

## **Uma Reflexão Sobre a Representação da Luta do Conjunto Palmeiras nas Marcas Criadas por Jovens do Bairro.<sup>1</sup>**

Sílvia Helena BELMINO<sup>2</sup>  
Emylianny Brasil da SILVA<sup>3</sup>  
Luminiça-Anda MANDACHE<sup>4</sup>  
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **Resumo**

Este artigo apresenta uma reflexão sobre a representação da luta do Conjunto Palmeiras, bairro periférico da cidade de Fortaleza, nos trabalhos de criação de uma marca para o bairro em oficinas realizadas em 2014 com jovens moradores do lugar. Foram analisadas nove marcas com base no conceito de representação de Stuart Hall (2016) e de memória de POLLAK (1992). Foram analisados, também, os relatos dos moradores que construíram o bairro nos anos de 1970.

**Palavras-chave:** Memória; Marca; Representação; Luta.

### **Introdução**

Fortaleza é conhecida por ser a porta de entrada de praias paradisíacas, como Canoa Quebrada e Jericoacoara, além de um dos destinos turísticos mais visitados do Nordeste do Brasil. Ela também aparece em outros dados estatísticos. É a capital brasileira com maior concentração de renda. Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica do Ceará (IPECE) de 2012, 7% da população de Fortaleza vive nos 10 bairros mais ricos e detêm 26% da renda pessoal total da cidade. Por outro lado, os 44 bairros de menor renda, que juntos somam quase metade da população total (49%), apropriam-se dos mesmos 26% da renda pessoal total. Com essa pesquisa, Fortaleza se mostra uma cidade segregadora, cujas características de metrópole moderna não conseguem esconder as marcas de diferenciação social na construção e no uso do espaço urbano.

O Conjunto Palmeiras, bairro periférico de Fortaleza, faz parte da estatística de bairros com menores rendas, os considerados pobres e marginalizados da cidade. Entretanto é indicado como referência em economia solidária, em moeda social e projetos que

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT Publicidade e Propaganda do XI Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Professora Adjunta do PPGCOM de Comunicação e do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, e-mail: silviahelenabelmino@gmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação pelo PPGCOM (UFC), e-mail: emylianny@gmail.com

<sup>4</sup> Doutoranda no Departamento de Antropologia na Universidade do Arizona, e-mail: luminita.mandache@gmail.com

procuram reverter a condição de pobreza extrema dos moradores. Segundo as pesquisas do IPECE<sup>5</sup>, é o lugar mais violento e o de pior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>6</sup> da capital cearense. Entretanto, o bairro procura, por meio de parcerias<sup>7</sup> com instituições nacionais e internacionais, reverter o estigma que associa pobreza à violência. Em meio à essa contradição, o Conjunto Palmeiras possui diferentes projetos que atuam no bairro com o intuito de promover mudanças sociais e imagéticas.

Em 2013, foi proposta uma parceria entre o Grupo de Pesquisa de Imagem, Consumo e Experiência Urbana (GICEU), da Universidade Federal do Ceará (UFC) e o Instituto Palmas<sup>8</sup>, "braço" dos projetos sociais do Banco Palmas, com ações de comunicação, objetivando mostrar o lado da riqueza social do Conjunto Palmeiras, pouco explorado pela produção midiática local.

Durante os anos 2013, 2014 e 2015, realizamos oficinas, palestras, pesquisas quantitativa e qualitativa, grupos focais e inventário de memória para compreender qual imagem do bairro os moradores gostariam de mostrar para Fortaleza. Dessa forma, este artigo se propõe a refletir sobre a experiência de elaboração de uma identidade visual, tema de uma das oficinas ministradas por jovens e adolescentes moradores do Conjunto Palmeiras. Após analisamos as marcas criadas pelos participantes da oficina, surgiu um questionamento ao qual pretendemos responder neste trabalho: como a memória de luta na construção do bairro é representada nas marcas elaboradas pelos jovens?

