

Caminando por matices sonoros de una calle habitada: Vendedores ambulantes y sus rastros perseguidos

Priscila Farfan

farfanzinha@hotmail.com

Becaria en Iniciación Científica

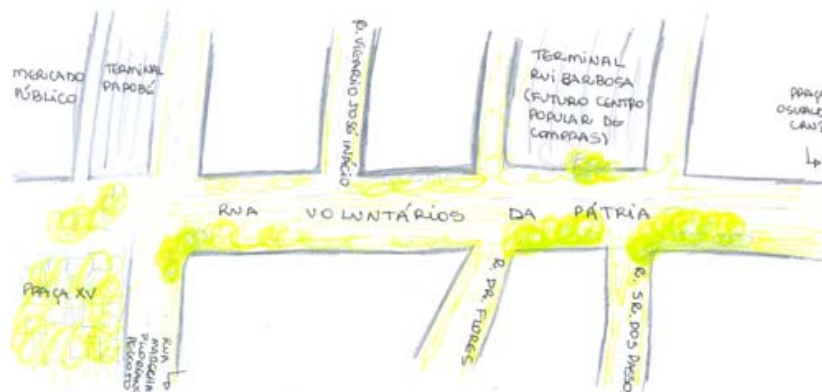
Banco de Imágenes y Efectos Visuales

Universidad Federal de Río Grande del Sur

Porto Alegre, Brasil

Introducción

Etnografiar el espacio público es depararse con las sorpresas de lo vivido. Pequeñas escenas de lo cotidiano se presentan en el observar del investigador / paseante que deambula por las calles, y la unión entre estos momentos, entre estas escenas, conduce a una idea de “acontecimiento” (Maffesoli, 1996). Tal vez la fascinación por el Centro de una gran ciudad, tal vez la satisfacción por aprender más sobre el teatro de la vida urbana (Rocha, 1995) al estar “allá”. A cada salida a terreno el estudiante de antropología hace un recorrido por las disposiciones de los elementos principales de la construcción de esta etnografía sonora en las calles de la ciudad de Porto Alegre. No hay cómo negar la profusión de sonoridades de los encuentros entre las personas, de los objetos y utensilios que componen los gestos humanos, los devaneos creados por la mezcla de esos sonidos que llevan a imaginar la ciudad como una máquina encendida. Penetrando en la calle “Voluntários da Pátria” en la capital de Rio Grande do Sul –Brasil- con la intención de develar las minucias de esos pequeños sonidos que se dan a través de la interacción de diversos seres.



Mapa de la región de la calle “Voluntários da Pátria” y la representación en amarillo corresponde a la densidad sonora estudiada.

La “entrada” de la calle es un cuadro dinámico, su punto de fuga es diseñado por las líneas en perspectivas de lo cimentado en la calle y las calzadas. Las líneas verticales construidas por los edificios en los dos lados arañan el cielo. En medio de la fotografía en que se encuentran esas líneas hay una confusión por donde los peatones caminan. En la imagen fotografiada hay un silencio que resucita el recuerdo de cómo es prolijo pasear por allí, en las salidas de terreno el zambullido evidente revela los pormenores de los ruidos e reconoce un ritmo de ese cotidiano que sólo acontece allá, de aquella forma.

Pasó casi un año y medio de terreno en el intento de captar las intrigas de ese lugar. Los trabajadores ambulantes, a pesar de sostenerse en prácticas ilegales, habitan ese espacio. Como vagabundos van de allá para acá, pero se cansan, y se establecen en puntos temporales a negociar con sus pares. En ese espacio de tiempo se crean lazos con otros ambulantes, vendedores, clientes, peatones que también componen la atmósfera de la calle. Se incorporan, huyen de la policía, cambian de lugar, lo que posibilita la recreación de una nueva ocupación del espacio por esos trabajadores, muchas veces en la misma región central de la ciudad. De alguna forma, permanecen en este movimiento, tanto en sus estrategias para vender, como en su disposición en el centro de la ciudad, y consecuentemente, la densidad sonora de aquél espacio es transformada y reacomodada.



