

## DESENVOLVIMENTO (IN)SUSTENTÁVEL NA ORLA DE COPACABANA (RIO DE JANEIRO):

### ATORES, RECURSOS E PROCESSO PARTICIPATIVO

Caterine Reginensi<sup>1</sup>

#### INTRODUÇÃO

No âmbito de uma pesquisa internacional denominada *La petite fabrique locale du développement urbain durable* (A pequena fábrica local do desenvolvimento sustentável), procurou-se analisar criticamente, no contexto da metrópole carioca, o Plano estratégico da Cidade do Rio de Janeiro (PECRJ), assim como três projetos urbanos implementados pela municipalidade (O projeto de renovação da Orla do Rio de Janeiro, o projeto de urbanização da favela da Providência, e o projeto de regularização fundiária da favela Rocinha).

O objetivo principal de esta pesquisa foi de estudar o processo de mobilização dos atores locais, através dos recursos materiais, financeiros, e simbólicos utilizados, sem negligenciar os elementos de legitimação desse processo que emergem nos diferentes níveis e esferas de poder. Consideramos que no espaço urbano, o desenvolvimento sustentável atualiza os desafios e as contradições que conduzem a múltiplas estratégias, provenientes dos diferentes atores.

Essa comunicação - a partir do estudo e da etnografia desenvolvida na Orla de Copacabana - busca compreender, e questionar a realidade da “economia da praia” e dos seus atores a partir de uma perspectiva centrada sobre o conceito de sustentabilidade, definida aqui como um desenvolvimento compartilhado, que procura beneficiar os atores envolvidos. Neste sentido, esta contribuição, considerando as motivações, as dinâmicas e os princípios que regem a dinâmica social na orla carioca, busca melhor compreender a idéia de espaço público como objeto de estudo, campo empírico das relações sociais e expressão da cidadania.

Revisitando os dados obtidos, propõe-se refletir sobre como se constrói na Praia de Copacabana um contexto local, e específico a partir da análise dos seguintes elementos :

- os atores envolvidos em ação;
- as situações de vulnerabilidade e as estratégias de resistência;

---

<sup>1</sup> Antropóloga, pesquisadora no GRECAU/ Escola de Arquitetura de Toulouse-França no FACI/ESS Universidade Federal do Rio de Janeiro –Brasil

- os confrontos, os conflitos, assim como os processos de negociações, os acordos (tácitos ou explícitos), as competências e, enfim, as formas de ação coletiva.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

*Rio de Janeiro: o planejamento estratégico um instrumento de gestão urbana e a sustentabilidade*

Na perspectiva de estudar o processo em torno do desenvolvimento urbano sustentável no espaço carioca foi adotado como procedimento uma análise crítica do Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro (PECRJ) (GOMES, 2006, REGINENSI, 2005, 2008). e estudo de três projetos implementados pela municipalidade. Através da identificação de estratégias e de conflitos de atores que se estruturam em torno desses projetos, tentamos apreender a complexidade inerente à cidade sustentável, ao mesmo tempo no nível programático e à escala de indivíduos e de grupos.

### Resumo do quadro jurídico da política urbana e o Plano Estratégico da cidade

*1980 – Processo de abertura política e retorno à democracia*

*Mudança de Orientação na gestão do espaço urbano- fim da política de remoção de favelas*

*1987 – Afirmação do Movimento Nacional pela Reforma Urbana (MNRU): articulação de vários movimentos sociais em torno de proposições por uma política urbana democrática*

*1988 – Constituição Federal*

*O Plano Diretor torna-se obrigatório para todas as cidades de mais de 20 000 hab.*

*2001 – Promulgação do Estatuto da Cidade A gestão democrática e a participação popular como exigência fundamental na política urbana*

*1993 - (publicação em 1996) Elaboração do Plano Estratégico I “Rio Sempre Rio” com a consultoria de J. Borja e M. Castells*

*2001 - Publicações do Plano Estratégico II “As cidades da Cidade”*

*Divisão da cidade em 12 regiões de planejamento - « Um mergulho no coração de 12 regiões diferentes para traçar o futuro de cada uma delas e desenhar a nova metrópole com a participação da população de todos os cidadãos » (Prefeitura : [www.riogov.br](http://www.riogov.br))*

*Princípios: a cidade como um todo e não como um todo e não como a soma de suas partes.*

*Inovação (Universidades e centros de pesquisas): garantia de um processo de transformação urbana equilibrada*

*Previsão, identificação e mobilização de potenciais de cada região de planejamento*

*OBJETIVOS: Cidade competitiva: «Capaz de enfrentar os desafios de novos paradigmas introduzidos pela revolução tecnológica na era da globalização: cidades adaptáveis, flexíveis, receptivas e capazes de inovar”*

*Sustentabilidade: forjar uma mentalidade apta a identificar no presente oportunidades para o futuro, instaurando um processo democrático e permanente de interação com seus cidadãos, para garantir a continuidade do processo de transformação da cidade e de sua independência em relação à mudanças administrativas.*

Podemos afirmar que a análise do PECRJ tanto na sua primeira versão como na sua forma atual corrobora as análises de Harvey (1996) segundo as quais a estratégia de empresariamento urbano tem com foco de atenção muito mais a economia política do local do que do território, já que os projetos de natureza social que viriam a beneficiar mais diretamente os segmentos mais pobres da população como habitação, educação etc, são secundarizados em função de empreendimentos pontuais de interesse

do capital.

É no contexto e na prática, de superposição do Plano Diretor pelo Plano Estratégico que a noção de desenvolvimento sustentável é destacada na política da cidade, traduzindo-se por uma série de iniciativas veiculadas por um discurso que enfatiza a democracia local, a proteção e a valorização do patrimônio constitutivo da cidade.

