1foros-junto-com-infla%C3%A7%C3%A3o-1.897819> Acesso em 01/02/2015

GOFFMAN, Erving. **Estigma:** notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Guanabara, 1891

GONDIM, PINILLA. Portal do Desenvolvimento Local. **Betim é líder nacional em sobrevivência de empresas**. Disponível em <http://www.portaldodesenvolvimento.org.br/betim-e-lider-nacional-em-sobrevivencia-de-empresas/> Acesso em 31/07/2015

GUIMARAES, Nadya Araujo. A sociologia dos mercados de trabalho, ontem e hoje.**Novos estudos CEBRAP**,São Paulo , n. 85, p. 151-170, 2009 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002009000300007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em01 Aug. 2015.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbrido**s**: palavras-chave da antropologia transnacional. **Mana** 1997, vol.3, n.1, pp. 7-39. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131997000100001&script=sci_arttext> Acesso em 26 set 2015

JACQUES, Maria da Graça. **Identidade e Trabalho**. In: Dicionário crítico sobre trabalho e tecnologia. CATTANI, Antonio David. 4. ed. rev. e ampl. Petrópolis: Vozes; Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002

JAYME, Juliana Gonzaga; NEVES, Magda de Almeida. Cidade e espaço público: política de revitalização urbana em Belo Horizonte. **Caderno Centro de Recursos Humanos**,Salvador , v. 23, n. 60, p. 605-617, Dec. 2010 . Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792010000300011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em01 Aug. 2015.

JAYME, Juliana Gonzaga; NEVES, Magda de Almeida. **Shoppings populares**: repensando o uso do espaço público em Belo Horizonte. In: Democracia participativa: a experiência de

Belo Horizonte. AZEVEDO, Sérgio de; NABUCO, Ana Luiza; JACINTO, Claudinéia (Org). Belo Horizonte: Leitura, Prefeitura de Belo Horizonte, 2008. 290 p.

JAYME, Juliana Gonzaga; CHACHAM, Alessandra Sampaio;MORAIS, Mariana Ramos de. Mulheres da "Zona Grande": negociando identidade, trabalho e território. **Sexualidad, Salud y Sociedad.** (Rio J.) 2013, n.14, pp. 138-163. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-64872013000200007&script=sci_arttext> Acesso em 25 out 2015

KOPPER, Moisés. Política, Economia e Mediação Simbólica Notas etnográficas sobre a experiência de transição a partir do Camelódromo de Porto Alegre. Rev. **Cadernos de Campo.** São Paulo, n. 20, p. 33-50, 2011.

LEONELLO, João Carlos; COSAC, Claudia Maria Daher. **O associativismo como alternativa de desenvolvimento e sustentabilidade social**. Disponível em http://www.estudosdotrabalho.org/anais6seminariodotrabalho/joaocarlosleonelloeclaudiamariadahercosac.pdf Acesso em 20/08/2015

LIEDKE, Elida Rubini. **Trabalho**. In: Dicionário crítico sobre trabalho e tecnologia. CATTANI, Antonio David. 4. ed. rev. e ampl. Petrópolis: Vozes; Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002

MEDEIROS, Luiza Ferreira Rezende de; MACEDO, Kátia Barbosa. Catador de material reciclável: uma profissão para além da sobrevivência?. **Psicologia Social**,Porto Alegre , v. 18, n. 2, p. 62-71, ago. 2006 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822006000200009&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em08 out. 2015.

MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. **Curso de direito constitucional**. 7.ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012

MENDES, Luís. Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado. **Caderno Metrópole**, São Paulo, v.13, n. 26, p. 473-495, Jul/Dez 2011. Disponível em <http://www.cadernosmetropole.net/download/cm_artigos/cm26_222.pdf> Acesso em 01 Aug 2015

MILLS, Theodore M. **Sociologia dos pequenos grupos**. São Paulo: Pioneira, 1970. 220p.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo**:** oposição ou complementariedade?. **Caderno de Saúde Pública.** Rio de Janeiro. 1993, p. 239-262. MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento** Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Editora Hucitec. 2010

NARDI, Henrique Caetano; TITTONI, Jaqueline; BERNARDES, Jefferson Souza. **Subjetividade e Trabalho**. . In: Dicionário crítico sobre trabalho e tecnologia. CATTANI, Antonio David. 4. ed. rev. e ampl. Petrópolis: Vozes; Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002

NEIMAN, Guillermo; QUARANTA, Germán. **Los estúdios de caso em la investigacion sociológica**. In: Estrategias de investigación cualitativa. Coord GIALDINO, Irene Vasilashis.

