



**Cynthia Maciel Duarte**

**Comunicação e etnometodologia na Feira de São Cristóvão  
Interação social e comércio na Loja do China**

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Comunicação Social.

Orientadora: Profa. Adriana Andrade Braga

Rio de Janeiro  
Março de 2019



**Cynthia Maciel Duarte**

**Comunicação e etnometodologia na Feira de São Cristóvão**  
**Interação social e comércio na Loja do China**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examidora.

**Profa. Adriana Andrade Braga**

Orientadora

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Prof. Adriano Duarte Rodrigues**

Universidade Nova de Lisboa – UNL

**Profa. Claudia Barcellos Rezende**

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

**Prof. Fábio Ferraz de Almeida**

PUC-Rio

**Profa. Maria do Carmo Leite de Oliveira**

Departamento de Letras – PUC-Rio

**Profa. Luísa Chaves de Melo**

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 20 de março de 2019.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e da orientadora.

## Cynthia Maciel Duarte

É doutora em Comunicação Social pela PUC-Rio, onde desenvolveu a tese “Comunicação e etnometodologia na Feira de São Cristóvão: interação social e comércio na Loja do China” na linha de pesquisa Comunicação e Experiência. É mestre em Comunicação Social pela UERJ, na linha de pesquisa Cultura de Massa, Cidade e Representação Social, tendo desenvolvido a dissertação “A Magia da Disney no Facebook: estratégias de comunicação e negócios do conglomerado na rede social”, indicada para concorrer ao prêmio Capes de teses e dissertações. É especialista em Mídia, tecnologia e educação pela PUC-Rio e graduada em Relações Públicas e Jornalismo pela UERJ. Tem mais de 10 anos de experiência em comunicação corporativa.

## Ficha Catalográfica

Duarte, Cynthia Maciel

Comunicação e etnometodologia na Feira de São Cristóvão : interação social e comércio na Loja do China / Cynthia Maciel Duarte ; orientadora: Adriana Andrade Braga. – 2019.

439 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2019.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Interação social. 3. Etnometodologia. 4. Análise da conversa. 5. Feira de São Cristóvão. I. Braga, Adriana Andrade. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

## Agradecimentos

À minha família, pelo apoio e pela compreensão diante dos intermináveis períodos de ausência dedicados à produção deste trabalho.

Aos integrantes da Instituição Religiosa Perfect Liberty (PL), que me ajudaram a acreditar e seguir em frente diante das dificuldades.

Aos comerciantes da Feira de São Cristóvão que permitiram gravações e observações em seus estabelecimentos e disponibilizaram seu tempo para conversas, o que tornou realidade esse estudo.

À Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), que viabilizou a realização desta pesquisa pela concessão de uma bolsa de isenção de mensalidade durante todo o período do doutorado.

À professora Adriana Braga, pelas orientações, conversas, indicações de leitura, por me apresentar a Etnometodologia e especialmente por permitir a realização de um estudo com foco em interações face a face, algo incomum nos cursos de Comunicação Social no Brasil e que envolve muitos desafios.

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. O apoio foi dado por meio de concessão de uma bolsa do Programa de Doutorado-sanduíche no Exterior (PDSE), processo no. 88881.134244/2016-01, no período de maio de 2017 a abril de 2018.

À professora Luciana Lucas dos Santos, pela fundamental contribuição com minha ida para o Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra e por toda a sua dedicação. Professora competente, incansável, comprometida e parceira.

Ao CES, cujos eventos me mostraram que há muita gente trabalhando por um mundo mais justo. Agradeço especialmente à equipe da Biblioteca Norte Sul pela acolhida tão carinhosa: Maria José Carvalho, Acácio Machado e Inês Lima.

Aos professores Adriano Duarte Rodrigues, Rod Watson e Andrew Carlin, pelas reuniões e sessões de análise de dados durante o estágio doutoral, tão importantes para essa pesquisa. Considero esses professores fundamentais para a realização desta investigação, não apenas pelos preciosos conhecimentos compartilhados comigo, mas por também me apresentarem uma postura tão respeitosa em relação às pessoas com quem trabalhamos para a realização dos estudos nos quais nos envolvemos.

Aos professores Pedro Hespanha, Wes Sharrock, Christian Heath e Colin Clark, pela gentileza de me receberem para reuniões durante o estágio doutoral.



À professora Lia Tiriba e aos integrantes de seu grupo de pesquisa na UFF, por me permitirem participar de seus encontros, sempre tão interessantes.

Ao professor Paulo Gago, por me receber como ouvinte em seu curso na UFRJ e pelas contribuições em relação à parte dos dados desta pesquisa.

Às professoras Maria do Carmo de Oliveira, da PUC-Rio, e Ana Ostermann, da UNISINOS, pelas contribuições com esta pesquisa por meio da análise de dados feita no II Enace.

A todos os professores e funcionários do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio.

A todos os professores com quem tive a oportunidade de estar ao longo da vida, que compartilharam seu conhecimento e seu tempo comigo e me ajudaram a completar a jornada até aqui.

Aos amigos, pelas conversas e risadas tão importantes ao longo dessa caminhada. Um agradecimento muito especial à Daniela Paes e Fabio Figueiredo, pela acolhida durante o estágio doutoral na Inglaterra e pela ajuda com a produção de legendas em inglês de vários trechos das gravações usadas nesta pesquisa.

## Resumo

Duarte, Cynthia Maciel; Braga, Adriana Andrade. **Comunicação e etnometodologia na Feira de São Cristóvão: interação social e comércio na Loja do China**. Rio de Janeiro, 2019. 439 p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O entendimento da condução de iniciativas comerciais de pequeno porte foi a motivação desta pesquisa realizada na Feira de São Cristóvão, um Centro Municipal de Tradições Nordestinas na cidade do Rio de Janeiro - Brasil, cuja formação é reflexo de aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos que compõem a cidade e o país. A atitude de pesquisa escolhida foi a Etnometodologia. Esta, aliada à Análise da Conversa, permitiu que os dados fossem obtidos a partir dos ambientes e das interações entre as pessoas em seu dia a dia, de forma naturalista, localmente situada. O estabelecimento da Feira a partir do qual o estudo foi desenvolvido foi a Loja do China, de onde foram feitas as categorias de análise desenvolvidas nesta investigação. A investigação permitiu compreender que a competição interna e a desigualdade entre estabelecimentos são características marcantes na Feira. O estudo evidenciou ainda que o trabalho cotidiano do comerciante China, e que pode encontrar paralelo em outros comerciantes, envolve a ênfase na presença física, o esforço constante para substituir clientes, providências para não depender exclusivamente da estrutura coletiva, poucas relações de amizade e relações de colaboração fundamentais para a manutenção do negócio, além de vários momentos marcados por sociabilidade. As situações analisadas refletem ainda características da sociedade brasileira referentes à valorização hierárquica e à existência de questões de gênero no trato entre homens e mulheres.

## Palavras-chave

Interação Social; Etnometodologia; Análise da Conversa; Feira de São Cristóvão

## Abstract

Duarte, Cynthia Maciel; Braga, Adriana Andrade (advisor). **Communication and ethnomethodology at São Cristóvão Fair: social interaction and commerce in the China Store**. Rio de Janeiro, 2019. 439 p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The understanding of the management of small business was the motivation to this research developed at São Cristóvão Fair, a Municipal Centre of Northeastern Traditions placed at Rio de Janeiro city, in Brazil, whose formation reflects the social, economic, cultural and political aspects that make up the city and also the country. The research attitude chosen was Ethnomethodology. This, combined with Conversation Analysis, permitted the data be obtained from the environments and the people daily interactions, in a naturalistic way, locally situated. The commercial unit of the Fair from which the study was developed was the China Store, place where were made video recordings, photos, talks, and observations that originated the analysis categories developed in this investigation, related to other spaces of the Fair when relevant. The investigation let to comprehend that internal competition and inequality among enterprises are strong characteristics of the Fair. The study still evidenced that the daily job of a trader responsible for micro and small businesses in this environment, like China, includes the emphasis on physical presence, the constant effort to replace customers, take measures to be independent in some measure from collective structure, few friendship relations and fundamental collaborative relations, besides many moments of sociability. The analysed situations still reflects characteristics of Brazilian society related to hierarchical valuation and the existence of gender issues in dealing between men and women too.

## Keywords

Social interaction; Ethnomethodology; Conversation Analysis; São Cristóvão Fair

## Sumário

1. Introdução	16
1.1 Apresentando tema e objetivos	18
1.2 Justificativa	20
1.3 Problema de pesquisa	21
1.4 Estrutura da tese e <i>corpus</i> da pesquisa	29
Parte I	36
2. Interação social, cidade e ação econômica	37
3. Apresentando a Feira de São Cristóvão	55
4. A Feira de São Cristóvão em estudo	142
5. Etnometodologia e Análise da Conversa	182
5.1 Bases da Etnometodologia	184
5.2 Mudanças propostas pela Etnometodologia e afastamentos de outros modos de entendimento da sociedade	192
5.3 Desenvolvimentos da Etnometodologia	200
5.4 Alguns estudos realizados com a atitude etnometodológica	204
5.5 Etnometodologia combinada à Análise da Conversa	212
Parte II	242
6. Decisões de pesquisa e a Loja do China	243
6.1 A opção pelo estudo de um estabelecimento e <i>corpus</i> da pesquisa	243
6.2 Loja do China	256
7. Interação social na Loja do China	280
7.1 Abordando fregueses	284
7.2 Atendendo fregueses	313

7.3 Despedidas	355
7.4 Comerciantes na Feira	360
8. Conclusões	398
9. Referências bibliográficas	424

## Lista de figuras

Figura 1 - Mapa do Brasil dividido em regiões	61
Figura 2 - Notícia sobre “campo de concentração”	64
Figura 3 - A feira fora do Pavilhão	67
Figura 4 - Reprodução de postagem sobre a Lei N.º 2.052	69
Figura 5 - Venda de relógios na Feira	70
Figura 6 - Ausência de espaço entre as barracas	71
Figura 7 - Reprodução do site da Neguinho Descartáveis	76
Figura 8 - Caminhões da Neguinho no estacionamento da Feira	76
Figura 9 - Parte do entorno da Feira em que não há calçada	82
Figura 10 - A Feira dentro do Pavilhão	82
Figura 11 - Matéria jornalística sobre cobrança a feirantes	90
Figura 12 - A unidade Vila Isabel do Estação Baião de Dois	92
Figura 13 - Unidade no Shopping do Estação Baião de Dois	92
Figura 14 - Folder distribuído em evento na Feira	94
Figura 15 - Evento sobre câncer de mama	94
Figura 16 - Estrutura em frente a restaurante	95
Figura 17 - Chamador abordando clientes na Feira	95
Figura 18 - Transporte de mercadorias	96
Figura 19 - Texto da versão online do Diário Oficial	102
Figura 20 - Foto da página 4 do Jornal da Feira de dez/2016	105
Figura 21 - Mapa disponível no site da Feira	106
Figura 22 - Estátua de Pe. Cícero na entrada que leva seu nome	106
Figura 23 - Estátua de Luiz Gonzaga na entrada com seu nome	107
Figura 24 - Fios, lâmpadas e holofotes	107
Figura 25 - Chão rústico da Feira, mobiliário plástico, informes escritos à mão e papelão no chão	108
Figura 26 - Trio se apresentando na Praça dos Repentistas	108
Figura 27 - Palco Jackson do Pandeiro	109
Figura 28 - Artistas se apresentam em um dos palcos menores	109
Figura 29 - Artistas se apresentam em um dos palcos menores	109
Figura 30 - Público dança forró em frente	109
Figura 31 - Espaço do Palco Jackson do Pandeiro cheio	110

Figura 32 - Rua da Loja do China sem muita movimentação	110
Figura 33 - Loja do China sem fregueses	111
Figura 34 - Matéria do jornal Extra	112
Figura 35 - Postagem informando valor do ingresso	112
Figura 36 - Mensagem da Josine em grupo de WhatsApp	113
Figura 37 - Barracas fechadas em uma das avenidas principais	115
Figura 38 - Barracas abertas em uma das avenidas principais	115
Figura 39 - Barraca da Chiquita	116
Figura 40 - Reprodução do site da Barraca da Chiquita	117
Figura 41 - Quantidade de barracas	117
Figura 42 - Vendedores ambulantes	120
Figura 43 - Vendedora ambulante fantasiada	120
Figura 44 - Camelô de venda de doces	120
Figura 45 - Camelô de venda de bijuterias	121
Figura 46 - Camelô de venda de literatura de cordel	121
Figura 47 - Estátua viva	121
Figura 48 - Memorial do Nordeste	122
Figura 49 - Dois enquadramentos da VII Região Administrativa	122
Figura 50 - Espaço da Academia Brasileira de Literatura de Cordel	123
Figura 51 - Espaço da antiga Administração	123
Figura 52 - Dois enquadramento do prédio da nova Administração	123
Figura 53 - Visão mais ampla do prédio da nova administração	124
Figura 54 - Folder de um dos chamadores	125
Figura 55 - Caminhões da Neguinho Descartáveis	126
Figura 56 - Caminhão da Barraca da Chiquita	126
Figura 57 - Letreiro do estabelecimento Rainha do Queijo	127
Figura 58 - Letreiro do restaurante Conexão Mandacaru	127
Figura 59 - Funcionários com uniformes	127
Figura 60 - Uniforme de funcionária	128
Figura 61 - Barraca de médio porte sem letreiro	128
Figura 62 - Barraca de pequeno porte com divulgação feita à mão	129
Figura 63 - Informações à mão em estabelecimento de médio porte	129
Figura 64 - Foto de cartão de visita do Rainha do Queijo	129
Figura 65 - Foto de cartão com localização do estabelecimento	130

Figura 66 - Cordel de divulgação na Barraca da Chiquita	130
Figura 67 - Produtos expostos na entrada do estabelecimento	131
Figura 68 - Decoração da fachada até 2017	132
Figura 69 - Fachada da Feira sem a decoração de banners	132
Figura 70 - Rasgos na decoração da fachada	132
Figura 71 - Ingresso da Feira	133
Figura 72 - Ingresso da Feira	133
Figura 73 - Banner com anúncio de show	134
Figura 74 - Banner de anúncio de show	134
Figura 75 - Banner com FAQ	134
Figura 76 - Bilheteria da entrada Padre Cícero	135
Figura 77 - Bilheteria na entrada Padre Cícero	135
Figura 78 - Banner pequeno com informação sobre show	138
Figura 79 - Letreiro luminoso na Feira	136
Figura 80 - Cartaz de show na Feira afixado em pilastra	136
Figura 81 - Divulgação da rádio “FM O Dia”	136
Figura 82 - Divulgação da rádio FM O Dia	137
Figura 83 - Um dos palcos principais com banners nas laterais	137
Figura 84 - Palco principal com banners da cerveja “Antarctica”	137
Figura 85 - Tótem da vodka Krakovia na entrada Padre Cícero	137
Figura 86 - Banner da Rádio Globo na entrada da Feira	138
Figura 87 - Logomarca da Prefeitura na entrada	139
Figura 88 - Notícia sobre festa junina da Feira no <i>site</i> da Prefeitura	139
Figura 89 - Promoção no site da rádio “FM O Dia”	139
Figura 90 - Baldes com bebidas	244
Figura 91 - Cliente comprando um balde de cerveja	245
Figura 92 - Dois registros do aviso na Loja sobre gravação	254
Figura 93 - Imagem da câmera na prateleira dentro do balcão	254
Figura 94 - Câmera no teto da Loja	254
Figura 95 - Câmera no ventilador	254
Figura 96 - Câmera sobre o freezer	255
Figura 97 - Registros da vestimenta para levar equipamentos	256
Figura 98 - Mapa da Feira de São Cristóvão com Rua Ceará	257
Figura 99 - Estabelecimentos do entorno da Loja do China	258



Figura 100 - Estabelecimentos fechados no entorno da Loja	258
Figura 101 - Momento em que ajudei China a abastecer o freezer	259
Figura 102 - Parte da frente da Loja com queijo em destaque	259
Figura 103 - China apoia no freezer da parte da frente da Loja	259
Figura 104 - Palitando queijo com China	260
Figura 105 - Área do balcão mais perto da entrada	261
Figura 106 - Área do balcão mais perto do fundo da Loja	261
Figura 107 - Parte interna do balcão	262
Figura 108 - Bancada com goma de mandioca	262
Figura 109 - Prateleira acessível aos fregueses	263
Figura 110 - Abertura na parede ao fundo da Loja	263
Figura 111 - Parte interna do balcão	264
Figura 112 - Prateleiras com poucas manteigas de garrafa	264
Figura 113 - Mesa na parte de dentro do balcão	265
Figura 114 - Varrendo a Loja	265
Figura 115 - Porta de acesso à parte dos fundos da Loja	266
Figura 116 - Parte dos fundos da Loja	266
Figura 117 - Caderno que China ganhou da filha	276
Figura 118 - Produtos expostos no Kirkgate Market	282
Figura 119 - Clientes olham produtos no Mercado de Abastos	283
Figura 120 - Produtos à mostra na Feira do Bairro Norton de Matos	283
Figura 121 - A se aproxima da Loja do China em 14''01'	286
Figura 122 - A para e fala com B em 14''02'	286
Figura 123 - A e B andam e olham para a Loja do China	286
Figura 124 - China diz "Fala, patrão" em 14''10'	286
Figura 125 - B balança a cabeça verticalmente	286
Figura 126 - China balança cabeça para C em 6''55'	288
Figura 127 - C entra na Loja em 6''59' após convocação	288
Figura 128 - Sequência da posição da convocação	289
Figura 129 - Barracas com produtos expostos	291
Figura 130 - José cumprimenta D entre 8''46' e 8''48'	293
Figura 131 - José observa D em 8''51'	293
Figura 132 - Josi aborda clientes em 9''02'	293
Figura 133 - D sorrindo em 9''04' após abordagem de Josi	293

Figura 134 - D aponta corredor em 9''10'	294
Figura 135 - D fala com Zé de 9''12 a 9''13'	294
Figura 136 - D retorna para o outro lado do corredor em 9''14'	294
Figura 137 - D e grupo vão embora em 9''22'	294
Figura 138 - Sequência em que freguês aparece na frente da Loja	295
Figura 139 - G aponta isopor em 4''26' e depois a placa em 4''27'	301
Figura 140 - José diz "Latão gelado, água, ice" entre 4''28 e 4''29'	301
Figura 141 - G e H continuam andando	302
Figura 142 - Sequência em que N e O se aproximam da Loja	304
Figura 143 - Sequência entre 16''26' e 16''46'	304
Figura 144 - Sequência em que N e O estão na Loja e saem	305
Figura 145 - Sequência em que mulher aparece na entrada da Loja	309
Figura 146 - Grupo se posiciona perto do balcão em 25''20'	309
Figura 147 - Mulher pergunta a F "que horas tem aí" em 25''36'	309
Figura 148 - F informa o horário, "três e meia", em 25''39'	310
Figura 149 - F afirma ter "meia hora"	310
Figura 150 - Sequência em que F levanta polegar	310
Figura 151 - Momento em que E1 diz que é na Loja do China que ela leva sua bolsa e compra suas coisas	312
Figura 152 - China oferece prova de queijo a freguês	314
Figura 153 - China fala "comer muito faz bem pra saúde"	323
Figura 154 - Sequência em que China chama a atenção de Gr2 e Gr1 para contar brincadeira feita com outro freguês	326
Figura 155 - I e J discutem na entrada da Loja	327
Figura 156 - I aponta o dedo em direção ao corredor	328
Figura 157 - J abre braços olhando para I	328
Figura 158 - I e J rindo após China mencionar briga entre ambos	328
Figura 159 - China corta queijo e observa I e J olhando produtos	329
Figura 160 - China balança mão horizontalmente	329
Figura 161 - China conversa com J enquanto I olha produtos	330
Figura 162 - China serve café a S	334
Figura 163 - C mexe em garrafas	339
Figura 164 - Lavando garrafas	341
Figura 165 - S olha para China respondendo sobre rapadura	342

Figura 166 - T fala “ui” e passa mão na testa	343
Figura 167 - V e X aguardam atendimento no balcão	350
Figura 168 - Freguesa interrompe atendimento de China a Y	350
Figura 169 - Sequência do primeiro requerimento de atenção	351
Figura 170 - V faz gesto de espalhar e China balança	352
Figura 171 - China faz gesto de segurar frigideira	353
Figura 172 - China faz gesto de virar frigideira	353
Figura 173 - Sequência em que O pega manteiga e mostra a N	356
Figura 174 - Sequência em que China aponta Barraca da Josi	362
Figura 175 - Loja do China sem energia elétrica	363
Figura 176 - Funcionária de outro estabelecimento pede para China esquentar comida no micro-ondas	371
Figura 177 - Sequência em que L1 faz gesto de pagar logo	372
Figura 178 - China pede que eu preencha cheque	374
Figura 179 - L1 e China puxam sacola	375
Figura 180 - China e L1 colocam queijos em bolsa	376
Figura 181 - China coloca queijos em sacola	377
Figura 182 - Sequência em que China chama L1 para ver TV	378
Figura 183 - Sequência em que China e L1 assistem a TV	378
Figura 184 - L1 começa a sair de dentro do balcão	378
Figura 185 - Homem passa cantando e M1 entra na Loja	380
Figura 186 - China serve café a I1	381
Figura 187 - J1 entra na Loja falando com China	383
Figura 188 - China escreve em sacola de queijo sobre a balança	392
Figura 189 - D1 pergunta se Marquinho é filho ou pai de China	392
Figura 190 - E1 pergunta se sou esposa de Marquinho	394

## Introdução

Este capítulo introdutório contém o tema e os objetivos, a justificativa, o problema de pesquisa e a estrutura da tese. Ao apresentar o assunto, explico a opção pelo estudo a partir das interações sociais, citando as correntes teóricas, os autores e conceitos utilizados para compreender os fenômenos. Também menciono a atitude norteadora desta investigação, a Etnometodologia, os motivos de sua escolha, suas potencialidades, seus limites e consequências.