Para responder à questão, procurou-se mostrar a história de luta durante a construção do bairro, a organização das lideranças e a memória do processo de ocupação do lugar. Para tanto, os relatos de experiência e vivência dos primeiros moradores foram utilizados. Pesquisas que possuem como metodologia a história oral fazem uso de entrevistas, sobretudo sobre histórias de vida, das quais se extraem memórias individuais ou, no caso das entrevistas de grupo, memórias mais coletivas.

Utilizamos a história oral para conhecer as narrativas de chegada ao bairro. Em seguida, interpretamos as 09 marcas criadas durante os três dias de realização da oficina

<sup>5</sup> Segundo dados do IPECE (Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará) há altos índices de concentração de renda na capital cearense: <http://www.ipece.ce.gov.br/>

<sup>6</sup> Índice calculado com base na expectativa de vida, renda e nível educacional dos moradores.

<sup>7</sup> Tem parceria internacional com CCFD, MIT- Colab, Ashoka, Halloran Philanthropies, Columbia University e nacional com SENAES-MTE, BNDES, Caixa Econômica Federal, Mapfre, Moneyclip, Ashoka Brazil, Iplanfor - Prefeitura de Fortaleza.

<sup>8</sup> O Instituto Palmas é uma organização não governamental que trabalha com os projetos sociais no bairro.

com 15 jovens. Para tanto, os elementos constitutivos de memória proposto por Michael Pollak (1992) foram considerados na análise das marcas, quais sejam:

Em primeiro lugar, são os acontecimentos vividos pessoalmente. Em segundo lugar, são os acontecimentos que eu chamaria de "vividos por tabela", ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não. Se formos mais longe, a esses acontecimentos vividos por tabela vêm se juntar todos os eventos que não se situam dentro do espaço-tempo de uma pessoa ou de um grupo. É perfeitamente possível que, por meio da socialização política, ou da socialização histórica, ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, tão forte que podemos falar numa memória quase que herdada. (POLLAK, 1992, p. 200)

Ainda na reflexão sobre o material da oficina, observou-se a contribuição do conceito de representação de Stuart Hall (2016), o qual mostra a representação como parte essencial do processo onde o significado é produzido e compartilhado entre as pessoas de uma mesma cultura. Considerou-se nessa escolha que “representar envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos” (HALL, 2016, p. 31).

A identidade-marca do bairro é representada pelos jovens com elementos de luta, união, família e solidariedade. É a memória da formação do bairro que se apresenta nas escolhas desses elementos. A memória é uma forma de dar sentido às coisas do mundo, estruturando sua participação no mundo; é um modo de emersão de sua figura de sujeito. Assim, uma nova geração do Conjunto Palmeiras mostra a importância da luta pela moradia, dignidade que os pais, avós e amigos foram obrigados a dialogar com os representantes do poder público para garantir a sobrevivência das famílias.

**"Deus Criou o Mundo e Nós Criamos o Conjunto Palmeiras": A "História de Luta" do Conjunto Palmeiras**

O Conjunto Palmeiras é um bairro periférico conhecido por sua história de luta e projetos de economia solidária<sup>9</sup>, provenientes da fundação de um banco popular conhecido como Banco Palmas. O bairro foi construído na década 1970 por famílias pobres, algumas retirantes da seca do sertão nordestino, outras que ocupavam áreas de risco ou que se concentravam em um trecho litorâneo na cidade de Fortaleza, valorizado após a construção do bairro Aldeota, ocupado por famílias ricas e de classe média alta. Um terreno baldio, situado a 30 quilômetros do Centro de Fortaleza e sem nenhuma estrutura, foi a área escolhida para abrigar cerca de 1500 famílias.

Conforme Joaquim Melo, idealizador do Banco Palmas, “[...] com o nome conjunto se tentava inculir neles a esperança de um bairro ‘verdadeiro’ para que eles deixassem seus barracos à beira mar e se encontrassem aqui, longe de tudo, com menos ainda do que lá, entregues à lei dos mais fortes, à aflição e à violência” (MELO, 2014, p.46).