Paseo en el túnel imaginado

La calle es una aventura, y de la “entrada” hasta “allá abajo”, está llena de cantos, puntos, callejuelas, curvas, encuentros y experiencias; llego a ver la calle “Voluntários da Patria” como un túnel, y en cada parte mil vivencias, mil escenas, mil expresiones sonoras. Desde donde estoy, en la esquina de la calle estudiada con la Plaza XV, escucho a los vendedores de vale transporte¹, al anunciador de la farmacia de la esquina, a los clientes en potencia aproximándose a los productos, a los autos, buses, silbidos, etc. Aquellas propagandas parecen avanzar encima de las personas, rellenan el espacio entre un edificio y otro, se disipan en los oídos de los transeúntes al mismo tiempo en que encuentran otros ruidos y colores en el espacio público.

En la Perfumería y Cosméticos la vendedora dice en voz alta “¡PUEDE LLEGAR A SER MÁS ECONÓMICA QUE EL PRECIO BAJO EN LA CANASTA!” intimida a quien pasa recorriendo el ambiente de comercio, al final, ¿quién sabe si allá no haya algo que la persona esté necesitando? Entonces entramos en la calle como quien no quiere nada... “¡VALE, VALE, VALE!” y el tic, tic, tic característico de los vendedores de vale transporte² recuerda las fichas para tomar el bus que son vendidas en el centro. Ya tengo las mías, por eso el sonido de los vales moviéndose unos con otros ya no tienen la misma importancia. No paran de “propagandear”. En la otra esquina es habitual la exhibición de anteojos, las astas del producto están clavadas en la mesa, o mejor dicho, un pedazo de plumavit está apoyado en un soporte de madera y así los diferentes modelos son expuestos de lado a lado. Anteojos para el sol, anteojos graduales, anteojos para embellecerse; los vendedores traen consigo espejos para que el cliente se mire, y si le gusta, pueda llevárselo.

En la confluencia de las expresiones sonoras del comercio formal e informal seguimos por la calle, y más al frente se puede oír al vendedor que aplaude, bien fuerte, para atraer la atención de todos. Junto con su eco, otro comienza con las palmadas en un negocio próximo, la sugerencia es de que en ese espacio público hay una ritmicidad

¹ Los vales de transporte son fichas que corresponden al valor del pasaje de bus en Porto Alegre, y que son compradas en puestos autorizados por el sistema de transporte de la ciudad. Pero el comercio informal también dispone de esas fichas.

² Esa es la sugerencia onomatopéyica que representa el sonido del sacudir de las bolsitas plásticas que contienen los vales de transporte, con una cantidad de 75 fichas de plástico, agitadas por los vendedores.

singular con pequeños silencios y muchas propagandas. Y en las paredes de esa calle hay hoyos enclavados, son casas abiertas, con diversos productos para vender: ropa, zapatos, comidas y bebidas, remedios, utensilios, disfraces, promociones, entre otros. Pero no sacas nada con quedarte dentro de la tienda, para propagandear se tiene que ir a la puerta, en el encuentro con la calle, es ahí por donde los clientes pasan. Dicen que quien tiene la mejor vara, es el que va a pescar.

Ahí está el argumento de los camellos, al igual que los ambulantes, una vez que hay ventaja de trabajar en la calzada, en la calle, en la “piedra”, como ellos dicen. El contacto con el comprador tiene otro sabor, un guiño de ojo, un chiste, un descuento, un poco de confianza y, producto vendido, cliente satisfecho. Tiene hasta un muchacho que hace fantasía con la máscara del “pánico”³ para atraer a los niños, y de esa manera él ofrece collares infantiles. Está todo a mano, él se queda en la calzada frente al Mc Donalds, no camina, pues sus clientes en potencia son los que pasan por ahí. Entonces como la fisonomía llamativa de la máscara y un paño negro para cubrir el resto del cuerpo, muestra los collares con mostacillas del imaginario infantil. Los bebés lloran, los adultos no miran muchos, pero los niños deliran.

Otra táctica presente en la creatividad de la calle son las burbujas de jabón que decoran a “Voluntários da Pátria” en medio de la venta de pelucas, helados, ropa, casi al llegar a la otra esquina, con la calle “Vigário José Ignacio” [Vicario José Ignacio, N. de los T.]: Un colorido bonito, pocas personas, la radio prendida, vendedores ambulantes conversando... aquél ceniza de la calle, contrasta con los colores fuertes de los productos ofrecidos. En medio de esto el vendedor enfatizaba a toda costa a jugar, tirar burbujas de jabón, él mismo vende el soporte para que cualquiera fabrique sueños, un tiempo en el aire y “ploc”, cuánta diversión! También un guardia en esa esquina observaba el movimiento. No sé si él era de la policía, o sólo hacía de guardia local, pero no lo vi conversando con nadie. Estaba bien tranquilo.