A apresentação dos objetivos da investigação inclui a explicação sobre o motivo de ter como foco um comerciante, e especificamente o comerciante China, e o que particularmente desse comerciante é observado com mais atenção. Em seguida, é justificada a investigação na Feira de São Cristóvão como forma de compreender dinâmicas presentes na sociedade, sendo citados aspectos que legitimam essa afirmação e sendo também reafirmada a pertinência da adoção da Etnometodologia nessa empreitada.

Ao tratar do problema de pesquisa, compartilho características e lógicas identificadas na Feira e o caminho escolhido para tratar a questão de pesquisa. Por fim, apresento a estrutura da tese e as decisões relacionadas às transcrições.

É importante destacar que a realização do doutoramento que resultou nesta tese, desenvolvido no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio no período de março de 2015 a março de 2019, foi viabilizada pela PUC-Rio por meio de uma bolsa de isenção de mensalidade, visto se tratar de uma universidade particular. Diferente de outros estudantes do curso de doutorado, minha isenção de mensalidade foi garantida por uma bolsa da própria universidade, não sendo custeada por outros órgãos de fomento à pesquisa.

Essa investigação também contou com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), no período de maio de 2017 a abril de 2018, por meio de uma bolsa do Programa de Doutorado-

sanduíche no Exterior (PDSE), processo nº. 88881.134244/2016-01, sendo a instituição acolhedora a Universidade de Coimbra – Portugal, onde estive sob a supervisão da professora Luciane Lucas dos Santos, no Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade. O período de estágio doutoral incluiu ainda reuniões com outros professores em Portugal e na Inglaterra, conforme descrito no projeto submetido à Capes, nomeadamente, o professor Adriano Duarte Rodrigues, da Universidade Nova de Lisboa, o professor Pedro Hespanha, do CES da Universidade de Coimbra, os professores Rod Watson, do Departamento de Ciências Econômicas e Sociais da Universidade Télécom ParisTech, e Andrew Carlin, do Departamento de Sociologia da Manchester Metropolitan University, professor Wes Sharrock, da Escola de Ciências Sociais da Manchester University, Christian Heath, da Escola de Negócios do King's College London e Colin Clark, da University of the West of Scotland.

Além desses pesquisadores com quem estive no exterior, durante o doutorado me reuni com professores no Brasil que compartilharam comigo seus conhecimentos em diferentes momentos da investigação. Durante o segundo semestre de 2016, tive a oportunidade de participar de encontros do grupo de pesquisa da professora Lia Tiriba, do Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Após o estágio doutoral, fui ouvinte no curso “Tópicos avançados em Linguística Aplicada”, ministrado pelo professor Paulo Gago no primeiro semestre de 2018, no Programa Interdisciplinar de Pós-graduação em Linguística Aplicada na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), podendo também contar com contribuições do professor a respeito de parte dos dados usados nessa pesquisa, apresentados a ele sob forma de trabalho final do curso.

## 1.1

### Apresentando tema e objetivos

Este estudo investiga a condução de um empreendimento comercial de micro porte<sup>1</sup>, a Loja do China, localizado na Feira de São Cristóvão, na cidade do Rio de Janeiro – Brasil, a partir especialmente da análise de interações estabelecidas nesse estabelecimento.

O ponto de partida está, por um lado, na compreensão de que em micro e pequenas empresas do ramo de comércio, que constituem parte significativa da economia do país, as interações face a face parecem ser ainda mais relevantes para a manutenção de negócios, especialmente quando estes não contam com recursos digitais, do que em grandes empresas, e, por outro, no fato de que a sociedade é constituída por interações sociais e que, portanto, a compreensão do que se passa em determinada configuração social pode ser alcançada pela análise dessas interações.

Ao eleger a interação social como fonte prioritária de acesso às lógicas vigentes nas configurações sociais investigadas, este estudo faz uso em grande medida de contribuições da antropologia urbana, com destaque para os autores da chamada Escola de Chicago, como as reflexões sobre veracidade de William James (1907, 1987), a noção de *self* de George Mead (1967), o espaço físico como reflexo do espaço social de Robert Park (1926) e a defesa da participação na vida social de John Dewey (1927). Também são usadas contribuições da antropologia econômica, nomeadamente a ideia de Marcel Mauss (1923) de que transações não envolvem somente escambos, possuindo uma dimensão moral que dá sentido às relações sociais, e o conceito de *embeddedness*, ou enraizamento, de Karl Polanyi (1944), que defendeu que as relações econômicas estão encrustadas nas relações sociais. Seguindo essa linha, se recorreu também a contribuições da fenomenologia social de Alfred Schütz (1932) e sua defesa de que as pessoas constroem sentido ao mundo continuamente em interação umas com as outras, cabendo ao cientista social

---

<sup>1</sup> Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), microempresa é aquela com faturamento bruto anual igual ou inferior a R\$ 360 mil, o que é o caso da Loja do China, já que o comerciante afirmou ter faturamento de cerca de R\$ 200 mil por ano. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 8 mar. 2019.

dar sentido à conferência de sentido das pessoas por meio do uso dos mesmos métodos de interpretação que elas empregam em seu mundo de senso comum. Essa compreensão de Schütz também inspirou o trabalho de Harold Garfinkel.

É sob a atitude etnometodológica, desenvolvida por Harold Garfinkel (1967), que esta investigação é desenvolvida. Garfinkel entendeu interação social como uma construção condicionada, estando as regras acessíveis a todos os participantes e observadores da interação. A opção pela Etnometodologia é uma tentativa de entendimento aprofundado do ordenamento social estudado a partir dos próprios envolvidos, tentando assim identificar e compreender as lógicas em operação.

Ciente de que a Feira de São Cristóvão é formada por estabelecimentos comerciais distintos, não é o intuito desta investigação generalizar os entendimentos obtidos a partir da Loja do China para todo o conjunto de feirantes. O nível de aprofundamento da análise etnometodológica exigiria uma equipe de investigadores para a realização desta pesquisa no prazo de quatro anos, o que também se afastaria do propósito de uma tese de doutorado. No entanto, como parte de uma sociedade e, portanto, operando segundo entendimentos compartilhados por seus integrantes, é possível afirmar que as lógicas observadas entre os comerciantes da Loja do China dizem respeito a lógicas vigentes na sociedade carioca e brasileira. Entender essas lógicas, em última instância, é entender aspectos dessas sociedades.

A adoção da atitude etnometodológica também implica em inserir esta investigação no âmbito da sociologia e compartilhar de sua busca, conforme colocada por Simmel (1917), outra inspiração de Garfinkel e dos autores da Escola de Chicago, de compreender o que acontece com os seres humanos e segundo quais regras se orientam quando, por seus efeitos mútuos, formam grupos e são determinados por essa existência em grupo. Assim, este estudo parte da compreensão da Feira como fenômeno não apenas econômico, mas cultural, social e político, resultante de fatores diversos envolvendo questões regionais e históricas.

Nesse contexto, o objetivo central dessa investigação é descrever e analisar especialmente situações do cotidiano do comerciante China que informem sobre a condução de um negócio de micro porte na Feira. O foco em um comerciante tem relação com a possibilidade de um acompanhamento

maior dessa pessoa, que permanece no estabelecimento e na Feira, diferente dos clientes, que passam por eles. Assim como a escolha de um único comerciante como fonte de dados prioritária também possibilita um maior nível de profundidade na análise, visto que, mesmo em um único estabelecimento, diferentes comerciantes, por serem pessoas distintas, possuem modos diversos de agir e se relacionar com as pessoas. Especificamente em relação a China, o fato de o comerciante ser o responsável pela direção do negócio condiz com o propósito da investigação de saber como é feita a condução de um estabelecimento comercial na Feira de São Cristóvão. Apesar dessa opção, as relações que o comerciante estabelece com outros comerciantes também são analisadas sempre que pertinente para a compreensão do modo como China conduz seu negócio na Feira. No entanto, devido ao caráter situado da investigação etnometodológica, equivalências são evitadas, privilegiando-se a compreensão da configuração social em estudo naquilo que a caracteriza.

De modo mais específico, busco evidenciar maneiras como são feitas as abordagens a possíveis compradores, como são estabelecidas interações durante o atendimento aos clientes, modos como o comerciante se despede das pessoas e relações estabelecidas com outros comerciantes.

Dessa forma, este trabalho pretende contribuir para difundir as possibilidades do uso da atitude etnometodológica em estudos sobre comércio e em pesquisas nas áreas de ciências humanas e sociais, especialmente em cursos de Comunicação Social.

## 1.2

### **Justificativa**

A Feira de São Cristóvão é um locus privilegiado para a compreensão de dinâmicas presentes em uma cidade complexa como o Rio de Janeiro. Sua formação é reflexo de aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos que compõem a cidade e também o país, conforme é mostrado no Capítulo 3. Entre eles estão os movimentos migratórios no Brasil, especialmente a partir das



Regiões Norte e Nordeste; as políticas nacionais de investimentos, com o privilégio de determinadas áreas em detrimento de outras; o apelo ao turismo como importante fonte de receita. A configuração atual da Feira é impregnada por esses fatores, atualizados e acrescidos segundo novos imperativos. Essas características fazem do espaço um ambiente importante para entender processos interativos na cidade e as lógicas que organizam os grupos dentro da urbes.

Nesse sentido, e entendendo, conforme Simmel (2006), que sociedade significa interação entre indivíduos motivada por impulsos ou finalidades que colocam os seres humanos em correlação entre si, a investigação na Feira de São Cristóvão tem nos estudos sobre interação social fontes importantes de contribuições. A análise das interações estabelecidas a partir de uma barraca da Feira de São Cristóvão tem como intuito identificar lógicas compartilhadas pelos membros e que norteiam suas ações, sendo também norteadas por elas, em uma dinâmica reflexiva. São lógicas identificadas naquele espaço, mas que, por este fazer parte de uma sociedade, podem ajudar a compreender aspectos dessa esfera mais ampla.

Adotar a atitude etnometodológica nesse esforço de entendimento da ordem própria que orienta a interação entre os participantes na referida configuração social significa tentar acessar a percepção daqueles considerados como sendo de dentro da organização, não traduzindo ou deduzindo entendimentos, mas evidenciando aqueles expressados pelos membros.

### 1.3

#### **Problema de pesquisa**

Tendo em vista a participação das micro e pequenas empresas na economia do Brasil, correspondendo a 99% dos estabelecimentos do país, 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e 54% dos empregos formais, e a média de faturamento mensal de cerca de R\$ 8 mil desses empreendimentos, (cerca de €

1.700) (Sebrae, 07/06/2018<sup>2</sup>, 04/2018<sup>3</sup>), considero que a manutenção de um negócio de micro porte, mais do que grandes empreendimentos, envolve em grande medida conhecimentos adquiridos e atualizados no cotidiano de trabalho dos comerciantes. O que esta pesquisa se propõe a investigar são os conhecimentos desenvolvidos e aplicados localmente por um comerciante de um estabelecimento de micro porte localizado na Feira de São Cristóvão na condução desse empreendimento.

A Feira de São Cristóvão é um ambiente complexo, um local em que estão presentes com bastante evidência dinâmicas estruturantes da cidade e do país em que está inserida. Este estudo não tem a intenção de compreender o que se passa na Feira como um todo, mas, ao estudar uma de suas unidades constituintes, ter acesso a alguns de seus princípios formadores identificados a partir das práticas do comerciante estudadas em mais profundidade. Este comerciante conduz um estabelecimento de venda especialmente de queijo, além de produtos típicos da culinária de estados da Região Nordeste, localizado em uma rua lateral da Feira. Ou seja, a questão que incita a pesquisa é a compreensão em profundidade do modo como esse comerciante conduz seu negócio na Feira, o que reflete aspectos que compõem a Feira de São Cristóvão atualmente.

O ponto de partida é o trabalho de campo na Feira e a observação participante especialmente na Loja do China, feita concomitantemente com gravações em áudio e vídeo e também após esses registros.

Antes de tratar das gravações, considero interessante apresentar brevemente o comerciante. China é natural do município de Campos dos Goytacazes, na mesorregião do Norte Fluminense, no estado do Rio de Janeiro, onde ainda tem familiares. O comerciante disse ter ganhado o apelido devido ao trabalho no comércio, sem fornecer mais explicações sobre o fato. Em uma de nossas conversas, já no fim da pesquisa, China afirmou não ter domínio da leitura e da escrita, tendo frequentado a escola poucas vezes. Ele explicou que na época em que era criança morava na roça, onde a educação não era

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RO/Anexos/Perfil%20das%20ME%20e%20EPP%20-%2004%202018.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2018.

valorizada. As crianças em geral começavam a trabalhar muito cedo, não frequentando a escola.

O comerciante já foi casado e tem um casal de filhos. O rapaz, que tem pouco mais de 30 anos, é professor de Geografia de uma escola federal no Rio de Janeiro e mora em um bairro da Zona Sul do Rio de Janeiro. A menina, na faixa de 20 anos de idade, é contadora e trabalha com auditoria em empresas. Depois de morar em Niterói, município da região Metropolitana do Rio de Janeiro em que fica a universidade que frequentou, atualmente ela voltou a morar com China, pois precisa juntar dinheiro para fazer um curso exigido pela empresa em que trabalha, segundo informou o comerciante.

O trabalho na Feira não é a única fonte de renda de China. O comerciante recebe uma indenização por ter tido parte de um de seus dedos decepada durante atividade em uma empresa em que trabalhava anteriormente, de fabricação de palha de aço. O comerciante contou que começou a trabalhar na Feira em 1982, portanto, quando ainda era realizada no Campo de São Cristóvão. China disse que era um dos funcionários da proprietária, referida neste trabalho como Dona Veva, e que o estabelecimento sempre teve como ponto forte a venda de queijos, inclusive para outros estabelecimentos. Naquela época, a Feira só funcionava aos domingos. Depois passou a funcionar durante todo o fim de semana.

China trabalhava durante a semana na fábrica de palha de aço, em Duque de Caxias, onde permaneceu por cerca de 15 anos, e aos domingos ia para a Feira. O comerciante conta que só trabalhava na fábrica no sábado quando tinha serão<sup>4</sup>. Nesse caso, chegava sábado à noite no Campo e dormia na calçada até o horário de começar a trabalhar, por volta de 4h de domingo, porque às 5h já tinha freguês chegando, geralmente donos de bares e restaurantes.

China explicou que começou a trabalhar na Feira em troca de moradia. Ele alugou um quarto na casa da dona da Loja, que lhe ofereceu trabalho em troca do valor do aluguel. Como a Feira só era realizada aos domingos, China considerou um bom negócio. O comerciante disse que se sobressaiu em relação aos outros vendedores e então passou a ganhar um salário, além de não ter que

---

<sup>4</sup> Serão é o trabalho que se realiza fora do horário normal de expediente.

pagar o aluguel. Quando avisou à senhora que ia sair do local porque queria ter sua própria casa, China disse que ela lhe deu o imóvel. Ao dizer isso, o comerciante afirmou que Dona Veva era como se fosse sua mãe: “o que minha mãe não pôde fazer comigo na época ela fez comigo. Por causa disso eu trabalho até hoje. Se fosse outro já tinha saído fora, entendeu?” (gravação em 20/04/2017, Loja do China).

China, então, usou o dinheiro da compra da outra casa para reformar a que havia ganhado, que fica no município de Duque de Caxias, na Baixada fluminense, a 17Km da Feira de São Cristóvão. No Capítulo 7 é possível ver a descrição da casa feita por China.

As gravações que compõem o *corpus* desta pesquisa foram feitas principalmente na Loja do China entre 10/12/2016 e 07/05/2017 e entre 16 e 24/05/2018. As especificidades de registro estão detalhadas no Capítulo 6, item 6.1.

As gravações mostram o trabalho interacional desenvolvido entre China e diversas pessoas que entram em seu estabelecimento ou passam por ele. Incluem convocações do comerciante a fregueses, atendimento a fregueses, despedidas, conversas com comerciantes sobre aspectos da condução do negócio, como o uso compartilhado da máquina para pagamentos com cartão, e também sobre amenidades e fofoca. Trata-se de um material que mostra situações do dia a dia do comerciante na condução do estabelecimento.

A análise dessas gravações permitiu identificar modos como o comerciante oferece seus produtos aos clientes, que, se por um lado, incluem estruturas padronizadas, como o uso da convocação “fala, patrão”, por outro evidenciam soluções únicas, desenvolvidas a partir da demanda da pessoa com quem o comerciante interage.

Outro aspecto marcante identificado por meio das gravações é o quanto relações de amizade podem ser vitais para a sobrevivência de um negócio na Feira. Conforme será explicado, o grupo que administrava a Feira foi retirado de suas funções por denúncia de má gestão. Em conversas com comerciantes, percebi que a decisão foi apoiada por muitos, que acusam os antigos gestores de não usarem adequadamente os recursos do local. Nessas conversas, soube que muitos comerciantes não pagam o condomínio, que deveria ser rateado por todos que usam o espaço da Feira, e não sofrem qualquer penalidade por isso.