Em uma carta escrita aos moradores do Conjunto Palmeiras, Joaquim Melo relata o processo de construção do bairro: "Foram anos morando em barracas de lona. Construimos o Conjunto Palmeira aos poucos, com nossas próprias mãos, em regime de mutirão. Até bem pouco tempo atrás não tínhamos água encanada para beber, não tínhamos esgoto, drenagem, ruas para andar." (MELO 2014)

Em um cenário de fragilidade das instituições democráticas brasileiras, as famílias do Conjunto Palmeiras se organizaram e, com o apoio da Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e de outras organizações não governamentais (ONGs), lutaram por transportes, acesso à educação, água e saneamento básico, uma situação similar à da maioria das comunidades periféricas dos grandes centros urbanos brasileiros. Essa experiência de mobilização e organização fomentou a luta por direitos básicos, antes conseguidos por meio de favores políticos eleitorais.

A experiência do Conjunto Palmeiras é um exemplo claro da importância que o movimento da Teologia da Libertação teve na construção da democracia no Nordeste do

---

<sup>9</sup> A ideologia de economia solidária é um formato econômico e simbólico que procura realizar a justiça social. Ela é vista como oposta (Miller 2006, Dacheux 2012), ou como complementar (Singer, 2013), à economia capitalista e à cultura de consumo.

país. O tempo passou, o Brasil formalmente fez a transição para a democracia e uma nova constituição substituiu a lei militar. O movimento da Teologia da Libertação reduziu o seu espaço de atuação e novos atores institucionalizados tomaram o lugar do antigo movimento das CEBs. A história desse lugar exemplifica bem as transformações ocorridas nos bairros populares em virtude dessas ações coletivas após o processo de redemocratização. Cientistas sociais observaram, contudo, um paradoxo nesse processo: em cidades como Fortaleza, a transição para a democracia ocorreu paralelamente ao declínio da mobilização social das bases (PALEY, 1999; ALVAREZ, 2009), que foram substituídas por formas mais institucionalizadas de organização comunitária. Foi esse o contexto que permitiu a experiência da economia solidária.

O movimento de economia solidária no Brasil foi institucionalizado no governo de Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), em 2002, com a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES). Joaquim Melo, um dos líderes do da Teologia da Libertação na década de 1980, optou por se afastar desse movimento para aderir às iniciativas de economia solidária no Conjunto Palmeiras, culminando com a criação do Banco Palmas. Naquela época, Joaquim Melo observou que as conquistas em infraestrutura do movimento criado pela CEBs urbanizaram o Conjunto Palmeiras. Por outro lado, muitos moradores da região não tinham recursos para viver em um lugar em que eles teriam que pagar pelos frutos dessa luta: água e eletricidade. Como consequência, muitos deles tiveram que vender suas casas e se mudar para outras favelas.

Novos problemas do bairro forçaram os líderes do Conjunto Palmeiras a trazer outras soluções. De acordo com Joaquim Melo, o principal objetivo na década de 1990 passou a ser o desenvolvimento da economia local e a criação de empregos que permitissem aos habitantes manter suas casas no local. Por meio da Associação dos Moradores do Conjunto (ASMOCONP), fundou-se o Banco Palmas. A organização criou a primeira moeda social<sup>10</sup> no Brasil e foi uma referência nos projetos de economia solidária no mundo inteiro. Atualmente, a moeda social do bairro, a Palma, é a mais conhecida da América Latina (SEYFGANG & LONGHURST, 2013). O Banco Palmas criou o Instituto Palmas

---

<sup>10</sup> A moeda social, local ou comunitária é uma moeda com circulação restrita a uma determinada área geográfica.

com o objetivo de viabilizar projetos e fortalecer a economia solidária. Além da moeda social, também organizou aulas de formação orientadas para mulheres e jovens, bem como cursos de microfinanças destinados a apoiar os comerciantes locais. A população do Conjunto Palmeiras aumentou quase dez vezes desde a criação do bairro e conta hoje com cerca de 40.000 pessoas (IBGE 2015). Apesar da luta dos moradores, o Conjunto Palmeiras ainda é o bairro mais pobre de Fortaleza, dentro de um total de 119 bairros.

### **Os Protagonistas da Luta**

Nos encontros das oficinas de inventário de memória, com algumas lideranças do Conjunto, foi possível compreender a história de formação do bairro. A trajetória desses antigos moradores possibilitou a compreensão de elementos eleitos pelos jovens para representar o bairro como a Palmeira, a família, as casas e a união, presentes nas marcas.