Ed. Gedisa. Biblioteca de Educación

NEVES, Magda de Almeida. As transformações no mundo do trabalho: crise e desafios. **Revista Tribunal Regional do trabalho da 3ª Região**, Belo Horizonte, v.27, n.57, p.25-33, Jul/Dez 1997. Disponível em <http://www.trt3.jus.br/escola/download/revista/rev_57/Magda_Neves.pdf> Acesso em 01 Aug. 2015

Organização Internacional do Trabalho (OIT). **Transição da economia informal para a economia formal.** Relatório V (1)Conferência Internacional do Trabalho, 103ª Sessão, 2014. Disponível em http://www.ilo.org/public/portugue/region/eurpro/lisbon/pdf/relatorio103_v1_pt.pdf> Acesso em 01 Aug 2015

OLIVEIRA. Roberto Cardoso. Identidade étnica, identificação e manipulação. **Revista Sociedade e Cultura**, v. 6, n. 2, jul./dez. 2003, p. 117-131. Disponível em <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/912/1116> Acesso em 25 out 2015

PARK, Robert Ezra. **A cidade**: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: O fenômeno urbano. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. 133p

PEREIRA DE SÁ, Celso**. Representações Sociais:** o conceito e o estado atual da teoria. In: O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social. Org.SPINK, Mary Jane P. São Paulo: Brasiliense. 2004.

POCHMANN, Marcio. Brasil: segunda grande transformação no trabalho? **Estudos Avançados**, São Paulo , v. 28, n. 81, p. 23-38, Aug. 2014 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142014000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 01Aug. 2015.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. Conferência traduzida por ANGRAS, Monique. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro. Vol5, n. 10, 1992, p. 200-2012.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social Métodos e Técnicas**. São Paulo: editora Atlas. 2007

SANCHEZ, Fernanda. A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. **Revista Sociologia. Política**, Curitiba , n. 16, p. 31-49, Junh 2001 . Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782001000100004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em01 Aug. 2015.

SANTANA, Marco Aurélio**.** Trabalho, política e identidade: da fragmentação à síntese. **Revista Teias**., Rio de Janeiro, ano 5, n. 9-10, Jan/Dez 2004. Disponível em <http://www.periodicos.proped.pro.br/index.php/revistateias/article/view/141/139> Acesso em 01 Aug2015

SANTOS, Geórgia Patrícia Guimarães dos. Desemprego, informalidade e precariedade: a situação do mercado de trabalho no Brasil pós-1990. **Pro-Posições**,Campinas , v. 19, n. 2, p. 151-161, Aug. 2008 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-

73072008000200011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em01 Aug. 2015.

SILVA, Maíra Jéssika Fernandes; CUNHA, Moisés Ferreira da; IARA, Renielly Nascimento; MACHADO, Camila Araújo. **A percepção do Micro empreendedor Individual no Estado de Goiás sobre seus indicadores econômico-financeiro após sua formalização**. VIII Encontro de Estudo em Empreendedorismo e Gestão de pequenas empresas (EGEPE), Goiânia, 24-28 de 2014.

SMITH, Neil. Gentrificação, a fronteira e a reestruturação do espaço urbano. SANFELICI, Daniel de Mello (Trad). **Revista dos Programas de Pós-Graduação em Geografia Humana e Geografia Física do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo**(GEOUSP) – Espaço e tempo, São Paulo, n. 21, p. 15-31, 2007. Disponível em <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/Geousp/Geousp21/Artigo_Neil.pdf> Acesso em 01 Aug 2015

SPINK, Mary Jane P; Benedito, MEDRADO.**Produção de sentido no cotidiano**: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas. In: Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004. 296p

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A democracia na América**. 2. ed. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: Ed. da USP, 1977. xi, 620p.

VELSEN, J. Van. **A análise situacional e o método de estudo de caso detalhado**. In: Antropologia das sociedades contemporâneas: métodos. FELDMAN-BIANCO, Bela (Org.). São Paulo: Global, 2010. 402p.