Esse calote gerou uma dívida com a empresa fornecedora de energia elétrica, que descontinuou a prestação de serviços no local, o que posteriormente também ocorreu em relação ao fornecimento de água. O condomínio da Feira arca com a geração de energia para aqueles que estão em dia com o pagamento das cotas mensais. No entanto, o equipamento não dá conta do abastecimento durante todo o período de funcionamento da Feira. Por isso, os comerciantes que possuem mais recursos alugam seus próprios geradores. Aqueles que não dispõem de recursos para isso e trabalham com produtos perecíveis correm sério risco de perder mercadorias. É aí que entra a relação de amizade: é possível encontrar o uso compartilhado pelos comerciantes de geradores próprios mediante o pagamento de um valor combinado entre eles. China afirmou em uma das gravações que se não fosse esse uso compartilhado do gerador estaria em uma situação difícil.

No entanto, as gravações também evidenciaram uma grande disputa pelos clientes por parte dos comerciantes, o que impede que a Feira seja entendida como um ambiente de cooperação. É comum ver nas gravações o comerciante China valorizando seus produtos por meio de comparações com outros artigos similares vendidos na Feira, aos quais ele se refere como sendo produzidos com matéria-prima inadequada.

Outro ponto observado nos dados de campo é a retroalimentação entre estabelecimentos da Feira. O queijo vendido por um comerciante de um estabelecimento menor é comprado pelo comerciante de um grande restaurante para ser usado no preparo das refeições e porções de petiscos que vende. Assim como o cliente que vai à Feira comprar queijo e goma de mandioca em uma loja menor para levar para casa acaba almoçando em um restaurante da avenida principal. Esses são apenas alguns casos dentre vários outros observados.

O emprego de mão de obra familiar também chama a atenção na Feira. Muitos estabelecimentos são conduzidos por parentes. É comum ver marido e esposa, filhos, sobrinhos trabalhando juntos. Dependendo do porte, o estabelecimento pode funcionar somente por meio do trabalho de familiares ou tendo estes em seu gerenciamento. Eu mesma fui considerada esposa do ajudante de China por uma cliente, o que mostra que esse tipo de relação é perfeitamente cabível nesse ambiente.

O movimento de clientes na Feira também se modificou ao longo dos anos. A grave crise política e econômica que afetou o Brasil e em grande medida o Rio de Janeiro fez com que muitos negócios reduzissem seu quadro de funcionários ou fechassem as portas (UOL, 23/02/2018<sup>5</sup>). O Estado está em situação de calamidade financeira, decretada em junho de 2016 e com solicitação de manutenção até 2023 (Destak, 06/11/2018<sup>6</sup>). O governador de 2014 a 2018, Luiz Fernando Pezão, foi preso em novembro de 2018, acusado de herdar o comando do esquema de corrupção de seu antecessor, Sérgio Cabral, e de ter desenvolvido o seu próprio (UOL, 29/11/2018<sup>7</sup>). As investigações apontam o desvio de pelo menos R\$ 40 milhões de 2007 a 2018 (mais de € 8 milhões) (Correio Braziliense, 29/11/2018)<sup>8</sup>.

Sérgio Cabral está preso desde novembro de 2016 e responde a mais de 20 processos, dos quais foi condenado oito vezes até o momento, o que soma mais de 180 anos de prisão (Agência Brasil, 12/09/2018<sup>9</sup>). Cabral já foi considerado culpado por formar cartel e fraudar licitações para a reforma do estádio Maracanã e para obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) das favelas e também por corrupção, formação de quadrilha e pertencimento à organização criminosa em obras da linha 4 do metrô e do Arco Metropolitano, autoestrada projetada para reduzir congestionamentos.

A antecessora de Cabral, Rosinha Matheus, com mandato de 2003 a 2006, também foi presa por corrupção e financiamento ilegal de campanha, atualmente cumprindo medidas restritivas enquanto é julgado recurso (UOL, 30/11/2017<sup>10</sup>). Seu marido, Anthony Garotinho, governador do Rio de Janeiro entre 1999 e 2002, foi condenado em 2010 por formação de quadrilha a dois anos e seis meses de reclusão em regime aberto, pena ampliada para 4 anos e 6

<sup>5</sup> Disponível em: <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2018/02/23/desemprego-pnad-continua-trimestre-janeiro-ibge.htm>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.destakjornal.com.br/cidades/rio-de-janeiro/detalhe/projeto-de-lei-estende-a-situacao-de-calamidade-publica-financeira-no-rio>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/11/29/governador-do-rio-de-janeiro-luiz-fernando-peza-e-presos-diz-tv.htm>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>8</sup> Disponível em: [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/11/29/interna\\_politica,722269/investigacao-sobre-peza-aponta-desvio-de-mais-de-r-40-milhoes.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/11/29/interna_politica,722269/investigacao-sobre-peza-aponta-desvio-de-mais-de-r-40-milhoes.shtml). Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2018-09/em-nova-condenacao-sergio-cabral-soma-mais-12-anos-de-prisao>. Acesso em: 28 dez. 2018.

meses em regime semiaberto em 2018 (Agência Brasil, 04/09/2018<sup>11</sup>). Garotinho beneficiou em troca de propina o criminoso Rogério de Andrade, que explorava o negócio de máquinas caça-níqueis, enquanto o concorrente de Andrade, Fernando Ignácio, era combatido pelos policiais. Entre os envolvidos no esquema estava o ex-chefe de polícia Álvaro Lins.

Entre prefeitos do Rio de Janeiro, mais casos e suspeitas de corrupção. O prefeito eleito para o mandato de 2017 a 2020, Marcelo Crivella, responde acusação da Procuradoria Regional Eleitoral do Rio de Janeiro por conduta vedada nas eleições de 2018, em que teria usado a estrutura da Companhia Municipal de Limpeza Urbana (Comlurb) para favorecer candidatos (O Dia, 23/10/2018<sup>12</sup>). Crivella também enfrenta problemas envolvendo improbidade administrativa, por benefício de fiéis da Igreja Universal, de onde é bispo licenciado, e irregularidades no Ministério da Pesca, do qual esteve à frente entre 2012 e 2014 (Carta Capital, 17/07/2018<sup>13</sup>).

Eduardo Paes, prefeito de 2010 a 2013 e reeleito para o mandato de 2014 a 2017, foi citado em delações premiadas como envolvido no esquema de recebimento de propinas da Odebrecht na obra de construção da via Transoeste (Agência Brasil, 04/10/2018<sup>14</sup>). César Maia, prefeito entre 2005 e 2008, entre 2001 e 2004, o que inclui o ano em que a Feira foi transferida para o Pavilhão, e entre 1993 e 1997, teve direitos políticos cassados em 2018 acusado de improbidade administrativa na construção do Hospital de Acari (Agência Brasil, 21/05/2018<sup>15</sup>). A lista de presos e investigados por corrupção ainda inclui conselheiros, secretários e servidores da administração pública.

A corrupção, no entanto, não é apontada como a única causa da crise no Rio de Janeiro. Estão entre os motivos os altos gastos públicos (Correio

<sup>10</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/11/30/rosinha-garotinho-deixa-cadeia-no-rio-e-sera-monitorada-por-tornozeleira-eletronica.htm>. Acesso: 28 dez. 2018.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2018-09/garotinho-e-condenado-em-segunda-instancia-e-pode-ficar-inelegivel>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2018/10/5586102-mp-eleitoral-processa-crivella-por-uso-da-maquina-administrativa.html>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/entenda-as-acusacoes-que-pesam-sobre-crivella>. Acesso em: 13 nov. 2018.

<sup>14</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-10/ex-secretario-de-obras-diz-que-propina-era-tratada-no-gabinete-de-paes>. Acesso em: 28 dez. 2018.

<sup>15</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-05/justica-decide-suspender-direitos-politicos-de-cesar-maia>. Acesso em: 28 dez. 2018.

Braziliense, 03/11/2017<sup>16</sup>) e a queda nos preços do petróleo, uma de suas principais fontes de receita (Brasil de Fato, 02/04/2018<sup>17</sup>).

A Feira sofreu esse impacto. China afirmou em uma de nossas conversas, após o período de estágio doutoral, que o movimento de clientes tinha diminuído bastante. O mesmo foi afirmado por Josine<sup>18</sup>, outra comerciante que colaborou com a pesquisa. Além disso, a atuação da Prefeitura tomando as medidas que ficaram sob sua responsabilidade na administração da Feira também parecem ter sido interrompidas, como mostra a revisão dos atos administrativos feita no Capítulo 3.

Em vários momentos, China reclamou de não ver punição àqueles que deviam o condomínio, fazendo com que a Feira não tivesse dinheiro para arcar com as despesas de água e luz. Josine chegou a afirmar que aquele era um espaço de lavagem de dinheiro, sem dar mais detalhes sobre o assunto. China também questionou o porquê de a empresa de fornecimento de energia ter deixado a dívida da Feira chegar a valores tão altos, se, no caso de outros clientes, o fornecimento já é cortado com poucas contas em atraso.

Apesar das reclamações em nossas conversas, China parece não perder o bom humor no trato com os clientes. O comerciante sempre aproveita situações para fazer uma brincadeira, contar uma piada, reproduzir uma história, incentivar mais conversa. Grande parte de suas interações com clientes envolve essas características. Também é possível ver momentos em que China conversa de modo mais relaxado com outros comerciantes, falando sobre algum assunto que apareceu na TV, compartilhando alguma informação da qual tomou conhecimento. Mas é no trato com os clientes que chama a atenção o bom humor e as brincadeiras de China. A conversa bem humorada é uma marca desse comerciante. A sociabilidade (SIMMEL, 2006) está presente em vários momentos nas conversas que China desenvolve.

Essa característica torna pertinente a análise das interações estabelecidas por China em seu estabelecimento como forma de compreender como consegue manter seu empreendimento vivo. Considerando os desafios dessa

---

<sup>16</sup> Disponível em:

[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2017/11/03/interna\\_politica,638393/entenda-como-a-corrupcao-arruinou-o-estado-do-rio-de-janeiro.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2017/11/03/interna_politica,638393/entenda-como-a-corrupcao-arruinou-o-estado-do-rio-de-janeiro.shtml). Acesso em: 02/11/2018.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/04/02/entenda-por-que-postos-de-trabalho-sumiram-na-industria-do-petroleo-no-rj/>. Acesso em: 28 dez. 2018.



tarefa em um ambiente complexo como a Feira de São Cristóvão e as especificidades do ambiente em que esta Feira esteve inserida durante os anos de realização dessa pesquisa, conforme descrito, a investigação não se restringiu às interações gravadas em vídeo, que muitas vezes por si só não se mostraram suficientes para a compreensão do que se passava. A pesquisa incluiu uma articulação entre gravações em áudio e vídeo, observações em campo, fotos, trabalho voluntário na loja, conversas com comerciantes e clientes, vivências na Feira enquanto frequentadora, como ida a restaurantes, compras em barracas e participação em shows, acesso a ambientes digitais, visitas a outras feiras e mercados e transcrições de interações segundo a Análise da Conversa. A validação de entendimentos com o comerciante também foi usada em menor medida, já no fim da pesquisa e em poucas transcrições, mas também contribuiu para o esclarecimento de alguns pontos na análise e, principalmente, para evitar pressuposições que levassem a entendimentos equivocados.

## 1.4

### Estrutura da tese e *corpus* da pesquisa

O texto dessa pesquisa se divide em duas partes. A Parte I reúne os referenciais teóricos (Capítulo 2), com as explicações sobre interação social, as contribuições de estudos sociológicos sobre cidades e argumentos a respeito de iniciativas econômicas serem em última instância fruto de interações sociais. Também apresento a Feira de São Cristóvão (Capítulo 3), tratando dos aspectos gerais de sua organização atual, e os estudos já feitos sobre o local, com análises a respeito do que distancia esses trabalhos desta pesquisa e também o que os aproxima (Capítulo 4). Finalizando a Parte I, apresento a atitude que norteia este estudo, a Etnometodologia, e uma das principais formas de análise de dados obtidos em campo, a Análise da Conversa (Capítulo 5).

---

<sup>18</sup> Nome fictício, conforme explicado a seguir.

Início a Parte II (Capítulo 6) explicando a opção pelo estudo do espaço escolhido, tratando do método usado e apresentando a Loja. Depois (Capítulo 7), trato das categorias nas quais foram reunidos os fenômenos, que foram as que se mostraram mais evidentes nas interações observadas e registradas. São elas: abordando fregueses, atendendo fregueses, despedidas e comerciantes na Feira. Ficaram de fora desta investigação algumas relações existentes na Feira, mas que não sobressaíram nos dados obtidos a partir da Loja do China, como as relações entre comerciantes e representantes do poder público, entre integrantes da administração, prestadores de serviço na Feira, artistas que se apresentam no local, dentre outras.

As análises foram feitas com base no seguinte *corpus*, detalhado no Capítulo 6 e formado por meio de visitas à Feira, observação participante, conversas sobre a Feira em diferentes ambientes e com diferentes interlocutores e análise de ambientes digitais:

**657** fotos

**88** arquivos de diário de campo

**26** arquivos de diário extracampo

**8** ambientes digitais

**128** materiais impressos

**7°56''49'** de gravações em áudio

**50°01''00'** de gravações em vídeo

Várias decisões precisaram ser tomadas nesta investigação com o intuito especialmente de apresentar os dados de modo a serem compreendidos com mais facilidade e de preservar as fontes. Os nomes de pessoas e de estabelecimentos comerciais mencionados nas análises foram modificados para preservar as identidades dos participantes. As exceções são “Feira de São Cristóvão”, “Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas” e nomes de estabelecimentos mencionados quando em uso em espaços de acesso público, como páginas de internet.

Os nomes Josine, comerciante da Barraca Pernambucana<sup>19</sup>, José, marido de Josine, Sulí, prima de José, e Marcos, ajudante de China nos fins de semana, foram escolhidos pelos próprios. Como Josine é conhecida por um apelido

<sup>19</sup> Nome fictício escolhido pela pesquisadora. O nome guarda similaridade com o original por remeter a uma naturalidade de um dos estados da Região Nordeste.

formado pela redução de seu nome, nesta pesquisa me refiro à comerciante como Josi. Seguindo a mesma lógica, sendo Marcos referido com um apelido formado por seu nome no diminutivo, o mesmo é denominado neste trabalho como Marquinho.

O único que teve sua denominação preservada foi China. Inicialmente, diante da recusa do comerciante em escolher um codinome para ser usado na pesquisa, afirmando que poderia usar China, utilizei a denominação Japa. A opção se devia à similaridade em termos silábicos, fonológicos e de significado. Considerava importante manter o anonimato do comerciante como forma de protegê-lo de possíveis desconfortos causados a ele em seu trabalho na Feira em função do exposto nesta pesquisa. Fiz várias tentativas para que China escolhesse seu próprio codinome, mas, depois que disse o nome que havia escolhido, o comerciante afirmou que este estava bom e não quis trocar. No entanto, a denominação Japa não foi aprovada nas reuniões de orientação por remeter a uma classificação étnica, apesar de a denominação China também o fazer, mesmo o comerciante não tendo descendência oriental. Conforme explicado, China é natural do município de Campos dos Goytacazes.

Assim, como China continuou afirmando que poderia ser mantida a denominação pela qual de fato é conhecido e diante de sua recusa em escolher outra, nesta pesquisa adoto a denominação China para fazer referência ao comerciante.

Foram usadas letras, ou com uma composição contendo letra e número, nos casos em que os nomes não foram identificados ou não são necessários para o entendimento das situações analisadas. A repetição da denominação, portanto, indica se tratar do mesmo cliente. China é sempre referido nas transcrições como Ch, Josine como Jo, José como Zé e Marquinho como Mq.

Conforme será explicado no Capítulo 3, os comerciantes não têm a propriedade dos estabelecimentos, todos eles sendo concessões da Prefeitura. Por esse motivo, a melhor denominação para se referir à Dona Veva<sup>20</sup>, que é a pessoa que tem a licença da Loja do China, seria “permissionária”. No entanto, no esforço de utilizar as denominações dos próprios membros, neste trabalho opto por me referir à Dona Veva como “dona” da Loja, pois essa é a forma

---

<sup>20</sup> Nome fictício escolhido pela pesquisadora que guarda similaridade silábica e fonética com o nome original pelo qual China se refere à dona da Loja.

usada por China para se referir a ela, conforme evidenciam gravações e conversas com o comerciante.

Tendo tido contato com a validação de entendimentos com os membros empregada pelo professor Michel Binet e apresentada durante o II Encontro de Análise da Conversa Etnometodológica, realizado em novembro de 2018 na PUC-Rio, foram feitas tentativas de construir entendimentos em colaboração com o comerciante China nos casos em que a compreensão não foi suficientemente clara somente com a análise das gravações ou com as informações obtidas durante as visitas a campo. Esses momentos em que foi possível adotar a validação de entendimentos com o comerciante estão registrados ao longo deste trabalho. No entanto, devido ao fato de China não ter amplo domínio da leitura, tendo afirmado saber ler muito pouco, diante da dificuldade de mostrar ao comerciante as gravações e pela própria postura de China em relação aos dados da pesquisa, conforme explicado mais adiante, essa prática não foi amplamente empregada nesta investigação, tendo sido utilizada de modo pontual.

Em relação às imagens e ilustrações utilizadas, as fontes estão descritas nas legendas ou, quando incluídas mais explicações ou são disponibilizados *links* para os originais, em notas de rodapé. É utilizado o símbolo de mão posicionada sobre um mouse (☞) quando a imagem contém um *hiperlink* para o ambiente digital do qual a mesma foi retirada. As fotos produzidas pela autora são identificadas nas legendas com a palavra “campo” ou “extracampo”. Sempre que relevante, são acrescentados na legenda das fotos as datas, os dias de semana e os horários dos registros.

Há diversas menções a valores ao longo do texto desta tese. Os mesmos foram apresentados em Real, moeda brasileira, e também em Euro, moeda da Zona do Euro. Todos os valores apresentados em Euro foram convertidos segundo a cotação de R\$ 4,82, valor praticado em 11/09/2018.

Os termos “comerciante” e “freguês” são usados com base em falas de China e foram identificados em conversas e gravações em seu estabelecimento. Por isso, me refiro a China como comerciante e às pessoas que vão ao seu estabelecimento para comprar ou saber sobre produtos como fregueses. O termo “cliente” foi usado por Josine e é empregado tanto em interações realizadas a partir de seu estabelecimento quanto com referência a pessoas que

compram produtos de modo geral na Feira, não especificamente na Loja do China.

Em relação aos termos usados para referência aos estabelecimentos analisados, são usados “loja” e “barraca” também de forma êmica. O termo “loja” é o usado por China quando ele se refere ao estabelecimento em que trabalha. China explicou que não usa o termo “barraca” porque não se trata de um espaço coberto por lona. Por isso, todas as vezes que faço referência a este estabelecimento uso o termo “loja”. O termo “barraca” está presente na denominação de vários espaços da Feira, inclusive no nome do local em que Josine trabalha.

Conforme já mencionado, o estabelecimento em que Josine trabalha é denominado neste trabalho como Barraca Pernambucana. O nome foi escolhido por mim por guardar similaridade com o original ao se referir a uma naturalidade de um dos estados da Região Nordeste. No entanto, a referência ao nome do estabelecimento não foi identificada nos dados da pesquisa. Tendo sido identificada a referência ao local no grupo de *WhatsApp* feito pela comerciante com o emprego do termo “barraca” e do apelido da mesma, neste trabalho optei por me referir ao estabelecimento como “Barraca da Josi”.