Nas conversas com os antigos moradores, percebeu-se a importância da união, do enfrentamento dos obstáculos iniciais na construção do bairro e o papel das mulheres, que em virtude da falta de transporte, creches e escolas, tiveram que assumir o trabalho de construção de casas, ruas e colégios por meio de multirões. Narraram as dificuldades enfrentadas ao chegar no terreno escolhido para abrigá-los no início dos anos de 1970. Eles foram levados em caminhões para uma antiga fazenda, desapropriada pelo então governador Virgílio Távora, sem nenhuma estrutura para recebê-los. Sem água, transporte nem energia.

A lembrança da chegada ao local relatada por Dona Maria do Carmo mostra que o lugar era uma esperança de dias melhores, uma vez que havia perdido sua moradia em uma enchente do Rio Cocó:

É perdi tudo, né, aí, nós fomos para um prédio, né, lá nós tudo tremendo de frio, tudo em tempo de morrer, né, não tinha mais nenhum pano, as roupas foram tudo embora, né. Aí então, tomava aqueles leite bem quente, dava uns copo de leite, o povo trazia pra gente. A gente ficava tudo deitado no chão, nas lonas, aí quando foi depois a gente... diz que abriram umas inscrição, pra vim pra cá né, parece que compraram esse terreno aqui, né, pra colocar o pessoal<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Relatos de vida com os moradores do Conjunto Palmeiras, arquivo do GICEU.



As dificuldades iniciais dos primeiros moradores do Palmeiras são ilustradas, também, na fala do Sr. Augusto:

Vimos pra cá. Quando nós chegamos no Palmeiras, não tinha água. Eu cheguei aqui e bebi água da cor de barro. Porque eu peguei duas latas, eu fui numa casa e pedi, e botei um pano no pote e a gente botava e passava a mão pra descer. No outro dia na aresta do poste era a mesma lama, do mesmo jeito. Então a gente tinha, era obrigado a beber dessa água e como no Palmeiras não tinha água, muitos meninos cavavam buraco e no outro dia o buraco tava cheio d'água e fezes boiando. A gente tirava as fezes e trazia a água pra beber, pra cozinhar, pra lavar uma roupa, tomar banho, tudo isso. Naquela época eu sempre disse que Deus tá com os mais pobres mesmo. Os ricos fazem de conta que tem Deus, mas Deus está com os mais pobres.<sup>12</sup>

O Palmeiras não tinha água, não tinha transporte, não tinha energia, não tinha nada e juntava muita gente na reunião, muita gente, era mulher gestante, gente velha, jovem, criança, tudo nas reuniões, a gente conseguia juntar. O povo tinha um desejo de conseguir as coisas. Sei que quando chegamos no Palmeiras não tinha transporte, de jeito nenhum, só tinha um ônibus que eu já falei e muitas vezes as pessoa perdia o horário do transporte e aí nós começamos a lutar pelo transporte, foi briga muita que nós travamos... É... muita gente foi mutilado, caía dos ônibus, mulher abortava na porta do ônibus, porque o ônibus lotado... E nós se reunimos, nós foi na secretaria do transporte do município com a relação de pessoas que foram mutiladas e a gente queria que a secretaria indenizasse essas pessoas, porque teve gente que ficou sem trabalhar pro resto da vida, ficou mesmo aleijado mesmo, sem condições de trabalhar.<sup>13</sup>

A história do Conjunto Palmeiras é semelhante à de outras comunidades pobres brasileiras que, para atender aos interesses do capital, são deslocadas para lugares mais afastados das áreas nobres e jogadas em terrenos urbanos de pouco valor, sem nenhuma infraestrutura. O que difere o Palmeiras das demais comunidades cearenses é a organização e a implantação de projetos sociais capazes de transformar a dura realidade inicial das primeiras famílias do lugar. O Sr. Manoel atribui as transformações do lugar à organização dos moradores:

Quando eu cheguei, já tinha o sonho, assim, o comezinho da organização das associações dos moradores e quando eu conheci a “companheirada” a gente começou a se juntar pelas necessidades básicas que eram grandes demais e a gente começou a caminhar junto, começamos a formar equipes, formar comissões de bairro, né, pra gente, a questão era que não tinha transporte, não tinha escola, não tinha, não tinha saúde, não tinha posto. Tinham as propostas dos governos atuais mas nada feito, só os começos, só umas escolinhas, assim, que movimentava

---

<sup>12</sup> Idem.