ZAMBELLI, Paulina Helena Lima. **O trabalho informal dos camelôs na região central de Belo Horizonte e a transferência para os shoppings populares**. 213f. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais: Gestão das Cidades. 2006

APÊNDICE A -Roteiro de entrevista - Associação e cotidiano

Nome: _____idade:_____sexo_____

Ocupação:_____Quanto tempo está nessa ocupação_____

Já teve outra ocupação? () sim ( ) não Qual: _____

Quantas horas por dia você se dedica a esta ocupação: _____

1) Como começou sua relação com a ocupação?

- Se proveniente de outro município, porque escolheu o Município de Betim para trabalhar

2) Inicialmente, onde realizava a atividade? Como escolheu o local?

3) Como era o entorno do seu local de trabalho, em particular o Município de Betim

4) Quais eram os produtos vendidos?

- Como eram expostos?
- Onde ficavam os produtos?
- Como eram transportados?
- Qual a origem dos produtos?
- Como era a forma de pagamento dos fornecedores?
- Como era realizado o pagamento pelos clientes?

5) Como era a clientela?

6) Como era a relação com outros vendedores

- Existia uma organização?

Se sim:

- Como era essa organização?
- Quem liderou essa organização?
- Quais foram as principais ações realizadas por essa organização?
- Você participou em algum momento da organização?

Porque? Como?Onde?Quando?Para que?Existia mais de uma organização dos vendedores

Se recorda da fundação da ASSOVAMB e da respectiva eleição da diretoria?

Sabe os motivos que levaram a organização por meio de associação civil?

7) Como era a relação com a Prefeitura e com os agentes de fiscalização?

8) Como era a relação com a Câmara dos vereadores?

9) Na sua opinião, quais as principais metas da Associação

10) Quais são seus objetivos pessoas com relação a Associação

APÊNDICE B:Roteiro de entrevista – identidade ocupacional

PERFIL	
Nome:	**Idade:**
Naturalidade:	**Sexo:**

1) Histórico da vida laboral

- Em quais ocupações já trabalhou
- Qual a atual ocupação
- Como começou a trabalhar como vendedor (a)
- Há alguém na família que também trabalha nesta ocupação
- Lugares por onde trabalhou
- Como você acha que as pessoas vêem a sua atividade

2) Histórico associativo

- Porque associou
- Quais eram as expectativas iniciais
- Se mudou alguma coisa na sua vida laboral após aderir a Associação
- Você vê a existência de um único grupo ou percebe existir vários grupos
- Você se sente representado pela liderança da Associação?

RECURSOS VISUAIS A SEREM UTILIZADOS

3) Qual a ocupação das pessoas nas fotos ?

Quais elementos caracterizam essa ocupação?

4) Você se identifica em alguma das fotos?

MOMENTO DE "PURGA"

Quando eu digo.....que ideia isso invoca para você?

- Camelô
- Vendedor ambulante
- Lojista
- Empresário
- Micro Empreendedor Individual

APÊNDICE C: Recursos visuais

FOTO 1

FOTO 2

FOTO 3

FOTO 4

FOTO 5

FOTO 6(Fonte: Godinho, 2014)

FOTO 7

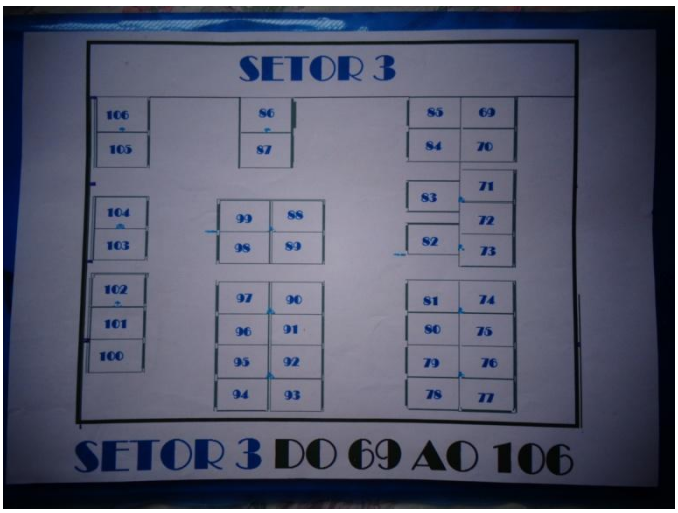
FOTO 8

FOTO 9

FOTO 10

ANEXO A: Setores do camelódromo

Setor 1

Setor 2

Setor 3