Ese ambiente es un tanto más silencioso, más tranquilo, como visto por encima de las propagandas visuales, y algunas audiovisuales. Más allá se observa a aquél señor del “¡COMPRO ORO!”, aquél joven del “¡CONCIERTO DE VIDEO GAME!”, clientes potenciales, peatones, y el aprendiz de antropología anotando formas de hablar, gestos, encuentros, situaciones, escenas. Ella también se encuentra con el barrendero, vestido de naranja, que pretende limpiar la calle, barre que barre escobita, araña con sus cerdas en esas piedras compactas, retira los vestigios de polvo, limpia las porquerías jugadas olvidadas que juegan en las calzadas.

En este trecho de “Voluntários da Pátria”, desde el “inicio” hasta el “medio” – considerando el “final” próximo al terminal “Rui Barbosa”- vendedores ambulantes de CD’s y DVD’s pasan, pero no se quedan, se confunden con la gente que circula, y sus rastros sonoros son sólo pasos apresurados. Entretanto la atención es desviada hacia un carrito de supermercado, que carga termos con café, leche, bebidas, jugos, té y algunas veces meriendas, y el sonido de sus rueditas se confunde con los cantos de los pájaros que son vendidos en la “Agricultura-Veterinaria” del otro lado de la calle, semejante a un parloteo sin fin. En la composición del caos urbano, el conjunto de aire acondicionado prendido, la aglomeración de personas, el tránsito agitado, donde pasa

³ Se trata del filme “Pánico” del director Wes Craven, en que el asesino en serie asusta a sus víctimas con una máscara característica de sus actos violentos. Ese filme fué un gran suceso en Brasil, y la fantasía de “pânico” es usada para llamar la atención, jugar con ese imaginario del misterio.

uno y pasa otro, demuestran que la estética a través del sonido modela las imágenes vistas, dando más “vida” a lo local.



Más al frente, la calzada es ocupada por vendedores informales de perfumes, pulseras para relojes, pilas, panfletos de tiendas, entre otros. Del otro lado de la calle, se perciben los gritos “¡Bruja del 51!”⁴, “¡Ronaldinho!”⁵, era una mendiga que estaba enojada, y con una escoba saltaba y andaba de un lado al otro conforme a las provocaciones de los ocupantes del espacio público. De cierto modo, los espectáculos de la calle son constituidos por los propios personajes que circulan en lo local. Todos reían, y gritaban: “¡Da-le, Da-le!” Alguien todavía dice que la bruja estaba suelta porque era Viernes 13⁶.

El señor –vendedor- de pulseras y pilas para relojes –de la esquina entre “Dr. Flores” y “Voluntários da Pátria” canta “A nova loira do tchan é linda deixa ela entrar...”⁷, y para acompañar el ritmo de su canción despreocupada, hace sonar una botella con algunas monedas en el fondo. El cliente se aproxima, y él hace una broma, interactúa, conversa, ataca en esta relación, oculta sus tensiones, se desinhibe y conquista el mirar simpático, lo que le permite percibir que el buen humor colabora con los negocios. Los lazos dan flujo a la intimidad y se establece la confianza.

Esas escenas tienen como palco la propia calzada, desarrollándose una tras otra. Para un observador atento, es posible hasta mapear la red social, pues el vendedor callejero cambia dinero con otro vendedor, reconoce a sus clientes, recorre la “Voluntários da Pátria” alegre, saluda a los colegas que tienen al Centro de la ciudad como lugar de paso, va al baño en el bar, almuerza por allí, conversa, ríe, pasa frío, gana dinero con unos, pierde con otros, corre cuando la policía viene gracias al aviso de alguien, etc. O sea, desfila por ese pasillo de manera noble, conocedor de sus cantos, de sus puntos, de sus salidas laberínticas, de los escondites, se oye un silbido más lejos, ve la mirada de un colega, al mismo tiempo un “griterío”, y el vendedor abraza sus productos. Si acaso está con un cliente puede hasta dejarlo solo, saliendo apresuradamente de la “Voluntários da Pátria” y doblando en la esquina más próxima.