### *A Orla de Copacabana e o sub-projeto de pesquisa*

O objetivo geral do sub-projeto de pesquisa “Experiências vividas- a Orla de Copacabana, Rio de Janeiro- na fala dos seus usuários” era entender a lógica da política urbana para o desenvolvimento da orla e, mostrar como se articulam, na metrópole, os desafios de desenvolvimento social urbano e um sistema complexo de atores. As perguntas enfocadas foram: qual o papel que desempenha o comércio, formal e informal, na Orla? Uma forma de “urbanismo negociado” é possível? O desenvolvimento urbano sustentável pode servir de mediação entre as instituições e os usuários? Considerando que o fenômeno da mediação não se restringe a instituições formais e legalmente constituídas, outras visões vão sendo evidenciadas pela formação de uma nova categoria de mediadores que se pode chamar de “facilitadores”. A mediação pode ser abordada a partir de indivíduos-chave, atuação de político/candidato, organizações ou grupos, profissional como um advogado, um fornecedor.. A Orla é recentemente objeto de um projeto de reabilitação que consiste, em sua fase atual, reordenar os quiosques de venda de comidas e bebidas. Esta iniciativa coloca em evidência ao mesmo tempo os desafios econômicos e simbólicos deste espaço em torno do qual convergem fluxos de turistas e habitantes e as estratégias inerentes à sua valorização.

O projeto foi fruto de uma parceria entre a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e a empresa Orla Rio, que garantiu sua participação como concessionária por um período de 20 anos. Com efeito, tal projeto tinha como objetivo a revitalização dos quiosques da orla do Rio, dinamizando economicamente e culturalmente o espaço das praias: seriam construídos 309 quiosques em 8 praias cariocas (Leme, Copacabana, Arpoador, Ipanema, Leblon, São Conrado, Barra da Tijuca e Recreio). Os novos quiosques possuiriam banheiros, cozinha e depósito subterrâneos, além de um “deck” avançando sobre a areia, permitindo a liberação de espaço no calçadão.

Levantamos como hipótese o fato de que este projeto decompõe-se em várias fases: tempo de definição e seleção de desafios prioritários, que se poderia chamar de fase de programação, e um tempo de ações concretas (realização de obras) que seria uma fase operacional. Contudo, consideramos que seria demasiado simplista limitar o processo estudado às duas fases consecutivas, à medida que cada uma destas fases não incorpora necessariamente os mesmos atores, isto sem falar que um projeto como o Orla Rio pode desagregar-se e desaparecer<sup>2</sup>.

Precisa também dizer que os quadros das interações, entre diferentes atores, continuam ser múltiplos e flutuantes. Com efeito as pessoas observadas continuam de agir quando não são mais observadas e colocam em jogo recursos e constrangimentos cuja lógica escapa frequentemente ao pesquisador que observa.

2 Os 22 novos quiosques implantados em Copacabana, em novembro de 2007, parecem agonizar, pelo menos 3 já estão fechados e continuam não agradar aos cariocas “É ridículo oferecer champagne e pratos sofisticados aqui. Praia é lugar de água de coco e biscoito Globo” In, artigo do Jornal do Brasil intitulado “Fechados para balanço, abertos pela paixão”, de Ana Luisa Guimarães e Duilo Victor, 18/11/2007.

## A ETNOGRAFIA DO LUGAR

Observa-se que esta pesquisa foi alimentada por uma diversidade de experiências ocorridas em outras pesquisas. Copacabana foi escolhido com estudo de campo numa pesquisa em 2005 que revelou fluxos, interstícios e interações relevantes a ser aprofundados, e, de fato continuei a investigar a praia de Copacabana em 2006 e 2007. A seguir, apresento uma tabela para entender melhor os universos estudados e os métodos utilizados.

### 1. Tabela recapitulativa das pesquisas realizadas e dos universos estudados

Pesquisas e estudo realizados	Universos estudados	Número de questionários e entrevistas	Valorização / publicações
<b>Pesquisa de 2005:</b> “Experiências urbanas dos vendedores ambulantes no Rio de Janeiro”. Depois de várias observações in situ e de um levantamento e análise da literatura sobre a questão do comércio ambulante no Rio e outras cidades brasileiras (Sorj: 1988; Sena:2002; Castañeda: 2003; Melo & Teles:2000; Reginensi: 2004), abordamos o comércio ambulante no confronto de três tipos de espaços : 1) um espaço físico, material caracterizado por numerosas ambiências; 2) um espaço de relações sociais complexas; 3) um espaço do político, verificado pelo conflito de interesses.	<b>Copacabana, Rocinha Camelódromo</b>	101 questionários e entrevistas com organização dos camelos e técnicos da prefeitura	Participação no seminário internacional em México (julio de 2005) com tema <i>Commerce et mobilités urbaines à l’heure de la métropolisation</i> ”, Organização de um seminário internacional, em novembro de 2005, no Rio, publicação: GOMES M.F.C.M.2006 (org.) <i>Cidade, Transformações no Mundo do Trabalho e políticas públicas: a questão do comércio ambulante em tempos de globalização</i> . Rio de Janeiro : D P & A. Artigo publicado, em 2007, no dossier de <i>Cybergeo</i> revista online <a href="http://www.cybergeo.eu/index4870.ht">www.cybergeo.eu/index4870.ht</a>
<b>Pesquisa de 2006:</b> Pesquisa internacional numa parceria laboratório brasileiro-FACI/ e laboratórios franceses LISST-CIEU/GRECAU Universidade de Toulouse Le Mirail em 2006: “La petite fabrique du développement urbain durable. Une comparaison Nord/Sud” .	<b>Leme/Copacabana</b>	113 questionários a vários usuários da Orla -43 quest. aplicados a quiosqueiros e 29 quest. aplicados a vendedores ambulantes. Entrevistas com técnicos e atores econômicos	Participação no seminário de novembro de 2006 em Toulouse Monografia de conclusão de curso da Débora Santos: “Globalização da economia e transformações no mundo do trabalho e atividade ambulante: um estudo sobre o caso do Rio de Janeiro”. Orientadora: Maria de Fatima Cabral Marques Gomes
Estudo das práticas de consumidores do Camelódromo: Janeiro de 2007	Camelódromo e cruzamentos na volta do mercado Popular	111 quest. Aplicados e <b>etnografia urbana na praia de Copacabana</b>	Artigo em preparação para a Revista Espace et Sociétés de autoria de REGINENSI, GOMES E BAUTES.