<sup>13</sup> Idem.

naquelas casas que eles arranjavam com o pessoal. Aí começamos a lutar juntos, construindo e foi acontecendo. O primeiro passo foi a conquista pelos ônibus...

Naquele momento, por causa da falta de transporte, escola e creche, muitos moradores perderam o emprego. A solução então encontrada foi sobreviver do lixo. A cerca de 500 metros do bairro, funcionava o Aterro Sanitário do Jangurussu. O lixo de Fortaleza garantia a alimentação das famílias pobres da periferia. Isso foi narrado por Dona Maria do Carmo e Sr. Augusto:

Eu levava os dois meninos e ia. De manhãzinha, saía daqui era 7 horas, cortando esse matazal medoim e ia. Ai chegava passava o dia esperando os caminhões quando era 5 hora pras 6 hora eu vinha voltando, com o casquerim, que era um ferrim que a gente puxa né, o lixo, né. Pois é, lá eu passei dois ano ali. Mais todo dia tinha aquela coisinha né, e também não deixava meus menino comer as comida da... não, sabe, eu separava, comprava e deixava nos saquim...<sup>14</sup>

“Rampeiro” é diferente de gari. Ele tem carteira assinada, usa luvas, botas e o “rampeiro” vai reciclar, é mão grossa mesmo. Não tinha um mínimo de segurança, a gente ia pra rampa catar o lixo pra vender e no final da tarde a gente trazia o dinheiro pra ajudar a criar a minha família, ou a família de muitos que por ai tem.<sup>15</sup>

Eles se organizaram em uma associação dos moradores e conquistaram transporte, escolas, creches, água, luz e esgoto. Fundaram um Banco Comunitário e uma moeda social. Além disso, possuem projetos culturais, como: a Companhia Bate-Palmas, Palmerê, Circo, Capoeira e a confecção de roupas femininas Palma Fashion.

Após apresentação de alguns trechos sobre a construção do bairro e as implicações na formação dos filhos e netos desses primeiros moradores, traremos as análises das marcas elaboradas por eles durante a realização das oficinas.

### **Oficina de Identidade Visual**

A motivação inicial de criar uma marca para o bairro foi a participação da Copa do Mundo de Futebol de 2014, na Arena Castelão, que se encontra a mais ou menos dois quilômetros da comunidade. Eles elaboraram um plano de comunicação e de marketing intitulado “Periferia entra em Campos: por uma Copa democrática” para inserir as atividades culturais e econômicas do bairro na agenda do mundial. Conseguiram alugar um

<sup>14</sup> Relatos de vida com os moradores do Conjunto Palmeiras, arquivo do GICEU.

<sup>15</sup> Idem.



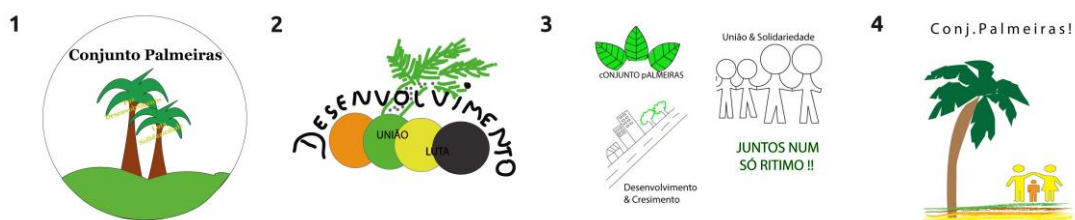
espaço no aeroporto e apresentar aos torcedores/turistas um roteiro diferente dos guias oficiais da cidade-sede.