Menos de diez minutos, y los ambulantes ya retoman sus puestos “Mi Dios, está difícil trabajar...”, es por ello que ese ir y venir es también una protección. Pues si es abordado por la policía, los productos son requisados, el pan ganado se queda en las manos de “los brigadianos”⁸, y el vendedor luego es liberado, y tiene que recomenzar su trayecto

⁴ En referencia al personaje de Doña Clotilde, apodada como bruja del departamento 51 (en la versión brasileña), de la serie mexicana “Chavo” [“El Chavo del 8”, N. de los T.] que es transmitida por el canal SBT (Sistema Brasileño de Televisión). Esa señora practica acciones misteriosas dentro de su casa, tiene un gato negro, tiene una escoba, y es estéticamente considerada fea y asustadora por los otros personajes del programa.

⁵ Menciona al jugador de fútbol brasileño, Ronaldinho, que también es caricaturizado con relación a su belleza.

⁶ El día Viernes 13 de cualquier mes es considerado, popularmente, día de mala suerte. Razones históricas mantienen la superstición de que la bruja está suelta en este día, y se debe tener cuidado con las actitudes.

⁷ Música “A nova loira do tchan” del grupo “É o Tchan!”, banda brasileña.

⁸ Brigada Militar, que en conjunto con la SMIC (Secretaría Municipal de la Producción, Industria y Comercio) presiona para que el comercio ilegal en las calles del centro de Porto Alegre sea eliminado.

en la calle nuevamente. “Caminando y cantando y siguiendo la canción...”⁹ es lo que toca la radio, una paradoja sobre los dilemas brasileños.

“!HABLA HERMANO; CD, DVD...CD, DVD! BARATOS LOS CD, BARATOS LOS DVD!”. Seguimos nuestro itinerario en la calle hasta ese pedazo, entre la esquina de “Dr. Flores y Sr. dos Passos con la Voluntários da Pátria”, había algunos ambulantes que se arriesgaban a quedarse, pasando medio desapercibidos, medio quietos, aunque la exhibición de sus productos denunciaba la práctica. Son dos planchas de acero en formato cuadrado, de más o menos un metro por un metro, en el que las dos rectas de cada cuadrado estaban unidas por elásticos, y al apoyar ese armazón en el suelo formaba una especie de triángulo en el que la base es la calzada. En las planchas, los CD’s y DVD’s, embalados en una bolsita plástica con una cubierta sobre el contenido, están afirmados por los elásticos; ese armazón es suave, porque “a la hora de la funa, tienen que arrancar”, pone todo debajo de los brazos y sale corriendo –por eso cuando los vientos están más fuertes en ese túnel, es común escuchar el “plaft” del material cayendo al suelo.

Ellos se ayudan, el vendedor levanta, el armazón colabora, se levanta la vitrina y la magia continúa “¡HOMBRE ARAÑA DOBLADO, VAMOS QUE YO QUIERO GANAR MÁS DINERO!”. Resquicios de las conversaciones entre ellos dejan escapar las estrategias de vender en la calle, no pueden perder la venta, tienen que enfatizar en la calidad del producto, y también comercializar conforme al cambio establecido por los colegas, un precio que no llega a 10 reales, cabe en la negociación. Un ruido de motor hace percibir un auto que viene disminuyendo la velocidad para doblar a la izquierda, saluda en son de broma al colega que atraviesa la calle “Sr. dos Passos”.

Siguiendo adelante, ya del otro lado de la calle, se llega al lugar tan explorado en las salidas a terreno, al lugar en que los informantes adoptan a la investigadora, así como ella los observa y anota en su block de anotaciones –sentada en los escalones de las puertas de las tiendas volteada hacia la calzada- sus gestos, desempeños y “artes de hacer” (de Certeau, 1994). Ellos están a montones en la calzada, antes del período de más conflicto con la SMIC –en Octubre de 2007-, unas veinte planchas constituyendo bancos estaban de lado a lado, con su(s) “dueño(s)” al rededor, el aprendiz estaba cerca de ellos, pero hacía la diferencia no estar entre ellos.

Un metro de distancia y poco se podía oír de las conversaciones, las bromas, los comentarios entre vendedores de calle, las interacciones de sus ventas, percibir su estilo de vida. Entretanto, a través del sonido, conversaciones altas, movimientos, correrías, era posible comprender un poco más sobre el comercio informal. Después de cristalizar las idas, los contactos con los informantes se tornaron más habituales, uno pedía prestado un lápiz, otro preguntaba qué tanto estaba anotando, y hubo aquellos en los que me tuve que presentar como estudiante, después de percibir miradas desconfiadas. “¿ya anotó todo lo que quería?” “¡Si quiere saber más, puede preguntar!”. Y así el intercambio se desarrolló de forma menos fugaz, con el fin de constituir vínculos entre investigador-investigado.