Setembro de 2006/fevereiro de 2007: pós –doutorado no FACI da professora pesquisadora Caterine Reginensi com o tema :mobilização de recursos pela atividade de vendedor ambulante e conflito pelo uso do espaço.	Camélotromo, Rocinha, <b>Copacabana</b>	Entrevistas com vendedores e fornecedores + cartografia dos espaços	Em preparação documento final
--	---	---	-------------------------------

Para realizar a etnografia concentrei a abordagem no calçadão e na areia. Frequentei a praia de Copacabana durante dias de semana e os sábados e domingos, dias de maior movimento. Observei os espaços da praia e as inúmeras interações entre os trabalhadores da praia (barraqueiros, quiosqueiros e ambulantes) e frequentadores (moradores do local, de outros bairros e turistas nacionais e internacionais). Foi particularmente interessante ler o trabalho de tese de doutorado de Angela Tâmega Castanhede(2005) sobre a Orla para entender a complexidade do espaço da Orla e, das suas divisões físicas e simbólicas. Também foram de grande relevância as pesquisas do antropólogo Gilberto Velho (2002) e da socióloga Cynthia Campos Rangel (2003).

### *O Cenário, o decor*

Cynthia Campos Rangel (2003) nos chama atenção para a configuração social e espacial do bairro de Copacabana caracterizado pela diversidade e pela mistura. Essa autora sublinha o carácter simbólico da área. Considerando um símbolo como “uma realidade material (um edifício, uma estátua, uma moeda etc.) que comunica algo imaterial” (MONNET, 1998 p.1). Monnet destaca também o papel do poder público e dos agentes imobiliários e da disputa simbólica do espaço. Assim, relações entre espaço, poder e identidade de um grupo são mediatizadas pelos símbolos. Rangel mostra como iniciou-se um processo de degradação simbólica em Copacabana nas décadas de 70 e 80 e, como o bairro foi durante muitos anos, alvo de constantes obras públicas. Nos anos 1990, algumas melhorias foram realizadas, no âmbito do Programa Rio-Cidade. Destaca também a inauguração do metrô como obra de maior impacto, tanto no plano econômico, quanto no plano simbólico (idem, p.131) Analisando o projeto Orla Rio, principalmente na Orla de Copacabana, verifiquei a existência de um novo símbolo que aparece na paisagem urbana: **o tapume novo cenário na Orla**. Em 2005, aproveitando o evento do Jogos PAN –Americano apareceu o primeiro tapume, em frente do Copacabana Palace:

### Os tapumes em imagens comentadas (2005-2008)



créditos CReginensi, abril de 2005

**Foto1. A parceria**

A parceria pública privada entre a Prefeitura, a empresa Orla Rio, e as firmas tais como Nestlé, Coca Cola, Itaipava, Ambev.

**Foto 2 Uma nova orla**



créditos CReginensi, abril de 2005

Um novo design de quiosque, uma nova imagem da Orla para o mundo

O “modelo Barcelona”<sup>3</sup> funcionou como um espelho para as intervenções e políticas a serem implementadas na construção do evento dos Jogos Pan Americanos. No entanto, a maior parte das intervenções estava concentradas na Barra da Tijuca, ainda que acompanhadas da implantação de vários equipamentos em outros bairros da cidade: o Estádio Olímpico do Engenho de Dentro, o “Engenhão”, o Complexo Esportivo do Autódromo, o Centro de Convenções do Rio-Centro e o Complexo Esportivo da

<sup>3</sup> O “modelo Barcelona”, no Brasil e no caso do Rio de Janeiro torna-se, assim, uma referência teórica e simbólica de uma nova forma de gestão de cidade, exportando até consultores para as demais cidades do mundo (VAINERr,2000,p.75). Assim, desde 1992, a metrópole carioca, por meio de seus governos municipais, mantém uma estreita relação com os planos, bem como experts dos projetos executados em Barcelona: a elaboração do chamado Plano Estratégico-I da cidade carioca chamado “Rio sempre Rio”. Em 2001, inicia-se a revisão deste plano, sendo rapidamente aprovado o PCRJ-II “As cidades da Cidade”.

Cidade do Rock. Além disso, a Vila Pan Americana foi projetada em parceria com a iniciativa privada na Barra da Tijuca. O evento tornou-se também um “bom” pretexto para “modernizar a Orla marítima e implementar novos quiosques com parceria privada/pública com firmas internacionais como: a Coca Cola, a Nestlé. Assim, pretendia-se investir, outrossim, na erradicação de uma forma de pobreza urbana (moradores de rua, vendedores ambulantes), capaz de macular a imagem desta parte da cidade – seu cartão postal-, voltada ao turismo internacional.

Foto 3 Como foi discutido o Projeto ?



créditos CReginensi, abril de 2005

Em 2005, um posto de informação foi colocado na Orla de Copacabana, tive nas mãos o questionário destinado a conhecer a opinião dos usuários sobre o projeto arquitetônico e, sobre os serviços oferecidos no futuro, pelos novos quiosques e, pude constatar que as perguntas direcionavam de certa maneira as respostas: era indagado, por exemplo, aos usuários se gostariam que os quiosques fornecessem serviços como: revelação de fotografias, de serviços e produtos de telefonia, de cyber cafês, de Banco 24H, de reservas de voos, lojas. Quem não queria ter tudo ao seu alcance na praia!

O tapume e os tapumes transformaram-se, em pouco menos de um ano, num verdadeiro decor, visando publicizar o projeto ou deixando um espaço para expressão espontânea

Foto 4 Tapume no Posto 5 escondando o mar



créditos CReginensi, abril de 2006

Em 2005, um posto de informação foi colocado na Orla de Copacabana, tive nas mãos o questionário destinado a conhecer a opinião dos usuários sobre o projeto arquitetônico e, sobre os serviços oferecidos no futuro, pelos novos quiosques e, pude constatar que as perguntas direcionavam de certa maneira as respostas: era indagado, por exemplo, aos usuários se gostariam que os quiosques fornecessem serviços como: revelação de fotografias, de serviços e produtos de telefonia, de cyber cafés, de Banco 24H, de reservas de voos, lojas. Quem não quereria ter tudo ao seu alcance na praia!



Foto 4 Tapume no Posto 5 escondando o mar

créditos CReginensi, abril de 2006

### Foto 5 Publicidades

Esta invasão de publicidades nos tapumes foi considerada como poluição visual proibidas por lei (Lei orgânica do Município) que acabou para proibir qualquer espécie de propaganda na Orla marítima



carioca e, toda publicidade foi retirada nos quiosques mesmos (publicidades nos guarda-sóis, cadeiras e mesas).