A marca não foi criada naquele momento. Depois de uma conversa com os organizadores do evento da Copa, optou-se por criar uma marca para o bairro que refletisse os movimentos artísticos-culturais, as bandinhas de lata das crianças, os grupos de teatro, capoeira e circo; a moeda solidária, motivo de orgulho dos moradores; a gastronomia e a produção da confecção de roupas Palma Fashion. Tudo isso aliado à luta dos moradores.

Participaram das três oficinas realizadas nos laboratórios da Universidade Federal do Ceará (UFC) 15 jovens entre 16 e 20 anos. Eles nunca haviam entrado na UFC, o que tornou a experiência ainda mais rica para os meninos e as meninas moradores da periferia de Fortaleza, que viam naquele espaço algo distante do sonho de futuro. Nas oficinas, foram mostrados preceitos básicos de criação de *brand*, as cores e os significados, os conceitos e os elementos gráficos, além da importância da escolha de valores na construção da identidade da marca.

As marcas na condição de identidade são vistas como símbolos, cujos valores são percebidos pelos consumidores. A definição de Clotilde Perez esclarece melhor: “marca é uma conexão simbólica e afetiva estabelecida entre uma organização, sua oferta material, intangível e aspiracional e as pessoas para as quais se destina” (PEREZ, 2004, p. 10).

Em entrevistas feitas após a elaboração das marcas, eles falaram de quais valores tentaram passar nos desenhos:



Fiz quatro círculos com intercessões e nas intercessões coloquei Desenvolvimento, União, Solidariedade e Luta. Eu quis passar para as pessoas uma síntese da imagem que tenho do bairro. ( J.17 anos)

O entrevistado fez a marca de número dois. Apesar de mencionar o tema da solidariedade, ele não colocou na marca. Como lembra Hall (2016), o sentido depende da

sua função simbólica. Nesse sentido, a memória não deve ser vista como um fenômeno individual, mas ser compreendida como algo coletivo, social, um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes (POLLAK, 1992).

Um elemento presente em todas as marcas é a palmeira, que carrega um valor simbólico para a comunidade, não somente por originar o nome do lugar, mas conforme os relatos de uma moradora, era debaixo de três Palmeiras, ainda hoje preservadas em uma praça do bairro como marco inicial, que os moradores se reuniam para discutir os problemas e as estratégias de luta. Hoje, praticamente não há palmeiras no lugar.

A casa, a família e a união também encontram-se presentes na maioria das marcas elaboradas, seja por meio de palavras ou por representação nos desenhos. E a casa é apresentada simbolicamente na marca de número 04 com os braços estendidos de um casal sobre uma criança ou literalmente como a de número 05. A família é sempre representada por dois adultos heterossexuais e duas crianças, mostrando que o modelo tradicional de família ainda é a referência entre os jovens do Conjunto Palmeiras. As mulheres foram responsáveis por grande parte das obras do Palmeiras – Creche, Casa de Parto, a Associação dos Moradores, a importância delas na construção e a luta pelas conquistas do bairro aparecem nos desenhos sempre ao lado dos homens com mesma estatura (desenhos de números 03 e 04), em apenas uma das marcas a mulher é representada em tamanho menor (número 5). Para Hall (2016), representar significa simbolizar algo ou alguém, “pôr-se no lugar ou dela ser uma amostra ou um substituto”. Nesse sentido, a representação do feminino é posta em igualdade com o masculino.

A união e a luta, palavras presentes dos desenhos, podem ser compreendidas como elementos constitutivos da memória, acontecimentos "vividos por tabela", ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer



(POLLAK, 1992). Para eles, o bairro poderia ser conhecido pelos outros bairros de Fortaleza pela força e luta de homens e mulheres que o construíram.

O famoso "mito da marginalidade" (PERLMAN, 1976) é a expressão de uma guerra de classes em curso no Brasil urbano. Se o leitor deste artigo pesquisar no Google o nome Conjunto Palmeiras, as primeiras imagens encontradas serão dos chamados "marginais" cercados pela polícia. Isso é emblemático da imagem que lugares como o Conjunto Palmeiras têm no imaginário coletivo das classes média e alta do país.