O estabelecimento em que China trabalha tem outro nome escrito no letreiro, denominado nesta pesquisa como Princesa do Queijo. Porém, o uso desse nome não foi identificado nos dados de modo relevante para referência ao local. Além do termo “loja”, como já explicado, constam nas gravações e observações de campo o uso do apelido pelo qual o comerciante é conhecido. Em uma das gravações, por exemplo, Josine fala que vai ali “no China”. No entanto, considere que referir dessa forma ao estabelecimento geraria dúvidas. Por esse motivo, faço referência ao local como “Loja do China”, respeitando a forma como o comerciante se refere ao estabelecimento.

Em relação aos registros em vídeo, acrescento o dia da semana ao mencionar pela primeira vez a gravação. Entendo que identificar o dia da semana ajuda a mostrar as diferenças em relação a movimentação de pessoas na Feira e nos estabelecimentos mencionados. Nas menções seguintes, mantenho apenas a data e o local.

Visando a construir um texto o mais agradável possível à leitura e assim facilitar a compreensão das discussões e análises feitas por pessoas das mais

diferentes áreas do conhecimento, nesta pesquisa optei por não abreviar palavras e conceitos que são usados com mais recorrência, como Etnometodologia e Análise da Conversa<sup>21</sup>, dentre outros empregados no trabalho. Também por esse motivo, ao repetir conteúdos das transcrições ao longo dos textos de análises, optei por não usar os sinais de convenções.

Entendendo que transcrições envolvem tomadas de decisões, a seguir estão as opções feitas nesta pesquisa.

- Não marcação do infinitivo: assim como adotado por membros do grupo de pesquisa Discurso, Interação e Práticas Profissionais (DIPP), coordenado pela Profa. Dra. Maria do Carmo Leite de Oliveira no Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem da PUC-Rio, nesta pesquisa optou-se por não destacar o não uso do infinitivo pelos membros nas transcrições. Isso porque, o não uso do infinitivo é entendido como uma prática corrente na fala, não sendo sua marcação relevante para a compreensão dos fenômenos observados. Além disso, marcar sua ausência poderia contribuir para um reforço de um modo de falar errado dos feirantes, o que seria um entendimento equivocado.
- Utilizar também imagens para evidenciar gestos: nesta pesquisa privilegio o uso de imagens para mostrar ações não verbais em movimento. Compreendendo que símbolos podem ser usados para esse fim, a opção pelas imagens tem o intuito de facilitar a compreensão do que está sendo evidenciado por pessoas não detentoras de conhecimentos aprofundados em Análise da Conversa. Isso porque, uma das contribuições desejadas com a produção desta pesquisa é a difusão do uso da Etnometodologia combinada à Análise da Conversa em investigações desenvolvidas em cursos que não são necessariamente atrelados a estudos da linguagem, como os cursos de Comunicação Social.

No entanto, quando pertinente e nos casos em que considero não dificultar o entendimento, também descrevo as ações nas transcrições. Ao evidenciar ações realizadas durante uma fala, uso o gerúndio. Ações realizadas após uma fala são descritas no presente. No exemplo abaixo,

---

<sup>21</sup> Mais recentemente, a Análise da Conversa vem sendo chamada de fala-em-interação (SILVA,

P fala “me arruma um pedaço daquele queijo” enquanto se encaminha para parar no balcão e no mesmo momento em que olha em direção aos queijos. Mas P só para no balcão, olha para frente e de novo em direção aos queijos depois de já ter falado “me arruma um pedaço daquele queijo”.

```
01      P      ((parando no balcão e olhando em direção aos
02              queijos)) me arruma um pedaço daquele
03      queijo:((para no balcão, olha para frente e
04              de novo em direção aos queijos))=
```

Nem todos os movimentos são registrados, seja por imagem ou texto, mas somente aqueles entendidos como relevantes para evidenciar os fenômenos tratados neste trabalho.

- Uso de letras, ou uma composição contendo letra e número, nos casos em que os nomes não foram identificados ou não são necessários para o entendimento das situações analisadas. A repetição da denominação, portanto, indica se tratar da mesma pessoa.
- Numeração contínua nas situações sequenciais: no Capítulo 7, nos casos em que são usados diferentes excertos de um mesmo registro em diferentes partes, mas os mesmos são sequenciais, ou seja, são transcrições que se referem a continuação imediatas do excerto anterior, a numeração das linhas segue a sequência iniciada no primeiro excerto do registro. Esses casos são identificados com notas de rodapé.

As especificidades quanto ao uso dos símbolos nas transcrições são explicadas no Capítulo 5, em que consta a tabela com os sinais usados neste trabalho.

## Parte I

Esta parte reúne os referenciais teóricos (Capítulo 2), com as explicações sobre interação social, as contribuições de estudos sociológicos sobre cidades e argumentos a respeito de iniciativas econômicas serem em última instância fruto de interações sociais. Depois, é apresentada a Feira de São Cristóvão (Capítulo 3), com aspectos gerais de sua organização atual que ajudam a compreender situações observadas na Loja do China. Em seguida, são revistos alguns dos estudos já feitos sobre o local (Capítulo 4), com análises a respeito do que distancia esses trabalhos desta pesquisa e também o que os aproxima. Por fim, é apresentada a atitude que norteia este estudo, a Etnometodologia, e uma das principais formas de análise de dados obtidos em campo, a Análise da Conversa (Capítulo 5).



## 2

## Interação social, cidade e ação econômica

Neste capítulo reúno o aporte teórico usado nessa investigação, que inclui conceitos de Sociologia, Antropologia Urbana, Antropologia Econômica e Fenomenologia. Início com a apresentação dos entendimentos sobre interação social a partir de Simmel (2006), descrevendo sua concepção de sociedade, que o leva a criar o conceito de sociação, e destacando a sociabilidade, identificada como um tipo de sociação que caracteriza vários momentos de interação na Loja do China.

Em seguida, ainda tratando de interação social, recorro a pesquisadores da chamada Escola de Chicago, grupo que Simmel inspirou e que foi responsável por significantes desenvolvimentos na Antropologia Urbana. Começo esclarecendo o modo de ver a sociedade desses estudiosos, também contrários a explicações totalitárias do mundo social. Em seguida, destaco as contribuições específicas para esta investigação.

Trago de William James (1981) a explicação sobre o pragmatismo, com sua ênfase na análise das consequências práticas que uma teoria veicula. Em seguida, recorro ao teorema formulado por William Thomas (1928), que trata da definição da situação, incluindo considerações sobre a fofoca por sua relevância em relação ao *corpus* da pesquisa. A construção de significados com base em definição de situação também é abordada com o auxílio de George Herbert Mead (1967) e seu conceito de *self*. De Robert Park (1926), utilizo a noção de que o espaço físico é reflexo do espaço social, e de Park e Burgess (2014) a questão da competição, outro tipo de interação social identificada como marcante no *corpus* da pesquisa. Finalizo a Escola de Chicago com a defesa da participação dos indivíduos na vida coletiva proposta por John Dewey (1927).

Por último, faço uso de contribuições da Antropologia Econômica e do entendimento de que as atividades econômicas são moldadas em grande parte por interações em diferentes níveis. Para tanto, recorro a Marcel Mauss (1923)

e seu estudo sobre os sistemas de dádivas e Karl Polanyi (1944) e seu conceito de enraizamento (*embeddedness*) da ação econômica em relações sociais. As ideias desses autores levam às análises de Alfred Schütz sobre estruturas intersubjetivas de significado, que ajudariam a compreender de modo mais apropriado a ordem dos processos de mercado, e à fenomenologia de Edmund Husserl, sua influenciadora.

\*\*\*

Neste trabalho entende-se, conforme George Simmel (2006), que a sociedade é produto das interações entre indivíduos, tomando forma a partir do momento em que estes criam relações de interdependência ou estabelecem contatos e interações sociais. Nessa concepção, as interações sociais podem envolver relações conflitivas, de interesse mútuo, de subordinação, de dominação.

Essa concepção de sociedade é diferente daquela relacionada aos estudos de Durkheim ao não privilegiar as pressões sociais e ao se opor ao interesse de determinar leis universais para o mundo social. Em sua busca por entender como era possível a vida social e inspirado pelo filósofo Immanuel Kant, Simmel (2006) recusou-se a propor um método fixo de interpretação desta, baseando seu entendimento na interação social, afirmando que a sociedade significa interação entre indivíduos, sempre motivada por impulsos ou finalidades que colocam os seres humanos em correlação entre si. Dessa forma, cunhou o conceito de sociação, que é a forma como as pessoas se desenvolvem em conjunto em direção a uma unidade em que satisfazem seus interesses, sendo a sociologia o estudo das formas de sociação. Ou seja, sociação se refere aos modos como as pessoas se relacionam, que são inúmeros.

(...) a sociação é a forma (realizada de incontáveis maneiras diferentes) pela qual os indivíduos se agrupam em unidades que satisfazem seus interesses. Esses interesses, quer sejam sensuais ou ideais, temporários ou duradouros, conscientes ou inconscientes, causais ou teleológicos, formam a base das sociedades humanas (SIMMEL, 1983, p. 166).

Nesse processo de satisfação de interesses humanos, Simmel (2006) explica que as formas elaboradas a partir desses interesses acabam por adquirir existência em si mesmas. A ciência seria um exemplo, tendo-se afastado de propósitos práticos para se tornar um valor em si mesma, sem questionar nada além de sua própria realização. Esse parece ser o ponto adequado para reforçar

que adotar a atitude etnometodológica significa um esforço de aproximação do caráter de propósito prático da investigação científica, entendendo que a mesma precisa ser desenvolvida nas exigências e na dinâmica da vida.

Simmel (2006) destaca que o processo também opera na separação de conteúdo e forma da existência social. Segundo o autor, na existência social, o que é “autenticamente ‘social’” é o “ser com, para e contra os quais os conteúdos ou interesses materiais experimentam uma forma ou um fomento por meio de impulsos ou finalidades” (SIMMEL, 2006, p. 63-64). Há momentos da interação social em que essa forma ganha vida própria, livre de conteúdos materiais, tendo-se, então, o fenômeno da sociabilidade, conceito importante para entender as interações estabelecidas na Feira. A sociabilidade é “a forma lúdica da sociação” (SIMMEL, 2006, p. 65). Ela está para além de satisfação de interesses, sendo composta por um sentimento e uma satisfação de se estar justamente socializado, pela formação da sociedade em si. Não tem uma finalidade objetiva.

Outra característica da sociação marcada por sociabilidade é a ausência de ênfase nas especificidades e singularidades dos indivíduos. A primazia e a relevância da personalidade individual são reduzidas. Aquilo que é do nível pessoal não tem lugar na sociabilidade. Assim, “riqueza, posição social, erudição, fama, capacidades excepcionais e méritos individuais não desempenham qualquer papel na sociabilidade” (SIMMEL, 2006, p. 67).

Portanto, se traços subjetivos e interesses estão presentes, trata-se de outro tipo de sociação que não a sociabilidade. Não se trata de identificar tipos ou nuances de sociabilidade. Se a diferenciação social e as relações de poder estão presentes, segundo a definição de Simmel (2006), não se trata de uma sociação em que a sociabilidade atua como elemento central e formador, podendo a sociabilidade ser apenas “princípio mais formalista superficial e mediador” (SIMMEL, 2006, p. 68).

Também não se trata de haver sociabilidade para somente uma ou algumas das pessoas envolvidas. O princípio segundo o qual a sociabilidade é constituída não permite que ela seja válida para apenas uma das partes em interação. Simmel (2006, p. 69) escreve: “cada qual deve satisfazer esse impulso na medida que for compatível com a satisfação do mesmo impulso nos outros”. Essa é a estrutura democrática da sociabilidade. O caráter democrático

só se realiza pela igualdade que caracteriza a sociabilidade e que só é possível pela suspensão do que é completamente pessoal e do que é inteiramente material.

Essa democracia da sociabilidade à qual se refere Simmel (2006) é um “jogo de cena” (p. 69). Não por uma característica de falsidade, mas de uma concordância com quem se interage e de estabelecimento de uma interação em que prevalece a alegria de um indivíduo relacionada à felicidade do outro. Para isso, importam as concordâncias, a percepção de sentimentos congruentes e o trabalho para mantê-los assim, feito “a partir de seres que desejam produzir exclusivamente entre mesmos essa interação pura que não seja desequilibrada por nenhuma tensão material” (SIMMEL, 2006, p. 70). É a primazia da forma sobre o conteúdo. O mais importante não é o conteúdo da conversa, mas a conversa em si.

Assim, a sociabilidade cria, segundo Simmel (2006), “um mundo sociologicamente ideal” (p. 69). Não é uma mentira, mas um “faz de conta” (SIMMEL, 2006, p. 71) e, assim sendo, não é completamente alheio à realidade, já que se alimenta dela, pois, “caso a sociabilidade corte totalmente os laços que a unem com a realidade da vida (...), ela deixa de ser um jogo (Spiel), e passa a ser uma frívola brincadeira (Spielerei)” (SIMMEL, 2006, p. 80). Torna-se mentira, e decepcionante, quando o fenômeno tem como base objetivos não sociáveis ou quando pretende disfarçar tais objetivos.

Isso não significa que a sociação com caráter de sociabilidade não possa ser acionada por aqueles que pretendem alcançar objetivos definidos em outros momentos, como a concretização de uma venda. No Capítulo 7, a história contada por China a um grupo de potenciais clientes sobre o senhor que levou a sério a brincadeira de levar o cartão de sua Loja no estabelecimento ao lado e, juntando R\$ 5 (pouco mais de € 1), ter o direito de pegar uma bebida, é um momento de sociabilidade. Naquele instante, o interesse de China é contar algo engraçado àquelas pessoas, que por sua vez se divertem com a história e saem rindo do estabelecimento, sem nada comprar, podendo lembrar daquele momento lúdico posteriormente e retornar à Loja para então adquirir produtos. Mas, naquele momento, a sociação lúdica, a sociabilidade, foi o que marcou a interação.

Simmel também influenciou o interacionismo simbólico, que será tratado no Capítulo 5, e a Escola de Chicago.

\*\*\*

A interação social também foi tratada por pesquisadores da chamada Escola de Chicago, que desenvolveram diversos estudos na metrópole estadunidense com o objetivo de melhor compreendê-la. Algumas dessas investigações ajudam a compreender certos aspectos observados na Feira de São Cristóvão.

Os pesquisadores da Escola de Chicago foram pioneiros nos estudos sobre cidade, responsáveis pela chamada microsociologia, na qual também é enquadrado Simmel, interessados em saber como os sujeitos juntos fazem a sociedade por meio das interações, entendendo, portanto, a sociedade como construção coletiva. Uma das ideias predominantes era a oposição às noções de organização social e estrutura social. Para os chicaguanos, assim como defendeu Simmel (2006), a unidade básica era a interação social, sendo a organização social apenas a reunião de pessoas “que fazem as mesmas coisas juntas, de maneira muito semelhante, durante muito tempo”, como “constituir uma família ou criar um sistema de parentesco” (BECKER, 1996, p. 10).

Os pesquisadores relacionados à Escola de Chicago também não estavam preocupados em elaborar grandes teorias sobre a sociedade, tendo interesse em compreender um fenômeno localizado. Assim, diferenciavam-se daqueles conhecidos tradicionalmente como os grandes nomes da sociologia – Marx, Durkheim e Weber –, interessados em analisar as superestruturas e desenvolver modelos sociais. Em Chicago, o interesse era compreender o que acontecia no cotidiano, sem prescrições. Como afirmou Becker: “De um determinado ponto de vista, que defendo com firmeza, a história da sociologia não é a história da grande teoria, mas a dos grandes trabalhos de pesquisa, dos grandes estudos sobre a sociedade” (1996, p. 1).

Fundamentada epistemologicamente no pragmatismo norte-americano, na fenomenologia e na sociologia formal, de Simmel, a Escola de Chicago evitava o caráter positivista, valorizava a explicação do mundo dada pelas próprias pessoas, entendendo a sociedade como ação coletiva. Assim, além de questionar estatutos, o exercício e a legitimidade do poder, os pesquisadores

focavam na agência de indivíduos e grupos nem sempre reconhecidos em seu papel de atores sociais.

Um dos nomes relacionados à Escola de Chicago é William James, filósofo expressivo na linha do pragmatismo, apoiado nas consequências, não nas causas (PUTNAM, 2010<sup>22</sup>). O pragmatismo de James propõe que a realidade é somente o que sabemos dela. Uma crença verdadeira é a que atende aos nossos propósitos, a que funciona na prática, no cotidiano. Não há, portanto, verdade definitiva. Dessa forma, o pragmatismo é um método pelo qual o significado dos conceitos é moldado pelos fatos, pela experiência.

Na obra “Pragmatismo”, de 1907, James (1981) defendeu que as teorias científicas devem ser julgadas por seus resultados ou fins, sendo todas elas aproximações da realidade, o que implica em não poderem ser consideradas apenas por sua coerência interna. Assim, James propõe que a veracidade de uma ideia seja considerada com base na análise dos resultados produzidos por sua adoção. Exemplificando, é possível pensar no significado pragmático de nomear a Feira de São Cristóvão como Nova Feira de São Cristóvão. Não tendo sido feitas alterações que tenham transformado substancialmente o local, então não há nenhum sentido a mudança na nomenclatura.

Diferentemente de Charles Sanders Peirce, que entende que o significado de um conceito ou teoria é dado pelas consequências práticas que o objeto pode proporcionar e assim afetar a conduta humana, para James o significado pragmático são os efeitos práticos que provoca na crença do indivíduo.

Em linha de raciocínio semelhante à de James (1981) está o teorema formulado por William Thomas (1928), segundo o qual se as situações são definidas como reais, elas são reais em suas consequências<sup>23</sup> (THOMAS, 1928, p. 572). Thomas afirmou que antes de qualquer ato de conduta há um estado de análise e deliberação denominado “definição da situação”<sup>24</sup> (THOMAS, 2005, p. 28). O autor explica que não apenas atos concretos dependem da definição da situação, mas que gradualmente o modo de vida e a personalidade do indivíduo acabam sendo moldados por uma série de definições como essa.

---

<sup>22</sup> Em “A teoria da verdade de James” (2010), o filósofo norte-americano Hilary Putnam se esforçou em esclarecer os elementos dessa teoria.

<sup>23</sup> Tradução livre. No original: *if men define situations as real, they are real in their consequences* (THOMAS, 1928, p. 572).

<sup>24</sup> Tradução livre. No original: *la definición de la situación* (THOMAS, 2005, p. 28).

Thomas afirma que a família é a primeira agência definidora, seguida da comunidade. Nesta são originados os códigos morais reconhecidos como válidos pelos membros. Um meio de definir a situação empregado pelas comunidades é a fofoca, já que “a comunidade regula a conduta de seus membros em grande medida falando sobre eles”<sup>25</sup> (THOMAS, 2005, p. 30). A fofoca é uma força organizadora, um modo de definir a situação e de agregar elogio ou acusação, um dos meios pelos quais é fixado o *status* de um indivíduo ou de uma família. A fofoca também está presente na Loja do China, conforme mostrado no Capítulo 7.

Situações observadas na Loja do China mostram o esforço do comerciante em inserir atributos aos produtos de acordo com o que entende ser um valor para um potencial cliente. China faz uso de seu papel de especialista em produtos da região Nordeste nesse esforço, papel que não é refutado devido a credenciais que apresenta, como a presença na Feira de São Cristóvão, a venda de produtos associados à culinária de estados da Região Nordeste, a descrição de como é feito o produto, a explicação sobre a maneira de preparar um alimento usando a mercadoria, entre outros. Portanto, naquele ambiente e para as pessoas nele presentes, não é difícil definir a situação, ou seja, definir China como tendo nascido em um dos estados da região Nordeste e, portanto, acreditar em suas recomendações<sup>26</sup>.