**Foto 6 Pixação nos tapumes**



créditos CReginensi, março de 2008

A pesar de criar várias situações de constrangimento, este novo decor da mais visibilidade as trocas e confrontos pelo uso do calçadão. Assim os antigos quiosqueiros defendem o seu espaço de trabalho e ingressam com uma ação judicial contra a empresa Orla Rio, alguns deles criam uma nova cooperativa, os novos quiosqueiros que de fato, a maioria, são firmas (Nestlé, Bar Luiz, Ambev..) e, a empresa concessionaria Orla Rio, afirmam que o uso e ocupação do calçadão não deveria permitir a venda ambulante. Os vendedores ambulantes estão em uma relação irregular, já que não tem permissão para trabalhar no calçadão<sup>4</sup> e encontram-se na calçada à procura de clientes e fugindo da repressão da guarda municipal. Os barraqueiros, na areia, que trocam mercadorias com quiosqueiros ou ambulantes reclamam das obras que não acabam na Orla ...Alguns moradores ou empregados dos antigos quiosques afirmaram tendo conhecimento do projeto de reordenamento da Orla a través dos tapumes.

E preciso cruzar olhares de diferentes usuários da orla de Leme/Copacabana: os que trabalham os que habitam e freqüentam a praia regularmente, os que freqüentam mais ocasionalmente como os turistas (brasileiros ou estrangeiros) ou ainda moradores de outros bairros de Rio de Janeiro. para perceber as numerosas contradições e as representações de tal lugar. Com minhas colegas identificamos um sistema complexo de atores, em relação aos quais se apóia o trabalho de campo e a reflexão que o acompanha. Retrabalhamos uma tipologia de atores e consideramos sobre cada espaço estudado os grupos de atores, assim como as referências que esses atores têm com o território que vão mobilizar e enfim as modalidades de relação e de participação no projeto de cada um deles. (Reginensi, op.cit.2008). Tentei, na etnografia do lugar, melhor entender as ocorrências, as ações do cotidiano, a força e as dificuldades dos sujeitos e grupos envolvidos na economia da praia. Ainda foi importante considerar o papel dos freqüentadores da praia vou, neste artigo, desenvolver mais o conhecimento de variados empreendedores da praia<sup>5</sup> tais como: os vendedores ambulantes, os que armam as barracas nas

4 [http://www.rio.rj.gov.br/verao/manual\\_praia.htm](http://www.rio.rj.gov.br/verao/manual_praia.htm)

5 No desenvolvimento da pesquisa e na leitura do relatório do SEBRAE, entendemos que seria importante incluir os prestadores

areias(barraqueiros), os responsáveis pelos quiosques e alguns empregados(antigos e novos quiosques) das calçadas.

## OS MICRO-EMPRESÁRIOS DA ECONOMIA DA PRAIA

A principal característica da economia da praia é de ser formada em sua grande parte por micro-empresários (SEBRAE, 2006. p.11) tentei conhecer o trabalho dos sujeitos em relação ao tempo que trabalham na Orla, a relação com o negócio, os motivos de escolha da ocupação atual, o tempo de trabalho na praia, o papel das relações para chegar a trabalhar e se manter na Orla –, as dificuldades encontradas no cotidiano e algumas estratégias individuais e coletivas desenvolvidas.

A maioria dos trabalhadores da orla são homens, dado que é referendado na pesquisa do SEBRAE, principalmente na Praia de Copacabana. Apesar de numericamente não serem majoritárias e dos riscos que se apresentam em um trabalho realizado em espaços públicos, considerando ainda as péssimas condições de trabalho que enfrentam, as mulheres desempenham um papel importante, já que mobilizam recursos para realizar o trabalho e enfrentar essas condições adversas.

Nas conversas com quiosquierios, barraqueiros e ambulantes emergem recorrentemente, as questões do próprio trabalho na Orla e das condições de sua realização.

Busquei identificar os tipos de carreira que podem ser desenvolvidas na economia da praia e destaquei no espaço do calçadão uma quiosqueira, e, na areia uma barraqueira. Na fala destas duas mulheres juntam-se outras personagens, cujas trajetórias ajudam a perceber melhor a diversidade do universo e entender as várias formas de construção da identidade ao longo de suas atividades na economia da praia, entre riscos, vulnerabilidade e competência .

Carolina (o nome foi modificado)com 39 anos de idade, nascida no Pernambuco, chegou no Rio ainda pequena, é casada, tem 2 filhos e mora em Leme. Começou o trabalho de quiosqueira quando tinha 20 anos. Antes trabalhou um ano em uma clínica e quatro anos no Banco Bradesco com carteira assinada.

“Na época, não eram quiosques, eram trailers. Aqueles trailersinhos feinhos, aquela coisinha que não tinha luz, não tinha água. Assim começou: eu e uma amiga. Eu era bancária, e nós tivemos a idéia de ter um negocio próprio, assim, de não ter mais patrão e trabalhar por conta própria, e aí ela viu esse anúncio de um trailer vendendo no jornal, passando o ponto, a gente se interessou”.

Carolina conseguiu pedir um empréstimo e pagá-lo. Hoje dá continuidade a sua a atividade. A família (mãe e dois irmãos) têm três pontos de quiosques ( dois no Leme e um em Copacabana). Quando a Prefeitura retirou os trailers, a empresa dos trailers também se retirou (empresa que se chamava Johnnys, cujo dono era João Barreto, o atual presidente da empresa Orla Rio. Ele vendia cachorro quente, na época). Os quiosqueiros tinham que pagar um aluguel diretamente para a Prefeitura. Para equipar os quiosques, Carolina contou com a ajuda de algumas firmas. Hoje o negócio funciona: tem três funcionários, e o quiosque de Copacabana, que tem mais movimento, tem quatro empregados, todos têm carteira assinada. O ponto do Leme que Carolina toma conta funciona com três empregados: dois trabalham durante o dia e um no período noturno Seu quiosque funciona 24horas por dia, fecha algumas noites (noites de folga ou de chuva). Os empregados recebem um salário mínimo e uma porcentagem

---

de serviços que atuam na praia: massagistas, eles que alugam bicicleta...que não foram entrevistados

que varia, dependendo do mês entre 5 e 10 %.