Dentro del grupo de trabajadores ilegales etnografiados, algunos demostraron mayor simpatía en el contacto, pero había mucha desconfianza con relación a la persona que

⁹ Canción de Geraldo Vandré de 1968 que simboliza la crítica a la dictadura militar.

los observa, puesto que algunos profesionales destacan a esta tribu urbana de forma despreciativa. Ellos están atentos, se fijan en todos y todo, la sensibilidad de un ambulante respecto al movimiento y al sonido es evidente. Porque es de esta manera que ellos saben cómo y dónde se disponen las cosas en la “Voluntários da Pátria”, hay locales más amenazadores que otros, unos con más silbidos, otros más silenciosos. Contraria a los gustos de la SMIC, la práctica social investigada no podía ser negada, la tensión existe, pero la propaganda es resonada, oída y consentida por los clientes. Tal vez el Centro de la ciudad “permite” la confluencia de intereses, de forma ilegal o no, ese espacio sugiere oportunidades para los que no se adecuan a las reglas del mercado formal.

Los vendedores de CD's y DVD's son jóvenes entre 18 y 35 años. Con algunas excepciones, habitantes de la región periférica de Porto Alegre, aquellos que hacen propaganda tienen voz fuerte, joven, enunciativa. El 20 % son mujeres, entre el mismo rango etario, se arreglan bien, utilizan ropas ajustadas, usan maquillaje, y no las vi resonando sus voces en favor de lo que venden. También los muchachos se preocupan de lo visual, usan gel en el cabello, buenas zapatillas y una mochila / maleta para cargar los productos, lo que hace pensar en los momentos de posibles amoríos, debido a esa “bella apariencia”.

Escenario compuesto por escenas

“¡PROMOCIÓN DE DVD aquí!” Era el fenómeno acústico que venía de más a la izquierda de la boca de un muchacho moreno claro, con gorro, bermuda y polera recogida a la altura del ombligo. La señorita rubia se abanica con un papel, está acalorada, y conversa con otros dos jóvenes, que parecen colegas. El joven de mi izquierda está acompañado por un chico de polera azul, pelo castaño a la altura del hombro escondido por un gorro dado vuelta hacia atrás, me mira algunas veces, y a todo momento se aproxima un señor más gordo con voz gruesa que grita “DVD, CD” y aplaude, ellos están con dos bancas. Una larga bocina, el tránsito de buses por allí es intenso –porque del otro lado de la calle está el terminal de buses Rui Barbosa- y de peatones también, estos últimos van hacia todos los lugares, de la derecha a la izquierda, de la izquierda a la derecha, andan, paran, conversan. Aun en esa calzada del costado, la galería de tiendas un joven ofrece a quién pasa, la tarjeta Itaú Card, pero está sin mucha suerte.



“AMBULANTEEEEE”, y se escucha un “tek!”, son los triángulos que constituyen las llamadas bancas, convirtiéndose en rectas, los demás de las esquinas ya se preparan para correr, y miran en dirección a la Plaza Oswaldo Cruz, pues es de allá de donde viene el peligro. La densidad sonora de ese arreglo social se moviliza y rellena el espacio público, los vendedores crean puntos imaginarios para establecerse y re-crear su forma en otro canto. Se acomodan para durar, a través de su forma de

trabajo, en el cotidiano de la calle. En ese ir y venir, en que las escenas parecen efímeras, rápidas, y la frecuencia forma parte del estilo de vida de los ambulantes, estudiarlos es un gran desafío.

El día a día es estirado, de lunes a sábado llegan en la mañana y se quedan hasta el fin de la tarde, en el sol de primavera, en la lluvia de otoño, en el frío del invierno, y en la incertidumbre del dinero a ser ganado y tratado con angustia, pues se trata de individuos que vienen de clase popular, en donde se participa de esa vivencia del presente. Hay semanas en que se gana un dinerito, y otras en que no. “¡HABLA AMIGA!”. Escucho a uno de ellos bostezar, el otro me mira. Algunos de los pasatiempos de esos vendedores son las conversaciones, lecturas del Diario Gaúcho, cantos relajados, amoríos. Escucho las frenadas de los buses, pues las curvas para entrar en el terminal son bien cerradas, dependiendo hacia donde va el conductor.