A definição da situação também foi tratada por George Mead<sup>27</sup>, outro pesquisador relacionado à Escola de Chicago importante para as análises aqui empreendidas. Mead (1967) destacou que nossas interações são carregadas de significações, que são atribuídas, sendo os significados dinâmicos e construídos nas relações humanas. “Se aquele gesto de fato indica a outro indivíduo o comportamento subsequente (ou resultante) do dado indivíduo, então há significado”<sup>28</sup> (MEAD, 1967, p. 76).

Esse entendimento de que um gesto realizado por um indivíduo em resposta a uma ação subsequente é realizado não como estímulo-resposta, mas

---

<sup>25</sup> Tradução livre. No original: *la comunidad regula la conducta de sus miembros en gran medida hablando de ellos* (THOMAS, 2005, p. 30).

<sup>26</sup> China é fluminense, denominação de quem nasce no estado do Rio de Janeiro, mas não na capital.

<sup>27</sup> A obra “Mind, self, and society” (1967) foi organizada por Charles Morris, um dos melhores alunos de Mead, já que o próprio não publicou livros.

como uma espécie de tradução desse estímulo com base em valores sociais é o que Mead denomina *self*. O *self* é fruto de um processo social que implica na interação dos indivíduos no grupo e na pré-existência de um grupo. Esse processo de atribuição de significados se dá pela comunicação. A cultura partilhada por um grupo é entendida por Mead como processo comunicacional, já que a comunicação permite a unificação dos significados.

É devido ao *self*, portanto, que ao ver uma garrafa com um líquido amarelo em uma prateleira de uma barraca da Feira de São Cristóvão um indivíduo pode compreender que se trata de manteiga de garrafa. Pode também relacionar aquele produto a um estado da Região Nordeste, onde costuma ser bastante usado no preparo de alimentos. É também devido ao *self* que o comerciante China, ao ver dois homens olhando as manteigas de garrafa em sua Loja, os interpreta como duvidando da qualidade do produto, o que o leva a produzir uma justificativa para as prateleiras estarem vazias.

Outro integrante da Escola de Chicago que tratou de questões importantes para esta investigação na Feira de São Cristóvão foi John Dewey (1927), que defendeu que os seres humanos não são isolados, mas parte de uma sociedade. Por isso sua importância dada ao público e sua visão de democracia como participação de indivíduos na ação coletiva (DEWEY, 2012). Assim, se empenhou em oferecer meios para a participação ativa dos indivíduos na vida social.

Dewey (2012) defendeu uma qualificação do entendimento do indivíduo como algo unitário propondo que fossem considerados seus vínculos e suas conexões e as consequências desses. Dewey (2012) defende que o ser humano “é movido e regulado por suas associações com os outros; o que ele faz e quais são as consequências de seu comportamento, em que consiste sua experiência, não podem sequer ser descritas, muito menos explicadas, isoladamente”<sup>29</sup> (p. 2723).

São importantes para esta investigação na Feira de São Cristóvão as contribuições de Dewey (2012) a respeito da formação de membros de uma

<sup>28</sup> Tradução livre. No original: *If that gesture does so indicate to another organism the subsequent (or resultant) behavior of the given organism, then it has meaning* (MEAD, 1967, p. 76).

<sup>29</sup> Tradução livre. No original: *(...) is moved and regulated by his associations with others; what he does and what the consequences of his behavior are, what his experience consists of, cannot even be described, much less accounted for, in isolation* (DEWEY, 2012, p. 2723).



comunidade. Segundo o autor, os seres humanos nascem seres orgânicos associados a outros, mas precisam ser educados para se tornarem membros de uma comunidade. Aprender a ser um ser humano é desenvolver, por meio de comunicação, um senso de ser um membro de uma comunidade. Alguém que “reconhece e aprecia seus comportamentos, desejos e métodos e que contribui para uma conversão adicional de poderes orgânicos em valores e recursos humanos”<sup>30</sup> (DEWEY, 2012, p. 2372).

Assim, entre associação e comunidade, Dewey faz uma diferenciação entre proximidade física e envolvimento entre as pessoas. O simples fato de compartilharem o mesmo espaço físico, segundo a lógica de Dewey, não faz dos comerciantes da Feira uma comunidade. A criação dessa comunidade é condicionada a um aspecto moral, no sentido de ser emocionalmente, intelectualmente, conscientemente sustentada. Situações de desconhecimento sobre o que acontece na Feira lançam dúvidas sobre a existência dessa comunidade, nos termos de Dewey. Por diversas ocasiões, o comerciante China afirmou não saber que haveria show na Feira, pois, segundo ele, não há qualquer comunicado para os comerciantes informando a programação dos palcos.

A existência de associação na Feira é evidente por meio de várias situações de troca entre os comerciantes. Em uma das gravações registradas, por exemplo, o comerciante China pede que uma comerciante de outra barraca fique na sua para que ele possa ir ao banheiro (gravação realizada em 16/05/2018). Em outro momento da mesma gravação, China pega uma mercadoria para outro comerciante na barraca do vizinho, da qual tem a chave. Essas situações, no entanto, se assemelham mais ao que Dewey se referiu como “comportamento associativo” do ser humano enquanto uma “lei universal”, em outras palavras, como um aspecto de sua sobrevivência. Diante das especificidades encontradas na Feira, a inter-relação entre comerciantes parece ser um aspecto importante da sobrevivência dos negócios, seja pela troca de favores ou pela compra e venda de mercadorias entre eles. Mas a existência de

---

<sup>30</sup> Tradução livre. No original: *one who understands and appreciates its beliefs, desires and methods, and who contributes to a further conversion of organic powers into human resources and values* (DEWEY, 2012, p. 2374-2375).

um senso de comunidade entre todos ou pelo menos entre a maioria não parece ser uma realidade.

Situação diferente acontece em termos de competição, assunto do qual trataram Park e Burgess (2014), outros dois nomes importantes da Escola de Chicago, e que foi identificado como presente em grande medida na Feira. Segundo os autores, a competição é um dos quatro grandes tipos de interação social, sendo os demais conflito, acomodação e assimilação (PARK, BURGESS, 2014). Park e Burgess (2014) afirmaram que a competição é a forma fundamental e universal de interação. Os autores garantiram, inclusive, que, apesar de o contato social dar início à interação social, a competição “é a interação sem contato social” (PARK, BURGESS, 2014, p. 129). A competição toma a forma de conflito ou rivalidade apenas quando se torna consciente, quando os concorrentes identificam uns aos outros como rivais ou como inimigos.

Park e Burgess ressaltam que as relações sociais não se limitam a contatos de toque, sentido e fala, sendo contatos mais “íntimos e penetrantes” (PARK, BURGESS, 2014, p. 129). No entanto, o contato social existe somente quando os rivais se encontram para que se influenciem mutuamente. Essa influência obviamente não envolve apenas geração de conflitos, mas também relações que tornam difíceis e complicam o controle da competição, como simpatia.

A competição cria uma ordem social de caráter individual no sentido de que cada indivíduo faz dos outros um meio para perseguir seu próprio benefício. Ao fazer isso, o indivíduo contribui com a coletividade por meio da troca de serviços. Portanto, a competição cria a organização distributiva e ecológica da sociedade. A divisão do trabalho e a interdependência econômica organizada entre os indivíduos e grupos são produto da competição. A ordem moral e política que se impõe sobre essa organização competitiva é produto da acomodação, do conflito e da assimilação.

A competição está presente entre “as coisas vivas”, mas é somente em períodos de crise que as forças concorrentes se identificam com as pessoas e a competição se transforma em conflito. Diferente da competição, o conflito pressupõe o contato e é sempre consciente, além de intermitente e pessoal. Para lidar com os conflitos existem as organizações políticas.

Quando os indivíduos e grupos fazem os ajustes internos necessários para as situações sociais criadas pela competição e pelo conflito, ocorre a acomodação. Sendo essas alterações decisivas e aceitas, o conflito desaparece. As tensões geradas pelo conflito são resolvidas no processo de acomodação em profundas modificações dos concorrentes.

Nem o mundo físico nem o mundo social são feitos para satisfazerem, ao mesmo tempo, todos os desejos do homem natural. Os direitos de propriedade, os interesses de toda espécie, a organização da família, a escravidão, a casta e as classes, toda a organização social, na verdade, representam acomodações, ou seja, as limitações dos desejos naturais do indivíduo (PARK, BURGESS, 2014, p. 131).

Os autores afirmam que as sociedades humanas são organizadas segundo tradição, costumes, representações coletivas, ou seja, em consenso, que representa acomodações sociais. Assim, a organização social é uma acomodação das diferenças por meio de conflitos.

Além das contribuições sobre competição, Park também é importante nesta pesquisa por defender que o espaço físico reflete o espaço social, metáfora que levou ao desenvolvimento da área chamada “ecologia humana” (*human ecology*), inspirada na forma usada pela biologia vegetal da época, referente à competição pelo espaço (PARK, 1926, p. 1). Park define a ecologia humana como a ciência que procura isolar as “forças que tendem a ocasionar um agrupamento típico e ordenado de sua população e instituições” e “descrever as constelações típicas de pessoas e instituições produzidas pela operação conjunta de tais forças” (PARK, 1967, p. 25). Park afirma que tudo que tende a ocasionar a um mesmo tempo maior mobilidade e concentração de populações urbanas consiste em fator primário na organização ecológica da cidade.

A cidade, no entendimento de Park (1967), tem raízes nos hábitos e costumes das pessoas que nela estão, o que faz com que possua, além de uma organização física, uma organização moral. Essas duas interagem, se moldando e se modificando. É assim que a cidade é a expressão da natureza humana, erigindo em resposta às necessidades dos indivíduos. Apesar disso, a cidade também se impõe aos indivíduos, os formando de acordo com o projeto e interesses nela incorporados. Os movimentos de tentativa de retirada dos feirantes que queriam trabalhar no Campo de São Cristóvão e depois de

inclusão da Feira como parte das opções turísticas da cidade podem ser melhor compreendidos por meio dessas reflexões de Park.

A partir desses esclarecimentos de Park a respeito de cidades, entendo ser possível compreender que a Feira guarda semelhanças com uma cidade. Semelhante ao que acontece em uma cidade, por exemplo, a Feira também é dividida em regiões, com áreas mais e menos valorizadas. Conforme mostrado no Capítulo 7, as formas de abordagens a clientes desenvolvidas pelo comerciante China, cujo estabelecimento não está localizado em uma das ruas principais, evidenciam um jogo com essa condição e mostram que ela está presente na Feira e é reconhecida também pelos frequentadores.

Park (1926) explica ainda que o interesse dos sociólogos na ecologia humana está na relação entre as pessoas, não entre uma pessoa e o espaço que ela habita, mas em suas relações com outras pessoas, considerando padrões assumidos em determinadas áreas. Podendo a estrutura social ser definida em termos de posição e as mudanças sociais em termos de movimento da população, Park afirma que os fenômenos sociais podem inclusive ser medidos matematicamente.

Segundo Park (1926), o crescimento de uma cidade pode ser analisado, por exemplo, de acordo com a distribuição da população. Isso porque, não está relacionado apenas à elevação do número de habitantes, incluindo mudanças nos centros financeiros, que geram reflexos em todas as demais áreas, o surgimento de novas atividades profissionais e o aumento do valor de espaços da cidade. Park (1926) afirma que essas mudanças podem ser mensuradas pela mobilidade da população. Mudanças de locais e residência podem ser rastros de alterações em *status* econômico e social, para melhor ou pior. A geografia e o transporte dividem a cidade em áreas pelas quais circulam e onde moram grupos definidos, cada um com certa taxa de mobilidade, constituindo, portanto, barreiras físicas, afetando a comunicação e os contatos.

Gostos e conveniência, interesses vocacionais e econômicos tendem a segregar e assim classificar as populações das grandes cidades. Dessa forma, a organização e distribuição da população não é projetada nem controlada. Park (1967) afirma que, ao longo do tempo, as partes da cidade são envolvidas com os sentimentos peculiares à sua população, fazendo com que aquilo que era

simples expressão geográfica passe a ser vizinhança, ou seja, “uma localidade com sentimentos, tradições e uma história sua” (PARK, 1967, p. 29).

O autor afirma que toda cidade grande tende a ter espaços de “população casual e passageira”, de “sujeira e desordem”, e que essas áreas tendem a ser os primeiros redutos de imigrantes (PARK, 1926, p. 4). Park denomina esses espaços como “guetos” e em alguns casos, “boemias” (PARK, 1926, p. 4). A história do bairro de São Cristóvão, onde a Feira nasceu e é realizada até hoje, inclui essa mobilidade populacional baseada em mudança de *status* econômico de que trata Park, conforme é evidenciado no Capítulo 3. De reduto imperial e rota para diversos pontos da cidade a ponto final de caminhões pau de arara e uma dificuldade de acesso por transportes coletivos, o bairro passou por transformações significativas e que viabilizaram a presença da Feira.

Assim, Park (1926) compreendeu a cidade não em termos de unidade administrativa, mas como produto de forças naturais, cujas fronteiras nem sempre respeitam os limites impostos por fatores políticos e administrativos. O desrespeito às fronteiras explica as relações entre as áreas da cidade. Apesar de serem ocupadas e frequentadas por grupos com características específicas, as áreas estão inter-relacionadas, sofrendo alterações quando uma ou outra parte da cidade passa por mudanças. E a intensidade com que as mudanças são sentidas em outras regiões está estreitamente ligada ao sistema de transporte local.

Os alunos de Park estudaram a localização dos distintos grupos na cidade, fazendo mapas e empenhados em responder questões sobre os locais com maiores índices de criminalidade e como explicá-los. A partir dessas questões, Park desenvolveu noções como a de região moral, referente à área da cidade onde uma população se separava das demais. Park (1926) alerta, no entanto, que as experiências sociais de cada um e o efeito de inibição da autoconsciência também afetam a comunicação, mostrando que nem todos os fenômenos sociais podem ser caracterizados em termos de localização, posição e mobilidade. Mas, no tocante às relações sociais, Park (1926) considera que são frequentemente ligadas a relações espaciais, podendo assim ser mensuradas.

A espacialidade é aspecto fundante da Feira de São Cristóvão. Uma confluência de fatores resultou na fixação de pessoas originais de estados da

Região Nordeste no bairro de São Cristóvão, conforme já descrito no Capítulo 3. No entanto, apesar de na época o bairro ter abrigado aqueles que acabavam de chegar à cidade e tinham poucos recursos financeiros para morar em outras áreas, hoje, não é incomum encontrar comerciantes da Feira que não moram nas proximidades do pavilhão. O comerciante China, por exemplo, mora em outro município, Duque de Caxias, na baixada fluminense. A comerciante Josine reside em uma comunidade na Zona Sul. Apesar de não ter recebido os investimentos esperados pelos moradores por ocasião da realização de grandes eventos na cidade, como a Copa do Mundo de futebol e as Olimpíadas, o bairro, pela proximidade com o Centro da cidade e com a Zona Sul, se comparado a outras áreas da capital, possui moradias com valor mais elevado. Park também ajuda a pensar a divisão espacial dentro da própria Feira, como tratado nos Capítulos 3 e 6.

\*\*\*

Compreender que as atividades que envolvem produção, distribuição e consumo de bens e serviços são orientadas em considerável medida pela ação humana e por relações sociais é reconhecer que as atividades econômicas são moldadas em grande parte por interações em diferentes níveis. É entender que a ação humana também orienta a ação econômica e que, portanto, as economias<sup>31</sup>, entendidas mesmo como plurais em cada localidade, são históricas e sociais, fruto de seu tempo, da agência das pessoas. É entender, portanto, que as formas como se apresentam as economias não são inevitáveis nem permanentes.

Marcel Mauss (1923) mostrou já na década de 1920 que transações realizadas entre coletividades não eram reduzidas a meros escambos, contendo uma dimensão moral que conferia sentido às relações sociais. Os sistemas da dádiva estavam a serviço da composição de novas alianças e do fortalecimento de antigas e não se baseavam somente na troca de objetos e bens valiosos, incluindo banquetes, festas, danças entre outros. A comunhão entre as partes era o mais importante, sendo o mercado um desses momentos. Assim, as doações recíprocas estão no centro do estabelecimento de relações de alianças,

---

<sup>31</sup> Acompanhando a divisão feita por José Castro Caldas (2010), o termo “economia” é usado com inicial minúscula para se referir a atividades que envolvem produção, distribuição e consumo de bens e serviços, diferenciando-se assim de Economia, que se refere à disciplina.

hospitalidade, proteção e assistência mútua. O ensaio foi baseado em diversos estudos etnográficos de grupos humanos, como os de Bronislaw Malinowski (1922) sobre o intercâmbio do kula entre habitantes das Ilhas Trobriand.

O trabalho de Mauss é completado por Karl Polanyi (1944). Christian Heath (2013) destaca o conceito de enraizamento (*embeddedness*), de Polanyi, como o mais crítico no sentido de destacar como a ação econômica depende de redes sociais e relações sociais dinâmicas que permitem as formas de participação que sustentam atividades de mercado. Polanyi enfatizou as relações sociais como base para se compreender economia. Segundo o conceito de enraizamento (*embeddedness*), o sistema econômico está enraizado no sistema social, estando a economia imersa nas relações sociais dos indivíduos, que valorizam “os bens materiais na medida em que eles servem a seus propósitos” (POLANYI, 2000, p. 65). Seguindo esse raciocínio, admite-se que os contextos ou ambientes institucionais são historicamente determinados.

Polanyi usou o termo “falácia economicista” para se referir à teoria econômica ortodoxa ou neoclássica, que relaciona economia a mercado. Destacou que economia não se restringe à otimização da relação entre oferta e demanda para alocação de recursos escassos, como se economia não envolvesse também processos históricos e sociais, sendo apenas uma questão de estatística ou de indivíduos perseguindo seus próprios interesses com o intuito principal de maximizar lucro. Para o autor, economia envolve as relações sociais historicamente instituídas para garantir o sustento do ser humano. Assim, Polanyi defendeu que o comportamento econômico dos indivíduos é delineado de acordo com as instituições culturais e relações sociais das quais participam, não por características psicológico-comportamentais inatas, como a do *homo economicus* neoclássico.

O conceito de enraizamento (*embeddedness*) de Polanyi foi popularizado por Mark Granovetter (2000), que defendeu que a origem de uma instituição pode ser fruto de diferentes trajetórias históricas e que a instituição é resultado da cristalização de certas relações pessoais particulares. Luciane Lucas dos Santos (2016) chama a atenção para o modo como o trabalho de Polanyi vem sendo apropriado ao longo dos anos, inclusive por Granovetter. Polanyi (2012) defendeu que a questão era mais ampla, referindo-se à tensão entre modernidade democrática e economia. Segundo o autor, atrelar a economia ao

mercado autorregulado induz ao estabelecimento de uma sociedade presa ao mecanismo de sua própria economia (POLANYI, 2012).

Jean-Louis Laville (2004) destacou a pertinência de se aliar as contribuições de Mauss e Polanyi devido à coincidência da origem de suas ideias em uma crítica do reducionismo de se explicar a ação econômica somente pelo aspecto do interesse material individual. Mauss e Polanyi considerariam que a ação econômica pode ser fruto “do sentimento de propriedade e de uma maquinação entre desprendimento e interesse, este último, sendo, além disso, maior que o interesse material” (LAVILLE, 2004, p. 3).

Essa linha de raciocínio leva a contribuições de Alfred Schütz. Lidando com o problema da coordenação, Daniela Lopez (2008) afirmou que vários autores consideram que as análises de Schütz ajudam na compreensão das propriedades da criação da ordem dos processos de mercado de forma mais apropriada do que a abordagem oferecida pela escola neoclássica. Isso se dá pelas afirmações de Schütz sobre a existência de estruturas intersubjetivas de significado (“receitas sociais”) que tornam possível que o indivíduo atue no mundo social (MOTE, 2001, p. 119 *apud* LOPEZ, 2008, p. 75).