*Carolina participou de uma cooperativa dos quiosqueiros, chamada Coopquiosque e agora resiste ao novo projeto de quiosque da Orla Rio, acompanhando o processo de criação de uma nova cooperativa de quiosqueiros chamada Orla Legal. Faz algumas observações no que se refere ao trabalho em conjunto com os barraqueiros e ambulantes:*

*“Com os barraqueiros. Se eles precisam de uma água de coco e eles não tem lá, porque para eles é um pouco mais difícil para levar, gelar, carregar, eles vêm aqui e compram com a gente. Se eles precisam de um sanduíche eles vêm e compram com a gente, levam, atendem..*

*.. Aqui em cima no calçadão não temos muita a concorrência de vendedores ambulantes que vendem comidas. É mais vendedores que não nos atingem, é mais camiseta, essas coisas... Alimentação é mais na areia mesmo. Então a gente tem um bom convívio com eles também. Se aborda o cliente naturalmente e o cliente aceita, sim. Se a gente vê que está incomodando, que o cliente não está aceitando, não forçamos. Os pedintes a gente procura afastar”.*

*Mamá com 62 anos, aposentada, trabalhou 35 anos no comércio com carteira assinada, agora trabalha na praia para complementar sua aposentadoria, mas também ela diz que gosta da praia, das relações com os outros. Chega a praia cada dia, (se não chover), domingos e feriados, às 9 horas da manhã. Tem um rapaz que ajuda a montar a barraca e por volta de 5 horas da tarde, esta mesma pessoa a auxilia a desmontar a estrutura de tela.*

*Começou a ser barraqueira perto do Posto 3 e sublinha que neste lugar havia muita bagunça: muita gente que bebia e, decidiu procurar outra local e pediu para ser cadastrada. Conseguiu o cadastro, em 1997, a sua barraca tem um código (85D, em frente do 3502 da avenida Atlântica). Isto significa que é “um comércio ambulante da praia ponto fixo” (conforme a Coordenação de Licenciamento e fiscalização da Prefeitura, no Posto 6 de Copacabana). Tem uma empregada cadastrada com cartão de auxiliar. Esta recebe uma diária no valor de R\$ 40,00 (quarenta reais) nos dias de maior movimento ou de R\$ 30,00 (trinta reais) nos demais dias. Tendo em vista sua idade, Mamá, é isenta de taxa para ocupar o local (esta é de R\$ 160,00 (cento e sessenta reais) por ano. Vende bebidas: cervejas, água mineral, refrigerantes, e aluga cadeiras R\$2,00 (dois reais) e guarda-sóis-R\$3,00 (três reais). As cores deste equipamento são fornecidas pela marcas de cerveja que patrocinam a barraca. Mamá é bem organizada: a pesar de dizer que não tem um serviço de contabilidade, tem uma ficha para cada cliente o que lhe permite controlar o consumo de cada um. Quando o cliente deixa a praia, vai pagar sua conta registrada na mencionada ficha.. Colocou um chuveiro que funciona com uma bomba. Isto ocasiona elevada despesa de luz (última fatura foi de R\$ 1.500,00- hum mil e quinhentos reais) e Mamá destaca também outras despesas em relação a sua atividade:*

*-aluguel R\$120,00( cento e vinte reais) do depósito para deixar as cadeiras e guarda-sóis durante a noite.*

- gasto de R\$20,00 (vinte reais) \_ por dia pelo garoto que ajuda.  
- compra diariamente sacos de farinha para fazer uma escadinha, facilitando o acesso do calçadão para a areia. Ela, inclusive, construiu uma escadinha de madeira com corrimão, pois percebeu que muitos clientes idosos não podiam descer até a praia. Ficou indignada com a Prefeitura que fiscalizou e tirou a escada argumentando que era perigosa. Então acabou colocando estes sacos empilhados que, de fato, não são uma boa solução, mas pelo menos ajuda. Afirma ter boas relações, « relações amigáveis » com os vizinhos quiosqueiros e ambulantes que passam :

*« a cerveja: chega muitas vezes quente, então deixo no quiosque do lado e ele coloca na geladeira e me dá cervejas geladas para meus clientes. É uma troca... Dos ambulantes compro bebidas que não tenho, por exemplo, o mate . O mais importante, segundo ela, “ é a satisfação do cliente ».*

Os quiosqueiros interrogados têm entre 13 e 40 anos. Esses dados revelam que há jovens envolvidos no trabalho em idade escolar que, inclusive, trabalham durante a noite. Isto se justifica em parte, pois se trata na maioria dos casos de micro-empresas familiares. Entretanto, o trabalho é valorizado sem haja a intenção de impedir a escolaridade que é bastante importante entre eles. A amostra realizada entre os quiosqueiros/barraqueiros revela que 50% destes têm o segundo grau completo e 22% mora em Copacabana ou no Leme, isto é, próximos ao local de trabalho.

Os vendedores ambulantes têm um perfil um pouco diferente. Estão, sobretudo, na faixa etária de 16 a 40 anos, sendo que os mais jovens trabalham em colaboração com outros, devido à necessidade de segurança, na medida em que têm que enfrentar a repressão da Guarda Municipal. Com relação à escolaridade apenas 20% desses ambulantes possuem o segundo grau completo. Vale ressaltar que, sobre esse mesmo registro comparando quiosqueiros e ambulantes, verificamos que 50% destes informantes são analfabetos. No caso dos quiosqueiros, esse percentual elevado justifica-se pelo fato de incluir seus empregados.

Outro dado curioso em relação aos quiosqueiros é a vontade expressa em se inserir em cursos de capacitação, sobretudo de línguas estrangeiras. A língua estrangeira é, de fato, uma necessidade em uma praia extremamente turística como é o caso de Copacabana, fazendo com que os comerciantes da orla, incluindo os vendedores ambulantes, adquiram no cotidiano um vocabulário mínimo para se comunicar com os turistas. É importante ressaltar que 22% dos quiosqueiros moram entre Copacabana e Leme e que 90% dos ambulantes são provenientes da Zona Norte e, principalmente, da Baixada Fluminense.

No que diz respeito à nacionalidade destaca-se que os quiosqueiros em sua totalidade são brasileiros, enquanto entre os vendedores ambulantes contabilizei 10% estrangeiros provenientes de países como: Bolívia, Perú e Senegal, sendo estes últimos a maioria entre os estrangeiros encontrados.