Em 2014, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou os dados sobre as características sociais e econômicas de Fortaleza, vulgarmente o ranking da pobreza. Em 20 de fevereiro de 2014, o principal jornal local, O Povo, anunciou: "Conjunto Palmeiras é o bairro de Fortaleza com pior desenvolvimento". Essa notícia afetou a autoestima não só dos moradores, mas também de organizações locais, tais como o Banco Palmas. As falas dos jovens retratam essa necessidade de ver o Palmeiras ter outra imagem. Como podemos perceber:

Nós queríamos mostrar pras pessoas a questão do desenvolvimento que tivemos aqui, da união da população pra chegar aonde estamos hoje. Ao contrário da mídia, que só mostra o nosso lado ruim, queríamos mostrar que há jovens que se preocupam com a comunidade. (G. 22 anos)

O que eu e todo o resto quis expressar foi a ideia de união, a força dos moradores para construir o bairro etc. Todos tinham a mesma ideia, só os desenhos foram diferentes. (L. 17 anos)

Com os trabalhos das oficinas, foi possível perceber no discurso dos jovens que a melhor representação do bairro é a luta pela conquista do direito à moradia de cerca de 40 anos atrás dos pais e avós deles. Pollak afirma ser possível que "fora do espaço-tempo da vida de uma pessoa, podem constituir lugar importante para a memória do grupo e, por conseguinte, da própria pessoa, seja por tabela, seja por pertencimento a esse grupo" (POLLAK, 1992).

Assim, os jovens do Conjunto Palmeiras acreditam que o reconhecimento por parte dos outros bairros da cidade existe, na medida em que a história de luta da população seja publicizada por meio de uma marca.

### Considerações Finais

É claro que, em alguns momentos, a experiência do Palmeiras e o Relato de vida se misturam, porque esses moradores fazem desse um momento crucial de suas existências. E isso é incorporado discursivamente pelos jovens. A chegada naquele lugar inaugura um ponto de virada, como o ápice da parábola que, a partir de um ponto "X", toma direção diferente, mas não completamente oposta. Assim, continua a pobreza, o sofrimento, a penúria, ao mesmo tempo em que uma nova arquitetura se desenha. No plano da vida, insinuam-se novas relações, novos toques, enlaces e outras tangentes.

Os moradores, rapidamente, percebem que chegaram a uma "terra de ninguém". Era preciso encontrar o que os unia como diferentes, como sujeitos que trazem, nas bagagens escassas, pesadas histórias e geografias distintas. É preciso fazer daquela terra de ninguém a terra de todos, dar-lhe um nome como modo de conceder-lhes a existência: a terra sem nome precisa ser nomeada. Como a Palmeira que precisa ser forte para resistir ao vento, sem entendê-lo apenas como uma ameaça, os moradores encontraram na miséria o laço que somará suas forças.

Podemos dizer que os símbolos que compõem uma identidade-marca de um lugar não são construções totalmente arbitrárias ou aleatórias, elas mantêm determinados vínculos com a realidade, a memória e ainda com as construções históricas.

### Referências Bibliográficas

ALVAREZ, S. **Beyond NGO-ization? Reflections from Latin America**. *Development*, v. 52, n.2, pp. 175-184, 2009.

HALL, S. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed.PUC- Rio: Apicuri, 2016.

IBGE [Online] Available at:  
[ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2015/estimativa\\_dou\\_2015\\_20150915.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2015/estimativa_dou_2015_20150915.pdf) [Acesso em 11 Junho 2016]

MELO, J. **Carta aos moradores do Conjunto Palmeira**. Conjunto Palmeiras, Fortaleza, 2014.

MELO, J. **Viva a Favela: os pobres assumem seu próprio destino**. São Paulo: Ideia e Letras, 2014.

PALEY, J. **Marketing Democracy: Power and Social Movements in Post-Dictatorship Chile.** Berkeley: University of California Press, 1999.

PELRMAN, J. **The myth of marginality. Urban poverty and politics in Rio de Janeiro.** Berkeley: University of California Press, 1976.

PEREZ, C. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

POLLAK, M. **Memória e identidade social.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, p. 200-212.

SEYFGANG, G. & LONGHURST, N. **Desperately seeking niches: Grassroots innovations and niche development in the community currency field.** Global Environmental Change, v. 23, n. 5, pp. 1-11, 2013.