Al tiempo después pasa una negra alta, con un pinche en su cabello negro, creo que era un travestí y escucho de esos chicos de los anteojos “¡Uhhhhhhh!”, ellos se ríen, esos juegos también constituyen escenas cotidianas. Ellos reparan en las mujeres bonitas que pasan, con un codazo u otro para apreciarlas. Así como comparten esos momentos, también dividen una botella de bebida, trayectorias sociales y la memoria del lugar. Escucho muchas sonoridades cerca del Terminal Rui Barbosa, debajo del alero, una música de radio que sale de alguna tienda, conversaciones fugaces, risas, gritos, propagandas, clientes admirando productos, voces, caminadas que están a la escucha de otras caminadas, constituyen la melodía de la calle.

Porto Alegre divide a sus ciudadanos por los gustos en dos equipos de fútbol, el Internacional y el Gremio, en el espacio público el reflejo de ese macrocosmo, se reflexiona en el microcosmo, se oyen himnos “hasta a pié nos iremos...”, idolatrías “Inter, Inter”, además del uso de las camisetas de estos campeones. Los ambulantes también tienen su equipo, en época de partidos de mayor fanatismo, es común escuchar burlas del otro, al estilo “tu equipo ya fue...”. Uno de los ambulantes simula estar con un micrófono y pregunta al otro cuál va a ser el resultado de esa noche, la respuesta del marcador deja claro que Internacional va a ganar, y el aprendiz de antropóloga imita una cámara con las manos, a fin de participar de la relación.

Otro contexto que aprovechan los vendedores de CD's y DVD's, y más de una vez han sido criticados por eso, es con relación a la publicidad de sus productos. Muchas veces cuando el filme es lanzado en el cine, los “piratas” ya tienen el producto para ser vendido en la calle, o sea, en el *outdoor* [tienda, N. de los T.] está la propaganda, y en las calles del Centro los ambulantes refuerzan el enredo con sus palabras y anuncios, conquistando a los clientes a ver el filme de primera mano. Eso también sucede con los CD's de música, pero aparte de los lanzamientos, ellos tienen productos más antiguos.

La mayoría de las veces son cantantes populares, del estilo de música “sertaneja” [del norte del país, N. de los T.], pagode, samba, rock, pop, funk. Uno de los informantes de esta investigación etnográfica que sólo trabaja con estos CD's, en la exhibición de sus productos mezcla diferentes tipos de música para que el cliente tenga la oportunidad de pasar los ojos por la variedad que le es ofrecida. Así, el cliente que busca un CD específico, al ver otro que le interesa, acaba comprando más y por menor precio que en el mercado formal; una vez más la táctica.

Tal vez la escena de venta más emblemática que pude presenciar a lo largo del trabajo en terreno fue justamente en el día en que hice la captación de sonido con md en la calle

“Voluntários da Pátria”, basada en la producción sobre etnografía sonora¹⁰ desarrollada en el BIEV¹¹ a través del trabajo de bolsa de iniciación científica¹² que permite la investigación. Fue lo siguiente: una señora de unos 35 años busca el DVD de High School Musical II, llega rápido a uno de los ambulantes que estoy próxima, y pregunta por el producto:

Cliente: Chico, ¿tienes High School Musical II?

Ambulante: ¡Tengo el show!

Cliente: Ah no, para, que eso para mí es novedad. ¿Qué show?

Ambulante: El show de ellos, poh.

Cliente: ¿Qué show? No es la película que sale en la televisión?

Ambulante: Es el nuevo de ellos, el show.

Cliente: Si, pero yo... no sé, me hablas en chino... (el ambulante muestra el DVD)

¡No es eso! Ella quiere la película, creo yo.

Ambulante: Ese es el nuevo que llegó aquí para nosotros.

Cliente: para, vamos a quitarnos esa duda. (busca el celular en la cartera)

Ambulante: Entonces vamos a ver ahora.

Cliente: Te cuento. Mi hermana me mandó a comprar unas cosas que yo no sé...

Ambulante: ¿Tropa de elite? Yo tengo la uno, la dos, la tres y la cuatro...