A questão do local de moradia torna-se crucial para entender as condições de trabalho e vulnerabilidade dos ambulantes, já que o tempo de deslocamento, o valor do transporte e o fato de, muitas vezes, morarem em favelas enfrentam riscos para seu deslocamento. Ademais, encontrei

vendedores que realizam seu trabalho em diversos lugares da cidade o que aumenta sua vulnerabilidade em relação aos riscos. Inclusive na praia mesmo encontrei indivíduos que não conseguindo ser cadastrados para trabalhar na areia, diante da legislação e da ação da Guarda Municipal, convivem com a infração e de fato atingem um status social que categorizamos de intermediários ou de vendedor do interstício (., REGINENSI, C. BAUTES, N 2008) como neste exemplo:

« Vendo na praia de Copacabana há 20 anos. Comecei na praia do Flamengo com meu pai. Não dava para dois, assim me desloco nos fins de semana para Copacabana. Gostaria de ser cadastrado, até ter um ponto fixo (nas feiras), não consigo, pois a concorrência é forte, a lista de espera é grande. Vender na areia não é suficiente, é preciso outros lugares. Nos domingos que “o rapa”<sup>6</sup> quase não vem, vendo no calçadão. Durante a semana, às vezes, quando o tempo não dá para ficar na areia, vendo aos clientes dos quiosques, aos turistas que caminham. Minha mochila é minha loja “.(Trecho de uma entrevista com João, 44 anos, setembro de 2006)

Sobre a questão da renda os empregados têm uma condição diferente dos donos recebem um salário, 68% têm carteira assinada, recebem comissão de 10% em relação às vendas realizadas. O salário fixo desses empregados, no entanto, são modestos e encontram-se na faixa de R\$ 200,00 (duzentos reais) e R\$ 400,00 (quatrocentos reais por mês). Os empregados apesar de terem carteira assinada, e, portanto, serem regidos por leis trabalhistas, via de regra, essas leis são infringidas quando freqüentemente trabalham para além das horas fixadas no contrato de trabalho, inclusive no período noturno. O excesso do número de horas trabalhadas agrava as condições de trabalho desses indivíduos. Por outro lado, no que diz respeito ao dono do ponto foi difícil avaliar a renda auferida com os negócios que realizam, principalmente, pelo fato de sua contabilidade ser muito flexível, afirmam mesmo que não possuem os dados contábeis capazes de oferecer uma idéia correspondente aos lucros obtidos. No entanto, podemos ter uma idéia aproximada dessa renda quando alguns deles dizem perceber aproximadamente R\$2.000,00 (dois mil reais) nos meses de maior movimento no local: férias, festas de final do ano, carnaval, etc. Apesar de tudo, possuem uma visão ampla das taxas, impostos, e despesas cotidianas como água, luz. Para o equipamento dos quiosques: guarda-sóis, cadeiras, mesas etc, buscam o patrocínio de empresas cujos produtos são vendidos no local. O horário de trabalho dos donos de quiosques é bastante flexível, posto que este é utilizado, principalmente, para fiscalização de seus empregados, pedido de mercadorias e arrecadação das receitas. No caso dos barraqueiros, ainda que sejam donos do ponto, sua presença é constante e acompanhada de seu(s) auxiliares que trabalham recebendo uma diária na faixa de R\$ 30,00 (trinta reais) a R\$40,00 (quarenta reais) por dia. Em relação aos lucros dos barraqueiros, também há uma dificuldade de avaliá-los. Embora tenham despesas fixas, estas são inferiores a dos donos dos quiosques. Na verdade, tratam-se de pequenos comerciantes que chegaram a esse posto pelas relações que mobiliziam com pessoas e/ ou instituições, sem necessariamente precisar de um capital substantivo inicial.

Com já mencionei os ambulantes na calçada estão numa situação irregular, pude constatar que 90% dos 29 ambulantes interrogados, trabalham por conta própria, 59% trabalha há mais de 5 anos como ambulante no local, e 72% declaram que esse trabalho é a fonte principal de renda familiar. A depender dos produtos que vendem, ganham entre R\$ 250, 00(duzentos e cinquenta reais) a R\$ 800,00 (oitocentos reais), por dia, no período entre Novembro e Março. Trata-se de uma atividade com micro ritmos cotidianos, posto que estão em permanente esforço

6 Forma como os ambulantes denominam a Guarda Municipal.

de contornar as normas transgredidas. Em um curto espaço de tempo apresentam-se de diferentes formas: às vezes interrompem a caminhada para mostrar a mercadoria aos clientes, outras vezes ficam na área com o suporte para mostrar as mercadorias vendidas, da mesma forma como os barraqueiros. Outros momentos tornam-se invisíveis para escapar da fiscalização da prefeitura. Nesses últimos momentos chegam mesmo a trocar de papéis, sentando-se com fossem clientes. suas mercadorias bem embaladas (escondidas) em quiosques como se apesar dessas mudanças freqüentes, podemos identificar algumas regularidades que podem ser assim caracterizadas:

a) a **temporalidade do cotidiano**- não se encontram ambulantes de manhã cedo, nem no calçadão nem na areia. Ao meio dia, quando as barracas estão montadas e o movimento de usuários do local é maior, começa a aparecer; a **temporalidade semanal** –nem todos os dias os ambulantes têm a mesma rotina. Durante a semana alguns ambulantes comercializam seus produtos na praia e outros em lugares diferentes. Aos finais de semana a possibilidade de venda é ampliada não apenas pelo aumento do espaço- uma das vias da grande avenida que margeia as praias da Zona Sul é fechada para dar lugar a pedestres-, como pelo número de consumidores, bem como pela diminuição da fiscalização do poder público;

c) a **temporalidade da estação**- a depender dos produtos que vendem, alguns ambulantes realizam suas vendas no inverno em Copacabana, por exemplo, e no verão em outras praias do Rio. Inclusive, nas diferentes estações do ano, podem se observar outros arranjos com relação à troca e/ ou substituição de vendedores, ajudantes etc. Essas trocas ou substituições referem-se especialmente aos vendedores que portam carrinhos com produtos gelados da Kibon (sorvetes e picolés). É importante ressaltar que as estações mais atraentes do ano (principalmente o verão) para o comércio ambulantes seduzem, inclusive, vendedores estrangeiros, já que se coloca como uma possibilidade de auferir lucros significativos.

d) a **temporalidade ocasional ou aleatória**- correspondem a eventos realizados na praia como shows, eventos esportivos, políticos etc. quando os ambulantes apresentam uma competência no sentido de obter informações sobre esses eventos e escolher as mercadorias mais adequadas para cada um deles. Nesse caso, a concorrência é grande para ocupar o espaço e a variedade de mercadorias não é muito grande.