Schütz foi integrante da Escola Austríaca de Economia, fundada em 1871 com a publicação da obra “Princípios de Economia”, de Carl Menger. A Escola defendeu as relações lógicas como base em que as pessoas realizam suas escolhas e das quais são derivadas as leis da Economia<sup>32</sup>. Alfred Schütz integrou o grupo que estudava a metodologia de Max Weber, o “Círculo Mises”, a partir de 1920, na Universidade de Viena.

Em 1932, Schütz publicou “Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt”, cuja tradução literal seria “A construção significativa do mundo social”, mas que foi publicada em inglês como “The phenomenology of the social world”. Nessa obra, Schütz se empenhou em reconstruir epistemologicamente a sociologia compreensiva de Max Weber, que considerava insuficiente em termos de suposição teórica. Nomeadamente, a noção de significado referido ao ato significativo do indivíduo.

---

<sup>32</sup> Usada com inicial maiúscula, a palavra “Economia” se refere à ciência social que estuda as atividades econômicas (CALDAS, 2010).



Schütz (2003) questionou a tarefa central da sociologia defendida por Weber, a de compreender o sentido que o ator atribui a sua ação, ou seja, o sentido subjetivo, questionando o que é a ação, o que é o sentido e como é possível que um semelhante compreenda tal sentido. Schütz defendeu que a sociologia e a metodologia weberiana exigiam uma fundamentação que só era possível encontrar em uma fenomenologia constitutiva da atitude natural.

A fenomenologia busca entender como as pessoas constroem significado, e um conceito-chave é intersubjetividade. É ao trabalho de Edmund Husserl que Schütz recorre para fazer uma fundamentação das ciências sociais a partir dessa fenomenologia. Seguindo essa via, Schütz tenta compreender a realidade da vida de sentido comum, empreendimento que o transforma em um dos principais representantes da fenomenologia do social.

Schütz, no entanto, não segue a mesma linha de Husserl, pois considerou, por exemplo, que a visão de Husserl (2000) menosprezava o senso comum, considerado por Schütz como a dimensão mais complexa e singular da realidade. Para Schütz (2003), as pessoas se engajam em um processo contínuo de conferir sentido ao mundo em interação umas com as outras, cabendo ao cientista social buscar dar sentido a essa conferência de sentido das pessoas. Para isso, o cientista precisa fazer uso dos mesmos métodos de interpretação que as pessoas usam em seu mundo de senso comum, distinguindo-se delas apenas pela posição de observador desinteressado, não envolvido na vida dos observados.

O trabalho de Schütz, portanto, mostra que as concepções idealizadas da ação racional dos economistas clássicos, e também de sociólogos como Weber, não capturam a racionalidade prática de pessoas comuns, como feirantes. Essas pessoas usam uma variedade de métodos e racionalidades práticas nas interações umas com as outras, justamente o que é selecionado como objeto de estudo dos analistas etnometodólogos e o que pretendo evidenciar no Capítulo 7.

Conforme apresentado neste capítulo, esta é uma investigação de caráter microsociológico, com foco na agência de indivíduos e grupos, em que parto do pressuposto de que a sociedade é constituída pela interação entre as pessoas. Considero ainda que a sociação contém uma forma lúdica e democrática, a sociabilidade, em que não está em jogo uma finalidade objetiva ou ênfase nas

especificidades dos indivíduos, em que a concordância e a alegria prevalecem, não como falsidade, mas como um jogo de cena, um faz de conta ancorado na realidade.

Essa pesquisa também tem como base o pragmatismo e a defesa de que os significados são moldados pela experiência, ou seja, que a veracidade de uma ideia deve ser considerada de acordo com os resultados produzidos por sua adoção. Entendo também que as interações entre os indivíduos são repletas de significações atribuídas, com significados construídos nas relações humanas, e que nosso comportamento envolve definições de situações a todo momento. Nesse sentido, concordo com ideia de que a comunidade é uma agência definidora fundamental para os indivíduos e que uma das formas de se definir uma situação, de se fixar o *status* de indivíduos e grupos, é a fofoca. Nesta investigação, reconheço também o papel da competição em uma sociedade, o caráter construído do senso de comunidade e que o espaço físico reflete o espaço social.

Tendo apresentado o conjunto teórico que ajuda a compreender as interações estabelecidas na Loja do China, no próximo capítulo utilizo essas contribuições na apresentação da Feira de São Cristóvão, com uma contextualização sobre seu início e um panorama a respeito do momento atual.

### 3

## Apresentando a Feira de São Cristóvão

Procuro apresentar neste capítulo uma contextualização sobre a formação da Feira de São Cristóvão e algumas de suas características atuais. Sendo uma Feira intimamente relacionada a dinâmicas da própria cidade em que está inserida, considere pertinente começar lembrando alguns aspectos da constituição e do desenvolvimento do Rio de Janeiro para então tratar do início da Feira, ainda no Campo de São Cristóvão. Depois, abordo seus desenvolvimentos, como a formalização e a transferência para o pavilhão em que é realizada atualmente. Incluo o conteúdo de alguns documentos oficiais que ajudam a entender esse processo, como leis, decretos e resoluções, relacionando-os a alguns dados de trabalhos já feitos sobre a Feira, que estão reunidos no Capítulo 4, e a dados obtidos nesta pesquisa. Por fim, procuro mostrar algumas características da Feira atualmente, destacando como a apresentação e formas de comunicação dos estabelecimentos evidenciam diferenças importantes entre eles.

\*\*\*

Entendo que o esforço de compreensão da Feira de São Cristóvão passa pelo entendimento de alguns processos vividos pelo Rio de Janeiro e pelo Brasil, sendo sua formação reflexo de aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos da cidade e do país.

A formação da cidade do Rio de Janeiro é marcada por disputas por território e políticas urbanas baseadas em grande medida em interesses econômicos. Habitada por grupos indígenas em 1502, ano em que os portugueses invadiram, a cidade foi novamente invadida por franceses em 1555, expulsos pelos portugueses e aliados indígenas entre 1560 e 1567, sendo a fundação da cidade por Estácio de Sá, em 1º de março de 1565, parte dos esforços para essa expulsão. A partir da fundação, a cidade foi se expandindo lentamente a partir do Morro do Castelo, destruído em uma reforma urbanística

(COARACY, 1955). Mas esse ritmo de crescimento foi alterado devido à invasão holandesa e sua presença no Nordeste do Brasil a partir de 1624.

Conforme explica o sociólogo Renato Cancian (2005), antes de ficar sob domínio espanhol por 60 anos, de 1580 a 1640, Portugal tinha firmado acordo comercial com os holandeses para que financiassem a produção do açúcar brasileiro e sua comercialização na Europa. Esse acordo foi ameaçado pelo interesse da Espanha em dominar a Holanda e todo o território dos Países Baixos, usando como uma das estratégias o ataque às fontes de riqueza dessas nações, o que no caso da Holanda englobava o comércio do açúcar brasileiro. Os holandeses, então, tentaram controlar os locais em que eram produzidos os produtos que eles comercializavam, o que incluía estados do Nordeste do Brasil.

Em 1624, os holandeses invadiram Salvador, o centro administrativo da colônia, sendo expulsos um ano depois. Em 1630, invadiram Pernambuco, conquistando as vilas de Olinda e Recife e controlando o território do Sergipe ao Maranhão. Essa situação fez com que os portugueses transferissem a produção de açúcar para o Sudeste, aumentando a produção desse artigo no Rio de Janeiro a partir de 1630, com a construção de vários engenhos. Assim, na segunda metade do século XVII, o Rio de Janeiro era a cidade mais populosa do Brasil, com cerca de 30 mil habitantes (COARACY, 1955).

A produção de açúcar no Rio de Janeiro foi tão importante que vários nomes de bairros da cidade foram inspirados nessa atividade. A Freguesia de Inhaúma, por exemplo, criada em 1743, e que compreendia a área em que estão os atuais bairros de Pilares, Engenho de Dentro, Engenho da Rainha, Thomás Coelho, Del Castilho, Higienópolis, Olaria, Bonsucesso e Penha, era onde funcionava a fazenda da Rainha Carlota Joaquina, que se destacou como produtora de açúcar, daí o nome Engenho da Rainha (Biblioteca Nacional, 2015).

Atrações turísticas importantes na cidade atualmente também têm seus nomes derivados dessa atividade. O morro do Pão de Açúcar recebeu esse nome por ser semelhante ao pão de açúcar, bloco que é formado durante o processo de fabricação de açúcar. O vizinho Morro da Urca foi assim denominado porque urca era o nome do tipo de navio utilizado na época para o transporte dos pães de açúcar para a Europa. Como o morro se localizava ao

lado do morro Pão de Açúcar, o povo passou a nomeá-lo Morro da Urca (GARCIA, 2000).

No século XVIII, a cidade ganhou ainda mais relevância com a exploração de jazidas de ouro em Minas Gerais, passando a ser rota de escoamento do metal precioso para a Europa. Em 1763, passou a ser sede do Brasil colonial, permanecendo assim até 1960, com a transferência da capital para Brasília, na atual região Centro-Oeste. Entre 1808 e 1815, foi a capital do Reino Unido de Portugal e dos Algarves, nome oficial de Portugal na época. Entre 1815 e 1821, sediou o Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves, após o Brasil se tornar parte integrante do Reino Unido (COARACY, 1955).

A forte vinculação do Rio de Janeiro à atividade comercial do Brasil colônia também explica a importância adquirida por sua área portuária, que desde o fim do século XVI constituía um espaço-chave da cidade, apesar de ainda não possuir um porto estruturado (ELICHER, 2017). Foi a exploração das minas de ouro em Minas Gerais e o grande movimento gerado por essa atividade que intensificou as atividades portuárias, contribuindo para que o Porto do Rio de Janeiro fosse o maior do Brasil no fim do século XVIII (ELICHER, 2017). O bairro de São Cristóvão se desenvolveu nessa área, ganhando destaque a partir de 1816 quando o príncipe regente Dom João adotou a Quinta da Boa Vista como sua residência oficial, hoje um parque tombado pela União (Prefeitura do Rio de Janeiro, 28/06/2013<sup>33</sup>). A casa em que morou a família real, chamada Paço de São Cristóvão, é onde funciona o Museu Nacional, que sofreu um incêndio em setembro de 2018.

Após a independência do Brasil, em 1822, a cidade do Rio de Janeiro permaneceu como capital do país. Nesse período, a província do Rio de Janeiro enriqueceu com a agricultura canavieira da região de Campos dos Goytacazes, localizada no interior do estado, e, principalmente após a década de 1830, com o cultivo do café no Vale do Paraíba, situado entre os estados do Rio de Janeiro e de São Paulo.

A lavoura cafeeira foi a responsável pelo surgimento de novos centros urbanos no interior da província, pelo desenvolvimento da educação, devido à construção de novas escolas por todas as cidades, e pelo aumento da conexão

---

<sup>33</sup> Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/web/fpj/exibeconteudo?id=4202935>. Acesso em: 02/01/2019.

entre as cidades e o Município Neutro, como era chamado o Rio de Janeiro, feita por meio de ferrovias (COARACY, 1955). Devido ao seu caráter distinto em relação às outras unidades administrativas do império, a cidade do Rio de Janeiro foi transformada, em 1834, em Município Neutro, separado administrativamente da província, tendo sede na Vila Real da Praia Grande, que, no ano seguinte, passou a se chamar Niterói. Depois da implantação da República, a província foi transformada no estado do Rio de Janeiro. O Município Neutro virou o Distrito Federal (COARACY, 1955).

A história da cidade do Rio de Janeiro é um exemplo do que Park (1926) explicou sobre a formação das cidades modernas, que surgiram em torno de mercados, com produção não para consumo próprio, mas para o comércio fora da comunidade, envolvendo uma estrutura produtiva altamente especializada. Foi o que aconteceu com o Rio de Janeiro, que atraiu população ao construir estruturas para a produção de açúcar e café e escoamento de ouro, produtos que eram destinados à Europa. Considerando o comércio como um dos principais fatores de sustentação, facilmente se chega à conclusão de que, se a produção e a venda não oferecem bons resultados, a cidade enfrenta problemas.

A situação da província do Rio de Janeiro, por exemplo, a mais rica e poderosa do país e principal fonte exportadora, mudou radicalmente com a Abolição da Escravatura, em 1888, que fez com que a aristocracia fluminense perdesse sua mão de obra e empobrecesse. Outros fatores que contribuíram para o declínio da província foram a exaustão do solo e a diminuição da safra. Somados aos problemas políticos acarretados pela proclamação da República, em 1889, essas dificuldades fizeram com que a província fosse perdendo a grandeza e o destaque obtidos na época do Império. Segundo Silvia Castro (1989), 79% da receita do estado era proveniente da exportação de café em 1895, percentual que foi gradativamente reduzido ao longo dos anos, passando a ser 28% em 1905. Assim, a cidade passou a sofrer as consequências sociais geradas pelo crescimento rápido e desordenado (COARACY, 1955). Um crescimento baseado no desenvolvimento de atividades econômicas com vistas à geração de receitas que não eram revertidas em benefícios para a maioria da população.

Depois da abolição dos escravos, a cidade recebeu pela primeira vez imigrantes contratados, sendo o primeiro grupo a chegar à cidade composto por

cerca de 300 chineses de Macau, então colônia portuguesa, contratados para trabalhar no cultivo de chá destinado à exportação, o que foi feito no Jardim Botânico e em Santa Cruz (ARAÚJO, 2015). A abolição da escravidão atraiu para a cidade um grande número de imigrantes europeus e de ex-escravos, interessados nas oportunidades abertas pelo trabalho assalariado. Entre 1872 e 1890, a população passou de 274 mil para 522 mil habitantes (COARACY, 1955). Segundo dados do IBGE (2006), se estima que cinco milhões de pessoas migraram para o Brasil entre 1887 e 1957, sendo a maioria de italianos, 32%, seguida de portugueses, 31%, espanhóis, 14%, e japoneses, 4%.

A imigração agravou os problemas relacionados à habitação, que já assolavam a cidade desde a metade do século XIX. A região central e as adjacências eram as áreas mais críticas, onde se localizavam muitas habitações coletivas e se desenvolviam epidemias de febre amarela, varíola e cólera. Em sua obra, João do Rio registrou diversos problemas sociais do Rio de Janeiro, como a miséria e as condições precárias em que viviam os moradores da região central da cidade, como pode ser visto neste trecho de seu livro “A alma encantadora das ruas” (1908).

O mau cheiro aumentava. Parecia que o ar rareava, e, parando um instante, ouvimos a respiração de todo aquele mundo como o afastado resfolegar de uma grande máquina. Era a seção dos quartos [sic] reservados e a sala das esteiras. Os quartos estreitos, asfixiantes, com camas largas antigas e lençóis por onde corriam percevejos. A respiração tornava-se difícil (RIO, 1995, p. 121).

A disseminação de doenças e epidemias, como resultado das condições insalubres, aliada ao desordenamento urbano, agravava a situação. Diante dos problemas na então capital do país, os primeiros governos republicanos propuseram remodelações urbanas, com intervenções significativas. Uma delas foi a Reforma Passos, executada pelo engenheiro Pereira Passos, prefeito da cidade do Rio de Janeiro entre 1902 e 1906, que demoliu vários cortiços, fazendo com que seus antigos moradores ocupassem as encostas dos morros da Zona Portuária e do Caju, especialmente o Morro da Saúde e o Morro da Providência. Assim foi intensificado o processo de favelização (COARACY, 1955).

Os planos de melhoramentos contribuíram para que a cidade se tornasse atrativa para visitantes. Nas décadas seguintes, a cidade passou ainda por várias intervenções urbanas, com a construção do primeiro trecho do caminho aéreo

do Pão de Açúcar, em 1912, a estátua do Cristo Redentor, inaugurada em 1931, e o estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã, erguido para abrigar a final da Copa do Mundo de 1950 (COARACY, 1955). Além disso, o Rio de Janeiro também registrou nos últimos anos do século XIX um surto de industrialização, principalmente no setor têxtil, com empresas instaladas fora do Centro, como nos bairros do Jardim Botânico, na Zona Sul, Andaraí, na Zona Norte, e Bangu, na Zona Oeste (LIMA, 2014, p. 21). O bairro de São Cristóvão, na Zona Norte, também recebeu um grande número de manufaturas e indústrias que aproveitaram a infraestrutura já existente e sua localização privilegiada perto do Centro.

Assim, o Rio de Janeiro passou a ser o principal destino quando o turismo organizado passou a ser praticado no Brasil, no início do século XX (CASTRO, 2006). Segundo Celso Castro (2006), a indústria mundial do turismo foi formada gradativamente, com a operação de uma série de mudanças “estéticas e culturais” relativas à valorização da natureza e da descoberta de paisagens, à noção de lazer, à ascensão do individualismo e também a fenômenos de urbanização, industrialização, mudanças nas condições de trabalho e desenvolvimento do capitalismo (p. 80). No Brasil, o turismo organizado passou a ser praticado a partir do início do século XX, tendo o Rio de Janeiro como principal centro.

Na década de 1920, foram inaugurados vários empreendimentos na cidade, como o Hotel Glória, o Copacabana Palace e o Hipódromo da Gávea. Também são desse período o lançamento da pedra fundamental do monumento ao Cristo Redentor, a inauguração da companhia aérea New York, Rio and Buenos Aires e a criação da Sociedade Brasileira de Turismo. Em 1922, o Rio de Janeiro sediou um evento internacional, a Exposição Internacional do Centenário da Independência. Defendendo que não existe um local com vocação natural para o turismo, sendo esse atributo construído culturalmente por meio de “narrativas a respeito do interesse da ‘atração’ a ser visitada”, Castro (2006) oferece vários exemplos de reforço do Rio de Janeiro como destino turístico na campanha “Rio. Incomparável”, promovida pela Prefeitura entre o fim da década de 1990 e início de 2000. Segundo o autor, a cidade é apontada como obra-prima do “Arquiteto do mundo”, possuidora de “natureza



privilegiada”, feita com “amor, ginga, música no ar e muita alegria” (CASTRO, 2006, p. 81).

A formação da Feira de São Cristóvão no Rio de Janeiro tem relação estreita com os investimentos, o apelo ao turismo recém-iniciado na cidade e também com as migrações inter-regionais no Brasil, especialmente com a saída de pessoas da região Nordeste do país em direção à região Sudeste<sup>34</sup>.



**Figura 1 - Mapa do Brasil dividido em regiões disponível no *site* Brasil Escola<sup>35</sup>**

Esse movimento tem como fortes impulsos a estagnação econômica, em contraste com estados de outras regiões do país, e as constantes secas na região (FERRARI, 2005). As dificuldades geradas pela escassez de chuva no Nordeste são relatadas desde que os portugueses invadiram o Brasil, sendo o primeiro registro que se tem conhecimento o do padre Fernão Cardin, a respeito de uma seca no período de 1583 a 1585 (CÂMARA, 2013). A literatura também registrou o fenômeno em vários momentos, como fez Rachel de Queiroz em “O Quinze”, de 1930, em que abordou uma das piores secas da

<sup>34</sup> Nove estados formam a região Nordeste do Brasil: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe. Cardoso (2006) esclareceu que a menção à região Nordeste do Brasil como Norte, muito encontrada em cordéis feitos na época da organização da Feira de São Cristóvão (NEMER, 2012), tem como base a forma de se referir a essas localidades do país antes que o mesmo tivesse sido dividido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) nas cinco regiões que o compõem atualmente, o que foi feito em 1970. A primeira proposta de divisão data de 1913 e incluía os estados do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Alagoas como parte da região Norte Oriental. “Só em 1941 é que o Nordeste passa a existir no mapa do Brasil”, escreveu Cardoso (2006, p. 51).