Cliente: ¿Son cuatro películas? (la hermana atiende el celular) Hola lagartija, de High School sólo tiene un supuesto show, porque yo busqué eso aquí por todos lados y nadie lo tiene... sólo tiene un tal... Es una tapa roja en la que está todo el mundo... ¡es eso mismo! Ya, ¿pero esa es la película? ¿Es la que sirve? Está bien, besos, chau. (corta el celular) Esa sirve...

Ambulante: Voy a sacar el sellito...

Cliente: Ya, cuánto es?

Ambulante: Cinco reales...

Cliente: Ya, cualquier cosa y te la traigo de vuelta.

Ambulante: El sello de garantía, ¡Ambulante DVD!

Cliente: ¿tu te quedas a donde? Bueno, se que tienes tu teléfono ahí...

Ambulante: Teléfono no amiga...

Cliente: ¿Aquí tienes teléfono o no?

Ambulante: No.

Cliente: Ah no. ¿Tu estás siempre aquí?

Ambulante: Sólo trabajo aquí.

Cliente: Está bien, gracias...

El intercambio de dinero acontece, él pone un sello con nombre en caso de algún problema para que así ella pueda cambiarla. Pero es evidente que este sello de garantía,

¹⁰ ROCHA, A. L. C.; VEDANA, V. A representação imaginal, os dados sensíveis e os jogos da memória: os desafios do campo de uma etnografia sonora. En: VII Reunión de Antropología Mercosur, 2007, Porto Alegre. VII RAM Desafios Antropológicos. Porto Alegre: UFRGS, 2007. VEDANA, Viviane. Sonoridades da Duração: práticas cotidianas de mercado no mundo urbano contemporâneo. En: VII Reunión de Antropología del Mercosur – Desafios Antropológicos, 2007, Porto Alegre.

¹¹ En el Banco de Imágenes y Efectos Visuales – PPGAS/UFRGS, se tienen reuniones semanales sobre cómo investigar la ciudad a través del sonido, con la orientación de Ana Luiza Carvalho da Rocha y la participación de Viviane Vedana y Priscila Farfan.

¹² Bolsa de iniciación científica cedida por la FAPERGS por el proyecto del Banco de Imágenes y Efectos Visuales/ BIEV “Coleções Etnográficas e patrimônio em Porto Alegre” con la orientación de Ana Luiza Carvalho da Rocha.

tal vez garantice poco, porque los ambulantes no tienen locales fijos, a pesar de rodear la misma región de “Voluntários da Pátria”, aunque entre la red social de ellos el nombre de cada cual es conocido, así que, si la persona busca a un fulano ellos saben donde está. Por eso podemos decir que la estrategia para adquirir confianza del cliente está en esos momentos, más allá de la negociación de palabras, precios y gestos, está en el encuentro entre vendedor y comprador.

El final del túnel

“DVD”, “¡abajo, aquí!”, “¡Compro, vendo y desbloqueo celular!” Es esa confluencia de voces la que me instó a pensar en una voz que parece empujar a otra, acompañando un ritmo propio de esta calle. Al mismo tiempo en que la informalidad se aprovecha de las tácticas del mercado formal, este último también copia ideas para atraer a la clientela. No sólo se quedan en las puertas de las tiendas hablando de sus promociones, sino que entregan panfletos en el espacio público, o sea, contribuyen con la emisión de sonidos dentro del túnel imaginado.

Una planificación urbano que centraliza su comercio, bancos, funciones administrativas, terminales de buses, áreas culturales, entre otros, en un punto de la ciudad, posibilita una aglutinación de personas de gran número por día, y el resultado es una experiencia de tanto en cuanto ruidosa. Esa es la perspectiva de algunos paseantes de la región de “Voluntários da Pátria”, más enfáticamente el diario¹³ da su narrativa:

“Autos en lugar prohibido, peatones atravesando fuera de la franja, personas caminando muy despacio, otras corriendo contra el reloj. Habitantes de la calle durmiendo en las calzadas, en cuanto vendedores ofrecen en voz alta “fábrica de calzoncitos”, “corte de cabello” y “Shrek doblado en DVD”. A los gritos, se incrementan las bocinas e insultos en el tránsito. Viniendo hacia el Centro, un rali con derecho al sendero sonoro caótico”.