## A PARTE DA RELAÇÕES NA ECONOMIA DA PRAIA

Considerarei importante a parte das relações que permitem, na interação, ter acesso ao máximo de informações que podem contribuir para melhorar seus recursos (materiais, financeiros ou simbólicos), permitindo trocas e às vezes servir para controlar alguns conflitos.

*Alexis Ferrand (2007) propõe uma abordagem original das redes de atores considerando que estes sujeitos criam relações ou ao contrário se proibem criar relações e utilizam laços preexistentes. As escolhas dos atores podem se reinterpretadas combinando três tipos de regelações: normas macro social, normas específicas da rede ou convenções interpessoal entre os atores. Adotei a definição do interacionismo (GOFFMAN,1973) que considera o ator como um sujeito que tem uma percepção do meio social que é capaz antecipar as respostas dos outros e que utiliza referências normativas, mas que também possui uma estratégia. Assim, tentamos abordar as relações que serviram para construir a atividade de quiosqueiros, barraqueiros ou ambulantes e*

*também deixamos os sujeitos indicar de que tipo de ajuda se beneficiaram.*

Entre as relações mencionadas por quiosqueiros e ambulantes, pode-se apontar principalmente contatos com parentes e amigos, e outros que compreende ex- donos de quiosques, conhecidos e anúncio no jornal. Apontam ainda o tipo de ajuda que receberam para iniciar os negócios: informações e idéias para organizar seu trabalho (51%), conselhos técnicos e ajuda financeira em proporções muito pequenas.

Em relação aos quiosqueiros, a maioria deles se integrou a uma cooperativa denominada cop- quiosque no sentido de organização melhor de forma coletiva seus negócios, inclusive contaram com a assessoria do João Barreto, antigo diretor da empresa Johnny's que administrava os trailers que antecederam os quiosques que, atualmente é o presidente da empresa Orla Rio. Este fato desestabilizou os quiosqueiros, pois se consideravam traídos, já que o antigo assessor era o próprio proponente de um novo contrato insustentável para esses quiosqueiros. Na realidade, neste caso dos quiosqueiros se verificou que os atores utilizam laços preexistentes para agir e observa-se, a partir do projeto Orla Rio, um processo de ruptura de uma relação de confiança construída entre o João Barreto e os quiosqueiros ao longo do tempo. Após esses acontecimentos, os quiosqueiros envolvidos na Coop quiosque passaram a criar uma nova cooperativa chamada Orla Legal na medida em que a regulação não conseguiu funcionar com base na relação de confiança e arranjos, entre João Barreto e eles. Esses quiosqueiros, organizados na cooperativa mencionada, procuraram a ajuda de advogado<sup>7</sup> e entraram com um processo na justiça.

*“quando a prefeitura substituiu os trailers pelos quiosques, tirou o João Barreto da praia. E aí, ele acabou entrando de novo. Inclusive fomos nós, quiosqueiros, que ajudamos ele a entrar novamente na praia. Porque ele é uma pessoa, não sei se você o conhece, mas ele é uma pessoa que tem o dom da palavra, entendeu? Ele consegue persuadir... a maioria na praia acreditávamos muito nele. A gente via ele como, ele sempre se denominou, o pai, o nosso paizão. E depois a gente descobriu que o paizão era, na verdade, um padrasto muito malvado... Depois que ele ganhou a licitação, ele fez um contrato para a gente assinar; e esse contrato era realmente uma coisa de louco, uma coisa impossível de se cumprir... eu saí da cooperativa[Coopquiosque] quando nós descobrimos que ela nos traiu. Quando ela fez um acordo com a Orla Rio.... Formaram o Orla Legal e formaram também uma outra, Quiosqueiros Independentes. Mas a maioria saiu. Eu nem sei te dizer quem é que ainda é cooperado legalmente...e a gente paga o advogado que é para defender essas causas todas que a gente está na justiça. E, e algum problema que a gente venha a ter, a gente está seguro, já tem uma segurança jurídica para defender todos os que estão ali na cooperativa.”(Entrevista Carolina)*

Estes quiosqueiros entrevistados encontram-se no local por mais de cinco anos o que coloca obstáculos a proposta da empresa Orla Rio, que por sua magnitude não incorpora a maioria desses pequenos empresários, exigindo a sua substituição por outros com a possibilidade de investimento maior em capital. A proposta da empresa Orla Rio consiste em repassar 10% dos lucros para a empresa e um

<sup>7</sup> O advogado da cooperativa Orla Legal, que tenta organizar os quiosqueiros resistentes ao projeto, sublinha que Orla Rio em nome da parceria transfere a sua concessão a outras empresas como Nestlé, Coca Cola, Bar Luiz que de fato não participaram da licitação e, por conseguinte não pode explorar os quiosques”. (Entrevista Júlio 12/05/2006)

investimento para equipar os quiosques de aproximadamente de R\$ 126.000,00 (cento e vinte e seis mil reais) o que não está ao alcance desses micro- empresários. Para avaliar as possibilidades de lucro nesse novo contexto do projeto Orla Rio, foram entrevistados 4 quiosqueiros que aderiram a proposta. Constatamos que, de fato, apenas

1 dos quatro existentes naquele momento da pesquisa, era um antigo proprietário. Os demais foram comprados por firmas conhecidas e consolidadas na cidade, às vezes articuladas ao capital internacional. Entre estas podemos identificar : Coca Cola, Nestlé, McDonalds, Bob's etc. Essas são os parceiras privilegiadas no projeto Orla Rio, fragilizando os quiosqueiros que, de fato, não possuem recursos para competir com esses capitais Multinacionais e o projeto torna-se insustentável. A nova cooperativa de quiosqueiros, Orla Legal, procurou um profissional (o arquiteto Hélio Pelegrino) para elaborar uma proposta alternativa de projeto para os quiosques.

“A cidade do Rio merece um quiosque com um custo mais acessível e que promova a inclusão das pessoas...a idéia é criar uma escultura com o coco. Seria quase uma reprodução de um coqueiro, algo como um totem com uns cocos pendurados.”<sup>8</sup>(Entrevista de Hélio Pelgrino, na revista *Onda Carioca*, novembro de 2006).