<sup>35</sup> Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/brasil/divisao-regional-brasileira.htm>. Acesso em: 20 dez. 2018.

história do Sertão<sup>36</sup> de que se tem notícia, e Graciliano Ramos, em “Vidas Secas”, de 1938, que reproduziu as dificuldades de se viver em meio à seca. As músicas “Asa Branca”, de Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira, composta em 1947, e “Triste Partida”, de Patativa do Assaré, feita em 1964, também versaram sobre o fenômeno climático de insuficiência de chuva. Já no século XXI, de 2012 a 2017, a Região Nordeste sofreu uma estiagem também considerada a pior da história (Estadão Jornal Digital, 09/01/2017<sup>37</sup>; O Povo, 03/06/2018<sup>38</sup>). Em julho de 2018, mais de 800 cidades do país estavam em situação de emergência decretada pelo Ministério da Integração Nacional devido aos problemas gerados pela falta de chuva em quantidade suficiente (Diário de Pernambuco, 30/07/2018<sup>39</sup>).

Apesar do grande volume, as migrações internas no Brasil não foram empreendidas apenas por moradores da região Nordeste, ocorrendo em várias direções continuamente. No século XVII, o movimento se deu do litoral do Nordeste para o Sertão e a região Central do Brasil motivada pela pecuária extensiva. A mineração, no século XVIII, atraiu moradores não só do Nordeste, mas também de São Paulo, para Mato Grosso, Goiás e Minas Gerais. A agricultura cafeeira, principalmente na segunda metade do século XIX, levou mineiros e baianos para o interior de São Paulo. Nesse momento, também ocorreu o movimento de agricultores de São Paulo para o Paraná. Os Ciclos da Borracha, entre 1879 e 1912 e entre 1942 e 1945, atraíram moradores especialmente do Ceará para a Amazônia. Rio de Janeiro e São Paulo, que concentravam as estruturas industriais, foram os principais destinos de

<sup>36</sup> O Nordeste brasileiro possui quatro subdivisões de acordo com suas características físicas: Meio-norte, Sertão, Agreste e Zona da Mata. O Meio-norte é uma faixa de transição entre a Amazônia e o Sertão semiárido. É economicamente pouco desenvolvido, prevalecendo o extrativismo vegetal, a agricultura de algodão, cana de açúcar e arroz e a pecuária extensiva. O Sertão é a maior área e a que concentra o menor índice populacional. O clima semiárido resulta em pouca chuva e períodos de seca. Tem como principal atividade econômica a pecuária de corte. O Agreste fica entre o Sertão e a Zona da Mata, onde o clima é seco e úmido. Também sofre com seca em alguns períodos, apesar de predominar na região a agricultura. A Zona da Mata é o litoral, onde estão o maior número de habitantes e também as principais cidades e indústrias das sub-regiões. O clima tropical úmido garante chuvas periódicas e facilita o *plantation*, tipo de agricultura para exportação (Brasil Escola, s/d b).

<sup>37</sup> Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,nordeste-enfrenta-maior-seca-em-100-anos,10000098878>. Acesso em: 29 jan. 2017.

<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.opovo.com.br/jornal/dom/2018/06/editorial-a-persistencia-dos-efeitos-da-seca.html>. Acesso em: 26/06/2018.

<sup>39</sup> Disponível em: [http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/brasil/2018/07/30/interna\\_brasil,758669/mais-de-300-mil-sao-afetados-por-piora-da-seca-no-nordeste.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/brasil/2018/07/30/interna_brasil,758669/mais-de-300-mil-sao-afetados-por-piora-da-seca-no-nordeste.shtml). Acesso em: 02/01/2019.

moradores do Nordeste no período pós-guerra, onde se localiza temporalmente a formação da Feira de São Cristóvão. Na década de 1960, a construção de Brasília chamou a atenção para a Região Central e o extrativismo mineral e a formação da Zona Franca de Manaus, para a Amazônia. Nos anos 2000, ocorreu o movimento de retorno, principalmente da população do Nordeste, em consequência da precariedade nas condições de vida e da falta de oportunidades dos centros urbanos em que se encontravam, mas também devido ao crescimento econômico de alguns centros na região (Jornal do Comércio, 21/07/2011<sup>40</sup>).

É importante destacar que a migração não se deu somente do Nordeste para outras regiões. A população do Sertão foi em grande número para as capitais de estados da Região Nordeste na seca de 1915. Rachel de Queiroz retratou essa migração em “O Quinze” (1930) ao contar a história do personagem Chico Bento, que saiu da cidade de Quixadá para a capital do estado, Fortaleza. Tentando evitar esse movimento para as cidades na seca de 1932, o governo do Ceará construiu sete “concentrações” (RIOS, 2014; Folha de São Paulo, 30/11/2014<sup>41</sup>). Um trecho do relatório apresentado ao Presidente da República pelo Interventor Federal no Ceará de 1931 a 1934, Roberto Carlos Vasco Carneiro de Mendonça, justifica a construção das instalações para os “flagellados”:

Para atender com eficiencia os serviços de socorro aos flagellados, e evitar o deslocamento deveras temível para a saúde e a tranquilidade publicas das populações sertanejas que emigravam para diversos pontos, principalmente para a capital, a interventoria tomou urgentes providências. Tratou o governo de concentrar os flagellados em pontos diversos, afim de socorre-los com eficiencia e no tempo oportuno. Foram criadas, sob a fiscalização do Departamento das Secas, sete concentrações: Burity, no Município do Crato; Quixeramobim, no Município do mesmo nome; Patu, no Município de Senador Pompeu; Cariús, no Município de São Matheus; Ipú, no município de mesmo nome; Urubu e Otávio Bonfim, no Município de Fortaleza (RIOS, 2014, p. 82).

Reportagens de jornais da época também se referem à existência dos “campos de concentração”, conforme mostram a citação e a imagem a seguir.

[...] em nossa companhia visitaram o Campo de Concentração de Flagelados em Pirambú, recolhendo naquele diminuto mostruário os efeitos da seca [...] Os

<sup>40</sup> Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/site/noticia.php?codn=68228>. Acesso em: 14 nov. 2018.

<sup>41</sup> Assunto tratado também pela Folha de S. Paulo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/11/1554774-viagem-pela-memoria-de-campos-de-concentracao-no-ceara.shtml>. Acesso em: 28 fev. 2017.

ilustres viajantes deixaram a quantia de cinco contos de réis em benefício dos flagelados da seca, no Ceará (jornal O POVO, 14/06/32 *apud* RIOS, 2014, p. 52).



Figura 2 - Notícia sobre “campo de concentração” publicada no jornal O POVO em 16/04/1932<sup>42</sup>

Rachel de Queiroz (1930) também abordou os “campos de concentração” em “O Quinze” por meio da personagem Conceição, que trabalhava voluntariamente em um desses espaços. Mais recentemente, o documentário “Cadeira de arruar”, de 2013, feito pelo produtor cultural Chico Egídio, também abordou o assunto.

Apesar dos movimentos migratórios dos moradores do Nordeste terem tido várias direções, seja intra ou entre estados, nesta pesquisa interessa especificamente a saída de pessoas do Nordeste em direção ao Rio de Janeiro no período dos últimos anos da Segunda Guerra Mundial e do pós-guerra, onde se localiza temporalmente o início da Feira de São Cristóvão. Segundo o *site* da Feira (Nova Feira de São Cristóvão), datam de 1945 as iniciativas que resultaram no que hoje é a Feira de São Cristóvão.

Nesse momento, a cidade do Rio de Janeiro ainda era a capital federal e, junto com São Paulo, concentrava boa parte da estrutura industrial do país. Segundo Celso Furtado (IBGE, 2006), o avanço da industrialização contribuiu para a estruturação de um sistema econômico nacional no Brasil, melhorando as ligações entre as regiões. Também incentivou a migração do campo para a cidade devido à geração de muitos empregos no setor industrial, especialmente na metade do século XX, diante dos problemas enfrentados nas áreas rurais,

<sup>42</sup> Disponível em:

<https://www20.opovo.com.br/app/acervo/noticiashistoricas/2014/04/16/noticiasnoticiashistoricas.3032795/o-povo-no-campo-de-concentracao.shtml>. Acesso em: 02 jan. 2018.

não apenas referentes a fatores climáticos, mas envolvendo questões como o aumento da concentração das propriedades.

Furtado (IBGE, 2006) lembra que, até os anos de 1950, a geração de emprego não era um problema no país, que se preocupava em aumentar sua produtividade para ter competitividade no mercado internacional. A criação de indústrias modernas era um imperativo para o desenvolvimento. No entanto, as cidades receberam grandes contingentes populacionais, mas não ofereceram empregos em quantidade suficiente para todos, o que resultou em desemprego e subemprego:

Não se pode admitir que um país possa se urbanizar tão rapidamente criando apenas subemprego urbano. (...) O que ocorreu no Brasil foi a criação de uma enorme massa de subempregados (IBGE, 2006, p. 12).

Muitos imigrantes que saíram do Nordeste para o Rio de Janeiro foram atraídos pelas oportunidades de emprego, especialmente na construção civil. Nos anos de 1900, conforme já mencionado, grandes obras foram realizadas na cidade (COARACY, 1955). Pesquisas sobre a Feira de São Cristóvão, reunidas no Capítulo 4, em geral reproduzem a história da formação da Feira como ligada ao desembarque de imigrantes do Nordeste no Campo de São Cristóvão, uma área no bairro de São Cristóvão que na década de 1940 costumava ser o ponto final dos paus de arara, caminhões em que na carroceria eram colocadas tábuas que serviam de assento e uma cobertura. É preciso compreender esse fato no contexto de valorização de outras áreas da cidade do Rio de Janeiro que passaram a ser atendidas por melhor sistema de transportes e infraestrutura e o abandono gradual desta localidade por pessoas com maior poder aquisitivo.

O então gestor da Feira mencionou durante uma conversa que, no fim da década de 1940 e início de 1950, a elite do Rio de Janeiro estava se deslocando para a Zona Sul, abandonando os casarões em São Cristóvão, que foram ocupados por imigrantes da Região Nordeste e passaram a ser conhecidos como “cabeças de porco”<sup>43</sup>, em menção a grandeza e sujeira (Museu do Amanhã, 2016).

---

<sup>43</sup> A expressão “cabeça de porco” denominava o “maior cortiço da história do Rio”, na região portuária da cidade, próximo à Central do Brasil. O nome era inspirado na escultura da cabeça de um suíno que ficava na entrada. A fama do local teria sido motivada pela resistência dos moradores às tentativas de remoção. O local foi destruído por uma determinação de 1893 do prefeito Barata Ribeiro (Museu do Amanhã, 2016). Disponível em:

Nesse momento, a elite do Rio de Janeiro passou a ir morar na Zona Sul, abandonando os casarões, que passaram a ser ocupados por nordestinos, sendo conhecidos como cabeças de porco. O gestor explicou a expressão como sendo relacionada a algo grande, meio sujo... (diário de campo, 12/01/2017).

Os estudos de Robert Park (1926), apresentados no Capítulo 2, são importantes para a compreensão da mudança de pessoas com maior poder aquisitivo do bairro de São Cristóvão para outras áreas da cidade mais valorizadas, como a Zona Sul. O uso da expressão “cabeça de porco” remete à afirmação de Park (1926) de que em grandes cidades há sempre espaços de “população casual e passageira”, de “sujeira e desordem”, e que essas são áreas que tendem a ser os primeiros redutos de imigrantes (PARK, 1926, p. 4). Esse parece ter sido o caso do bairro de São Cristóvão no fim da década de 1940 e início de 1950.

Observando as questões sobre valorização de áreas da cidade de que trata Park (1926), na época em que servia de residência para a família real, o bairro de São Cristóvão era central para a cidade e integrava a rota de um sistema de bondes que cobria toda a zona urbana do Rio de Janeiro e subúrbios mais próximos (WEID, s/a). Mas, no fim da década de 1940 e início da década de 1950, o bairro já estava distante desse período áureo, tendo sido preterido por outras áreas da cidade. Elizabeth Cardoso (2010) mostrou como, a partir da década de 1950, é reforçada no Rio de Janeiro a Zona Sul como área de valorização e segregação.

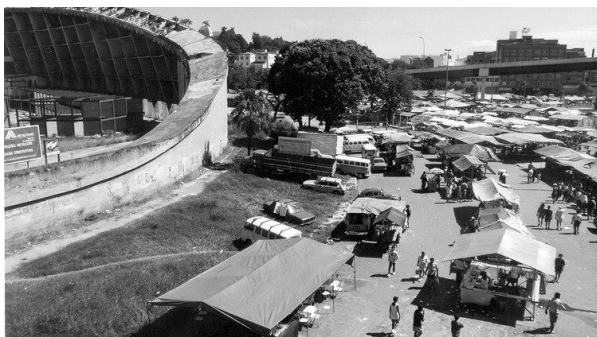
Difícilmente o bairro de São Cristóvão seria um ponto final de caminhão pau de arara se ainda mantivesse o perfil de moradores da época imperial. Mas, em um bairro que a essa altura já era periférico na cidade, os imigrantes não apenas desembarcavam, como também permaneciam. Muitos ficavam por vários dias, até meses, antes de conseguirem emprego ou irem para a casa de amigos ou parentes. Durante a permanência no Campo, os imigrantes começaram a fazer pequenas trocas e depois vendas com os produtos que traziam do Nordeste para consumir durante a viagem. Ao longo do tempo, essa atividade foi dando lugar a uma organização mais estruturada em forma de feira, que ganhou impulso a partir de meados da década de 1940 e início dos

anos de 1950, quando os produtos passam a ser dispostos em barracas, evidenciando o início de uma estruturação comercial.

\*\*\*

Assim surgiu uma feira que durante 58 anos permaneceu no Campo de São Cristóvão, de 1945<sup>44</sup> a 2003. A feira foi se organizando e se expandindo, circundando o Campo, passando a ocupar um espaço de destaque ao ar livre, atraindo muitos visitantes e comerciantes da cidade. Era realizada aos domingos desde o período da manhã, com a montagem das barracas realizada no sábado à tarde.

O crescimento da feira gerou conflitos, o que fez com que os feirantes se reunissem de modo mais formal para conseguir manter o comércio na região. Foi criada então a União Beneficente dos Nordestinos no Estado da Guanabara, em 1964, e, em razão de descontentamento pelo pagamento de taxas por parte de alguns comerciantes, em 1969 foi criada a Associação de Proteção ao Nordeste. Ambas foram extintas após a transferência para um pavilhão no próprio Campo de São Cristóvão em 2003.



**Figura 3 – A feira fora do Pavilhão, em 1995, em arquivo do jornal O Dia<sup>45</sup>**

Até essa transferência, muita política aconteceu, como mostram alguns atos governamentais que ajudam a entender esse período. O primeiro deles é a Lei Ordinária Nº 322, de 04/06/1982, durante o governo do então prefeito do Rio de Janeiro Júlio Coutinho, de autoria do vereador Tobias Luiz, que estabelece, no Artigo 1º:

<sup>44</sup> Uma das versões para o ano de nascimento da Feira é um cordel recitado em 1945 no Campo de São Cristóvão por Raimundo Santa Helena, intitulado “Fim da guerra” (NEMER, 2012, p. 25). Mas a data correta é alvo de discordâncias, já que o comércio no Campo foi sendo desenvolvido gradativamente.

<sup>45</sup> Disponível em: <https://odia.ig.com.br/conteudo/vida-e-estilo/2014-06-20/feira-de-sao-cristovao-e-polo-de-gastronomia-arte-e-musica-no-rio-de-janeiro.html>. Acesso em: 02 jan. 2019.

Fica o Poder Executivo autorizado a tomar as medidas administrativas necessárias ao reconhecimento da Feira dos Nordestinos no Campo de São Cristóvão, por intermédio do Departamento de Abastecimento da Secretaria Municipal de Fazenda, através de Resolução que licencie na condição de ambulante todos aqueles que até a presente data vêm trabalhando como feirantes-clandestinos na feira acima, sendo o licenciamento em questão, válido somente para a feira do domingo no referido logradouro (RIO DE JANEIRO, 1982b).

Essa Lei mostra que, quase quatro décadas depois de seu início, comumente associado ao ano de 1945, a estrutura governamental dá os primeiros passos em direção à regulamentação do comércio realizado no Campo, denominado na Lei como “Feira dos Nordestinos no Campo de São Cristóvão”. O texto menciona o único dia da semana em que a Feira era realizada, o domingo, e especifica a categorização dos comerciantes naquele momento, “feirantes-clandestinos”, e aquela que seria conferida a essas pessoas após seu licenciamento, “ambulante”.

A Lei N.º 353, de 01/10/1982, de autoria da vereadora Daisy Lúcidí, considera, no Artigo 1º, “de Utilidade Turística a Feira dos Nordestinos que é realizada aos domingos no Campo de São Cristóvão”. O texto destaca pela primeira vez a Feira ligada ao turismo, em uma época, como já foi mencionado, em que são feitos esforços no sentido de se organizar o turismo no país, tendo o Rio de Janeiro como um dos principais focos. O Artigo 2º determina que a Feira seja integrada ao “Pot-Rio (Plano de Ordenamento Turístico do Rio)”, tendo tratamento semelhante a “feiras idênticas”. A Riotur, por meio da Gerência de Serviços Turísticos, promoveria prioritariamente na “área da Feira Dominical no Campo de São Cristóvão” “eventos ligados à vida e tradições nordestinas” (RIO DE JANEIRO, 1982a). Assim, lembrando as contribuições de Park (1967), parece que a Feira foi inserida em um projeto de cidade que vigorava no momento, tendo como foco o turismo.

Nove anos depois, no governo do prefeito Marcello Alencar, a Lei Ordinária N.º 2.052, de 26/11/1993, de autoria dos então vereadores Jurema Batista, Pedro Porfírio, Jorge Felipe, Maurício Azêdo, Saturnino Braga, Francisco Duran, Leonel Trotta Dallalana, Graça e Paz e Jorge Bittar, sancionada pelo prefeito Cesar Maia<sup>46</sup>, e que ganhou nova redação pela Lei

---

<sup>46</sup> Cesar Maia foi eleito prefeito da cidade do Rio de Janeiro três vezes. O primeiro mandato foi de 01/01/1993 a 01/01/1997, o segundo, de 01/01/2001 a 01/01/2005 e o terceiro de 01/01/2005 a



Ordinária N.º 2.448, de 26/06/1996, cria o Espaço Turístico e Cultural Rio/Nordeste no Campo de São Cristóvão (RIO DE JANEIRO, 1993). Em postagem na página do Jornal da Feira no *Facebook* Gilberto Teixeira, que afirma ser um dos integrantes da Comissão Provisória de administração, composta por cinco feirantes e a DCR Produções, afirma que a Lei N.º 2.052 nasceu do “esforço e união de feirantes, militantes de resistência nordestina, vereadores e artistas” e que repetiria o feito de “salvar o reduto” (Página do Jornal da Feira no *Facebook*, 23/08/2018). De acordo com Britto (2002), a Lei é desdobramento da disputa entre a Associação Fluminense de Pequena e Média Empresa (Flupeme), moradores do bairro de São Cristóvão e feirantes envolvendo a construção de um shopping centre. Pela primeira vez é registrado um envolvimento mais estreito de feirantes com políticos, como a vereadora Jurema Batista, o que é melhor abordado no Capítulo 4.