Entretanto, para la Antropología Urbana, Sonora y Visual ese escenario posibilita el estudio de la ciudad a través de sus expresiones imaginéticas de una forma bien interesante. Puesto que la etnografía en la calle “Voluntários da Pátria”, considera a la ciudad como objeto temporal (Eckert; Rocha, 2005) en que la multiplicidad de escenas pueden ser estudiadas en sus minucias, con el fin de develar los estilos de vida de esos trabajadores ambulantes. Así como en Porto Alegre, en otros lugares en Brasil el mercado informal también se extiende, algunos letristas de música brasileña enfatizan en sus apariciones y, diferente del caos escuchado por aquellos, transforman en melodía algunas de las tácticas de esa profesión urbana:

“Con cuántos reales se hace una realidad
Necesito mucho sueño para sobrevivir en una ciudad
Gran juego de cintura
Entre estar despierto y ser honesto
Hay un resto que no es poca bobada”.

¹³ Zero Hora Centro, edición de septiembre de 2007.

Esta es la visión del artista Pedro Luís y a Parede, no así otros como João Bosco y Aldir Blanc, Chico Science, Los Hermanos, Arnaldo Antunes y Caju & castanha cantan sobre las condiciones de vida de los *camelôs* [vendedores ambulantes legalmente autorizados, N. de los T.] que permean en ese ambiente ciudadano. La diferencia entre los *camelôs* y ambulantes es evidente a la hora que llega la fiscalización de la SMIC, los segundos salen corriendo adoptando la condición de “fuera de la ley”, en cuanto los primeros quedan donde están aprovechando su situación privilegiada.

Entretanto este texto pone énfasis en la relación a la experiencia sensible de acompañar a vendedores del comercio informal en el Centro de la ciudad hasta Octubre de 2007, después de esa fecha el SMIC intensificó sus acciones, y los ambulantes articularon nuevas estrategias para “estar allá”. Uno de los motivos fue la repercusión de que la película brasileña “Tropa de Elite”, de José Padilha, ya estaba en manos de los “piratas” antes de que fuera exhibida en los cines. Otro motivo es la propuesta gubernamental de encaminar y regularizar a todos los *camelôs* [vendedores ambulantes legalmente autorizados, N. de los T.] para el centro Popular de Compras, que será construido en un lugar arriba del Terminal Rui Barbosa, y retirar a los ambulantes de la proximidad, al final son ilegales. No se sabe lo que va a suceder realmente, cabe entonces la investigación continuada.

Podemos concluir, que la dinámica de lo cotidiano puede ser estudiada a través de las expresiones sonoras de un arreglo social. Y en cuanto hacer durar los rastros de una forma constituyentes de prácticas y haceres de como el comercio informal es posible de conocer la ciudad, las vivencias y vínculos que permean a “Voluntários da Pátria”.

Bibliografía

Eckert, C; Rocha, A L. C. 2005. **A interioridade da experiência temporal como condição da produção etnográfica.** O Tempo e a Cidade. Porto Alegre: Editora da UFRGS.

de Certeau, M. 1994. **A invenção do cotidiano:1, Artes de fazer.** Petrópolis: Vozes.

Geertz, Clifford. **Obras e vidas: o antropólogo como autor.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002

Machado, Rosana Pinheiro. (Rocha, Ana Luiza Carvalho da – orientação). 2004. **Identities, conflitos e redes sociais entre camelôs: uma perspectiva etnográfica.** Porto Alegre: Banco de Imagens e Efeitos Visuais, PPGAS/UFRGS, (33f. – Iluminuras; n. 24).

Maffesoli, Michael. 1996. **No fundo das aparências.** Tradução de Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis, RJ: Vozes.

Rocha, Ana Luiza Carvalho da. 1995. **Irracionalidade do belo e a estética urbana no Brasil.** In. *Território do Cotidiano: uma introdução a novos olhares/organizado por Zilá Mesquita e Carlos Rodrigues Brandão.* Porto Alegre/ Santa Cruz do Sul: Ed. Da Universidade/UFRGS/Ed. Da Universidade de Santa Cruz do Sul/UNISC.

Rocha, Ana Luiza Carvalho da. VEDANA, Viviane. 2007. **A representação imaginal, os dados sensíveis e os jogos da memória: os desafios do campo de uma etnografia sonora.** In: Anais do VII Congresso de Antropologia do Mercosul (VII-RAM), Porto Alegre, CD-ROOM.

Vedana, Viviane. 2008. **No Mercado tem tudo que a boca come. Estudo Antropológico da duração das práticas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo.** Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/UFRGS, Orientador: Cornelia Eckert.