Os ambulantes, quiosqueiros e barraqueiros possuem certamente projetos individuais, mas as cooperações, os acordos são indispensáveis para que se mantenham na atividade. As redes são, sobretudo, uma troca verbal e são tecidas no cotidiano, “no dia a dia” do vendedor ambulante. É durante esta troca que se constituem os recursos, que se forjam opiniões para tomar decisões, para melhorar as condições de trabalho ou ainda para resolver problemas. Os tabalhadores da Orla de Copacabana estabelecem uma relação com o tempo e estão são constantemente questionadas. A relação comercial, de acordo com Peraldi (2001), é uma relação face a face, mas é necessário, contudo, compreender que esta negociação permanente excede o ato individual e que intervém num contexto de papéis, de regras e de relações de poder.

---

8 O coco perdurado, símbolo da identidade da praia foi expulso dos novos quiosques para tornar “clean” o espaço, mas nos novos quiosques a água de coco é vendida em lata ou caixinhas de forma industrializada!



## CONCLUSÃO

Na análise dos dados obtidos, na Orla marítima de Copacabna, a participação é um elemento transversal no que se refere a forma instrumental como se realizou. Observando os dados referentes a esse tema, nota-se ainda que esse processo pode ser considerado imediatista. Em função dos contextos e das interações que se realizam os atores não têm uma identidade positiva e sustentável. A transformação desta vai junto com as coisas que defendem, fazem-se em função dos contextos de interações onde se comprometem (CEFAI & TROM, 2001 p. 18). Minha experiência nesse projeto de reordenamento da Orla, me permitiu compreender a importância do conceito da “cidadania insurgente” de James Holston (1999). De acordo com o autor, a cidadania insurgente constitui-se tanto em organizações formais como em simplesmente, práticas cotidianas que desordenam ou subvertem as agendas do Estado (HOLSTON, op.cit., p.249), Ao mesmo tempo em que o autor nos fala do papel de determinados movimentos sociais na expansão de cidadania por meio da criação de novos direitos, ele revela também o movimento de reação das classes dominantes: “se a cidade é nesse sentido uma arena para a autocriação (...) de novos cidadãos, é também, e por causa disso mesmo, uma zona de guerra: as classes dominantes contrapõem-se ao avanço dos novos cidadãos com inovadas estratégias de segregação, privatização e fortificação” (HOLSTON, op. cit., p. 251).

Um próximas pesquisas deveriam melhor definir que seria um planejamento subversivo (RANDOLPH, 2008) e a suas implicações no desenvolvimento sustentável da Orla:

## REFERÊNCIAS

- CASTANHEDE A.T.M. de., *Multidão e solidão na orla de Copacabana*. Tese de Doutorado em Planejamento Urbano e Regional - UFRJ, Rio de Janeiro, 2005
- CEFAÏ D. & TROM, D. (orgs). *Les formes de l'action collective. Mobilisations dans les arènes publiques*. Paris, Editions de l'École des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 2001
- FERRAND, A. 2007. *Confidents. Une analyse structurale de réseaux sociaux* Paris L'Harmattan.
- GOFFMAN, E.. *La mise en scène de la vie quotidienne, tome 1 : la présentation de soi*. Paris: Les Editions de Minuit. 1973.
- GOMES, M. F. C. M.. "Tendências do planejamento e da gestão das cidades na era da globalização: breves considerações sobre as experiências de Barcelona e do Rio de Janeiro". *Ser Social (UnB)*, v. 1, p. 169-196, 2006,
- HARVEY, David "Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio". In: *Espaço e Debates – Revista de Estudos Regionais e Urbanos*, ano VI, nº. 39. 1996.
- TON, J. Spaces of insurgent citizenship. In *Cities and citizenship*, ed. James Holston. Durham, NC: Duke University Press, 1999
- MONNET, J., « La symbolique des lieux: pour une géographie des relations entre espace, pouvoir et identité ». *Cybergeo*, n.56, [http : www.cybergeo.presse.fr](http://www.cybergeo.presse.fr). 1998
- PERALDI, M. *Cabas et containers, Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*. Paris: Editions Maisonneuve et Larose ; Maison méditerranéenne des sciences de l'homme, 2001.
- RANDOLPH, R."A nova perspectiva do planejamento subversivo e suas implicações para a formação do planejador urbano e regional-o caso brasileiro". *Diez Años de cambios en el Mundo, en la Geografía y en las Ciencias Sociales*, 1999-2008. Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica, Universidad de Barcelona, 26-30 de mayo de 2008 <http://www.ub.es/geocrit/-xcol/programa.htm>
- RANGEL, Cynthia Campos. *As Copacabanas no tempo e no espaço. Diferenciação sócioespacial e hierarquia urbana*. Rio de Janeiro: FASE/IPUR, 2003
- REGINENSI C.
- Le Développement urbain durable à l'épreuve des pratiques et des politiques urbaines à Rio de Janeiro (Brésil) » Comunicação apresentada ao Colloque de l'Observatoire universitaire de la Ville et du Développement durable 21-23 septembre 2005, Université de Lausanne « Développement urbain durable, gestion des ressources et gouvernance » CDrom, 21-23 septembre 2005
- “Rio de Janeiro, cidade espetáculo -O projeto Orla Rio: que sustentabilidade é essa?” In, Cabral, M.F.M.G, Lima Fernandes, L., Maia, R. (orgs). *Interloquções urbanas, cenários, enredos e atores*. Rio de Janeiro: Editora Arco Iris
- REGINENSI C. & GOMES, M.F.C.M « Vendeurs ambulants à Rio de Janeiro : expériences citadines et défis des pratiques urbaines » *Cybergeo*, n °368, 19 mars, 30p <http://193.55.107.45/articles/368res.htm>, 2007
- REGINENSI C. & BAUTES, N. « La marge dans la métropole de Rio de Janeiro : de l'expression du désordre à la mobilisation de ressource » Revue *AUTREPART*, IRD (à paraître)
- SEBRAE, Rio de Janeiro/Fundação CESGRANRIO Relatório *Projeto Economia da praia*, 2006
- VAINER, C.B. “Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbana. “ In Arantes, O., Vainer, C.B., & Maricato, E., (orgs) *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*, Petrópolis, Vozes. São Paulo. pp. 75-103, 2000
- VELHO G., *A Utopia Urbana: um estudo de antropologia social*. Rio de Janeiro, Zahar Ed. 2002.