**Figura 4 – Reprodução de postagem sobre a Lei N.º 2.052 no *Facebook*<sup>47</sup>**

Esta ementa da Lei informa que a legalização da Feira realizada no Campo de São Cristóvão, portanto, sua permissão oficial para existir, se deu a partir de sua categorização como atração turística e espaço cultural envolvendo a temática do Nordeste no Rio de Janeiro. Logo nos Artigos 1º e 2º, a Lei especifica esse cunho turístico ao determinar como finalidade da Feira “promover a divulgação de aspectos culturais, sociais e folclóricos do Nordeste Brasileiro” e discriminar o tipo de atividade a ser realizada: a comercialização

01/01/2009. O prefeito entre 01/01/1997 a 01/01/2001, Luiz Paulo Conde, foi eleito com amplo apoio de Cesar Maia, tendo sido seu secretário de Urbanismo.

de “produtos típicos nordestinos e de consumo tradicional da colônia nordestina no Rio de Janeiro” e a promoção de “manifestações e exibições culturais relacionadas com o Nordeste” (RIO DE JANEIRO, 1993). A especificação do tipo de produto ou serviço que não poderia ser oferecido na Feira também fez parte do texto da lei, conteúdo que atualmente ajuda a evidenciar sua dissonância em relação ao que é praticado no local. O Artigo 5º institui a proibição quanto à comercialização de aparelhos eletrodomésticos e eletroeletrônicos, a organização e realização de jogos de aposta e a venda de relógios novos e usados. A foto a seguir, no entanto, mostra que é possível encontrar relógios a venda na Feira.



**Figura 5 – Venda de relógios na Feira em registro de campo de 16/04/2017**

A nova redação dada pela Lei N.º 2.448, de 26/06/1996, Artigo 6º, no inciso 4º, permite o conserto de relógios na Feira, mas mantém a proibição de venda no inciso 5º do Artigo 5º.

A Lei N.º 2.052 também institui, no Artigo 3º, uma divisão espacial das barracas conforme o tipo de produto ou serviço oferecido: comidas típicas e músicas ficariam na área B e funcionariam das 15h de sábado até 16h de domingo e produtos típicos de consumo nordestino na área C de 0h até 14h de domingo. A área A era destinada ao estacionamento dos usuários do pavilhão, assim como as áreas B e C quando não estivessem sendo ocupadas pela Feira.

<sup>47</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/JonaldaFeiradeTradicoesNordestinasRJ/posts/2077865802237582>. Acesso em: 11/03/2019.

Percebe-se, portanto, uma tentativa de conciliação entre a Feira e o uso do pavilhão do Campo de São Cristóvão. Nessa divisão, há a determinação de que as áreas B e C sejam instaladas “nos setores mais distantes possíveis das áreas residenciais no Campo de São Cristóvão” (RIO DE JANEIRO, 1993). Foi exigida ainda no Artigo 5º a padronização das barracas, sendo permitido que as áreas tivessem padronizações distintas.

A organização das barracas entre si também foi definida pela Lei no Artigo 4º:

- I - distanciamento de um metro entre os equipamentos;
- II - distanciamento de dois metros para circulação, a cada oito equipamentos;
- III - espaço de três metros de largura, formando um corredor entre as colunas de equipamentos, para circulação do público; (RIO DE JANEIRO, 1993)



**Figura 6 – Ausência de espaço entre as barracas no pavilhão em registro de campo em 20/05/2018**

O Artigo 5º da Lei determina que somente aqueles que já estivessem em atividade no Campo de São Cristóvão, cadastrados pela Comissão de Organização e Administração instituída pela Lei na data de sua criação, têm direito a integrar a “Feira Nordestina”, não sendo permitida a posse ou uso de mais de uma licença (RIO DE JANEIRO, 1993). Atualmente, no entanto, há barracas na Feira que são de propriedade de um mesmo comerciante, como as de venda de souvenirs e que em geral não possuem nomes evidentes, como identifiquei no momento em que tentava fazer um mapeamento dos estabelecimentos da Feira por meio da solicitação de cartões de visita e registro fotográfico.

Quanto à gestão da Feira, a Lei estabeleceu inicialmente, no Artigo 6º, a composição de uma Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina presidida por um membro da Associação de Proteção ao Nordestino

do Estado do Rio de Janeiro (APRONORDE) e integrada por cinco representantes dos feirantes licenciados pela prefeitura. A Lei N.º 2.448 deu nova redação a este Artigo, retirando a APRONORDE. O inciso 1º deste Artigo também foi modificado devido à retirada dessa Associação, que seria responsável por convocar a Assembleia Geral para eleger os representantes dos feirantes para o período de dois anos, permitida uma recondução.

Além da Comissão de Organização e Administração, a Lei N.º 2.052 determinou, no Artigo 8º, a criação de um Conselho Orientador para a Feira, com a atribuição de “oferecer sugestões sobre o seu funcionamento, visando o aperfeiçoamento de suas atividades”, sem qualquer remuneração e formado por:

- I - um representante da Secretaria Municipal de Cultura, que o presidirá;
  - II - três representantes dos Feirantes, indicados pela Comissão de Organização e Administração da Feira;
  - III - dois representantes das associações de moradores de São Cristóvão;
  - IV - um representante dos usuários do Pavilhão de São Cristóvão, indicado por sua administração;
  - V - um representante dos frequentadores da feira, indicado pela Comissão de organização e Administração da Feira;
  - VI - um representante da Associação Comercial e Industrial de São Cristóvão.
- (RIO DE JANEIRO, 1993).

A composição do Conselho Orientador explicita as diversas categorias de agentes com poder de interferência na Feira: governo municipal, feirantes, moradores do bairro, usuários do pavilhão, frequentadores da Feira e comerciantes de São Cristóvão.

Em relação às autorizações para integração à Feira, a Lei N.º 2.052, no Artigo 7º, deixou a cargo da Prefeitura, por meio da Coordenação de Feiras-Livres, o licenciamento dos feirantes. Assim como a fiscalização da Feira por meio da Guarda Municipal.

Entre as informações presentes no texto da Lei e que não se aplicam mais à Feira estão, no Artigo 2º, a periodicidade semanal; no Artigo 3º, a exigência de compatibilizar suas atividades com as realizadas no pavilhão; e, no Artigo 6º, a necessidade de instalação e retirada das barracas e tabuleiros, todo esse conteúdo ajudando a evidenciar o quanto essa Lei se afasta do que é a Feira atualmente.

O Decreto N.º 14.626, de 13/03/1996, regulamentou o funcionamento da “FEIRA NORDESTINA” e estipulou os produtos que poderiam ser comercializados no local:

- 1 - literatura de cordel;
- 2 - redes de dormir e de pescar;
- 3 - bordados, rendas e artigos do vestuário;
- 4 - disco de música popular nordestina, vedada a utilização de aparelhos eletrônicos de som;
- 5 - fumo de rolo, cachimbos e cigarros de palha
- 6 - cereais, farinha, raízes e biscoitos;
- 7 - calçados e artigos de couro e artesanais;
- 8 - laticínios e doces típicos do Nordeste;
- 9 - frutas típicas do Nordeste;
- 10 - bebidas e comidas típicas do Nordeste;
- 11 - carnes salgadas e/ou curtidas, aves salgadas e/ou curtidas;
- 12 - concerto de instrumentos musicais ligado à música nordestina;
- 13 - legumes e verduras típicas tais como: feijão de corda, quiabo, maxixe, aipim, abóbora, inhame, cará, coco seco ou verde e milho;
- 14 - ervas, raízes, garrafadas e condimentos;
- 15 - ferramentas, vedada a venda de objetos cortantes ou perfurantes assim como materiais usados;
- 16 - consertos de relógios (RIO DE JANEIRO, 1996b).

Atualmente, no *site* da Feira, os estabelecimentos são divididos em 14 categorias:

- açougues (2 estabelecimentos: Xodó das Carnes e O Rei da Carne de Sol)
- artesanato e decoração (9 estabelecimentos: Cabana do Artesão, Nena Presentes, Palhoça do Brasil, Ciranda das Artes, Gota Serena, M&M Bonfim, Conexão Rio-Bahia, Maria da Guia, Flor do Cariri)
- bebidas (2 estabelecimentos: Cachaça da Feira e Gaspar Cachaçaria)
- calçados (1 estabelecimento: Loja Santana)
- CDs e DVDs (1 estabelecimento: Marcelo Cabeludo)
- concerto de instrumentos musicais (1 estabelecimento: Zé do Gato Bazar Musical)
- estúdio fotográfico (1 estabelecimento: Agreste Foto Studio)
- gastronomia (12 estabelecimentos: Asa Branca, Estação Baião de Dois, Barraca do Pará, Jerimum do Nordeste, Sabor do Nordeste, Barraca da Chiquita, Raiz do Cajueiro, Barraca do Aconchego, Maria & Getúlio, Flor do Nordeste, A Casa da Severina e Sabor Brasileiro)
- livraria (1 estabelecimento: Livraria Graúna)

- mercearia e produtos nordestinos (9 estabelecimentos: Queijaria Lampião, Rei dos Temperos, Barraca Guarabira, Cantinho do Beiju, Kantinho das Tapiokas, J&S Cantinho do Nordeste, Mercearia do Nordeste, Planeta Tapioca e Tapioca das Meninas)
- miscelânea e bazar (2 estabelecimentos: Oliveira Utilidades e Acessórios e Bazar da Cantoria)
- recreação - Parque Filadélfia<sup>48</sup> (1 estabelecimento: Parque Filadélfia)
- sorveterias (1 estabelecimento: Sorveteria Sabor do Norte)
- vestuário (2 estabelecimentos: Escabau – Bazar do Rock e Toca do Turista) (Feira de São Cristóvão, acesso em 24/09/2018)

No entanto, é possível perceber que nem todos os estabelecimentos constam no *site*, onde só aparecem 45 dos cerca de 700 que se presume que a Feira reúna. A Loja do China, por exemplo, não aparece nessa lista. Questionado sobre isso, China disse que uma vez, há muito tempo, foi oferecida a ele a divulgação do estabelecimento no *site*, mas, como a dona da Loja considerou o custo alto demais, não contratou o serviço (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Já a comerciante Josine<sup>49</sup>, que também colaborou com essa pesquisa, disse que o *site* da Feira nunca tinha entrado em contato com alguém que ela conhecesse e que só constava. “Nem sei pra que serve” (conversa pelo *WhatsApp*, 12/09/2018).

O Decreto N.º 14.626, de 1996, impede a detenção de mais de uma licença por cada “feirante”, que seria concedida a “título precário”, ou seja, como uma autorização e não como licença definitiva, não gerando direitos ao titular e, assim, podendo ser cassado ou revogado a qualquer momento. O Artigo 4º estabelece os únicos casos em que a autorização poderia ser transferida: incapacidade física permanente ou doença infectocontagiosa. A ordem de transferência seria: I - cônjuge; II - filhos maiores; III - companheiro (a). O Artigo 5º define quem poderia trabalhar na barraca exercendo atividades de auxílio ao licenciado: “cônjuge ou companheiro(a), ascendente ou descendente até o 2º grau, ou por empregado devidamente registrado e

<sup>48</sup> Esta é a única categoria em que o nome do estabelecimento aparece na lista de nomes de estabelecimentos do *site*, não dentro do *link*.

<sup>49</sup> Nome fictício escolhido pela própria, conforme explicado no Capítulo 1.

cadastrado na COORDENAÇÃO DE FEIRAS”. O trabalho de parentes ainda hoje é visto com bastante intensidade na Feira (RIO DE JANEIRO, 1996b).

Um exemplo atualmente é a Neguinho Descartáveis<sup>50</sup>. No *site*<sup>51</sup> deste estabelecimento, é possível ver que se trata de um negócio passado de pai para filho.

### **Nossa História**

Desde os 9 anos o pequeno Deivison N. de Santana já [sic] trabalhava na Feira de São Cristovão, hoje Feira de Tradições Nordestinas... Mas foi em 2003 aos 15 anos quando ganhou de seu Pai um pequeno ponto de dois metros quadrados, que tudo mudou. O início foi muito difícil, sem dinheiro para começar, pegou emprestado R\$ 300,00 (em cheque) e comprou os primeiros produtos para sua empresa que leva o nome do seu apelido "Neguinho". Neguinho Descartáveis é uma empresa familiar, tendo a irmã Deiviane N. de Santana como sócia desde o início. Tem como foco principal atender as necessidades de bares, lanchonetes e restaurantes de todo o estado do Rio de Janeiro. Vendendo além dos descartáveis, maquinário, material de limpeza e de mercearia. Conta hoje, 10 anos depois, com mais de 20 colaboradores, uma loja de 02 andares informatizada, com uma grande diversidade de produtos para atender rapidamente à todos os seus clientes (Neguinhos Descartáveis, acesso em 22/11/2016).

O texto do *site* mostra que Deivison ampliou em muito o estabelecimento que ganhou do pai. Atualmente, além do espaço descrito, a Neguinho Descartáveis ocupa também um espaço menor, mas em um dos corredores principais da Feira, e outro que aparentemente é um meio termo entre o menor e o de dois andares. Isso porque, apesar de conter apenas um pavimento, é acessível por duas ruas da Feira. Ainda no *site*, na descrição dos produtos vendidos, é possível ver uma grande variedade e perceber que há um foco em estabelecimentos comerciais.

A nossa empresa tem tudo em descartáveis, equipamentos, produtos alimentícios, artesanato e muitas outras opções para o seu negócio.

Ao longo dos anos temos sido referência em insumos para restaurantes, bares e pensões. Variedade, agilidade, preços especiais e tudo o que você precisar, você encontra aqui, no Neguinho Descartáveis! (Neguinhos Descartáveis).

<sup>50</sup> É possível encontrar diferentes nomes para o estabelecimento. No letreiro na Feira é possível ver “Neguinho Descartável”. Em página no Facebook consta “Neguinho Multimarcas”. No *site* da loja consta “Neguinho Descartáveis”. Assim como é possível identificar os nomes precedidos por artigo masculino e por artigo feminino.

<sup>51</sup> O *site* da Neguinho Descartáveis costumava ser acessado por <http://www.neguinhodescartaveis.com.br>. No entanto, o endereço permaneceu indisponível desde o fim de 2018 ao início de 2019, período de finalização deste trabalho.



**Figura 7 – Reprodução do site da Neguinho Descartáveis feita pela autora em 22/11/2016 mostrando produtos vendidos no estabelecimento**

Em duas ocasiões, vi caminhões de pequeno porte da Neguinho Descartáveis na rua, uma vez passando na Avenida Borges de Medeiros, na Lagoa Rodrigo de Freitas, Zona Sul do Rio de Janeiro, e outra passando na Rua Teodoro da Silva, em Vila Isabel, Zona Norte da cidade. O registro a seguir, feito no estacionamento da Feira, mostra que a loja possui mais de um caminhão:



**Figura 8 – Caminhões da Neguinho no estacionamento da Feira em registro de campo de 18/02/2017**

Segundo Elizabeth Bott, o tipo de aprendizagem feito entre familiares é uma das características das situações de dependência econômica, sendo maiores os vínculos entre os parentes cujas ocupações podem se reverter em ajuda mútua<sup>52</sup> (BOTT, 1957). O então gestor da Feira reforçou que os laços familiares desempenham um papel importante na condução de negócios no local devido a características dos feirantes.

<sup>52</sup> Bott destaca diversos outros fatores que interferem na proximidade entre parentes, reunindo-os em fatores de ordem sociológica, sócio-psicológica e psicológica (BOTT, 1957).



(...) fez muitas críticas ao fato dos comerciantes não terem muita informação para administrar melhor o local. Disse que muitas vezes são rudes demais, não por maldade, mas por falta de instrução. (...) Já dentro do pavilhão, afirma Maurício, os comerciantes tiveram que se organizar para administrar o espaço, o que é difícil para eles pela falta de estudo, de experiência... (...) (diário de campo, 12/01/2017).

Apesar de ser muito frequente, nem todos os estabelecimentos são conduzidos por familiares. China, por exemplo, não levou seus filhos para trabalhar na Loja. O comerciante disse que “investiu” no casal de filhos e que se precisar eles lhe “dão de comer” (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

A continuação do texto do Decreto N.º 14.626 demonstra o formato da Feira naquele momento. Consta no Artigo 6º: “O comércio será exercido em tabuleiro e em barracas cobertas com lona (...)”. A preocupação com a apresentação pessoal dos feirantes também é registrada no Decreto. O Artigo 7º exige que os feirantes usem jaleco branco ou “traje típico regional” e estejam “devidamente asseados e calçados” (RIO DE JANEIRO, 1996b). Os anúncios publicitários foram proibidos no Artigo 8º. O Artigo 9º permite exposições de conjuntos musicais e/ou cantores típicos do Nordeste. No entanto, estas deveriam ser feitas dentro das barracas, sem uso de amplificadores, o que já demonstra uma preocupação com o som ambiente na Feira. O Artigo 10 informa que ao feirante seria cobrada a “Taxa de Uso de Área Pública, instituída pela Lei nº 691/84” (RIO DE JANEIRO, 1996b).

A Resolução N.º 218, de 14/10/1997, primeiro ato governamental sobre a Feira identificado no governo do então prefeito Luiz Paulo Conde, determinou a realização de eleições para a composição da Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão, assim como a Resolução N.º 379, de 09/11/1999.

Em 2000, é vista a primeira tentativa de retirada da Feira do Campo de São Cristóvão. O Decreto N.º 18.953, de 19/09/2000, constitui um grupo de trabalho para “estudar e propor alternativas para melhor localização da feira nordestina de São Cristóvão”, com conclusões e propostas a serem apresentadas em 45 dias. O grupo seria formado por:

- I - um representante da Secretaria Municipal de Urbanismo.
- II - um representante da Coordenação da Área de Planejamento-1;
- III - um representante do Instituto Pereira Passos;

IV - quatro representantes da Comissão de Organização da feira nordestina de São Cristóvão (RIO DE JANEIRO, 2000b).

Oito dias depois, o Decreto N.º 18.994, de 27/09/2000, último identificado no governo de Conde, determinou que no grupo de trabalho houvesse também um representante da Câmara Comunitária de São Cristóvão.

O Decreto N.º 19.389, de 01/01/2001, primeiro dia do segundo mandato de Cesar Maia na Prefeitura do Rio de Janeiro, determinou “a realização de estudos com vistas a [sic] instalação do Centro das Tradições Nordestina [sic], incluindo a Feira Nordestina, na área do Pavilhão de São Cristóvão”. Assim, o Decreto criava um Centro das Tradições Nordestinas que conteria a Feira Nordestina, entendidos, portanto, como instâncias diferentes. Também ressaltava, no Artigo 2º, a impossibilidade de uso da área externa “pelo Centro das Tradições Nordestinas e pela Feira Nordestina” após a disponibilização do pavilhão, evidenciando uma preocupação com a continuidade de atividades no entorno mesmo após a disponibilização do pavilhão para a realização da Feira (RIO DE JANEIRO, 2001c).

O Decreto N.º 20.526, de 14/09/2001, delega a administração do “Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas (Pavilhão de São Cristóvão)” à Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia (RIO DE JANEIRO, 2001a). O Decreto N.º 22.223, de 06/11/2002, inaugura uma sequência de decretos sobre a ocupação dos espaços na Feira e, em seguida, no futuro pavilhão. Ele dispôs sobre “cadastramento nominal dos feirantes usuários de barracas localizadas no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, no Campo de São Cristóvão, na Cidade do Rio de Janeiro - RJ” (RIO DE JANEIRO, 2002). Constam 640 nomes no Decreto.

O Decreto N.º 23.416, de 16/09/2003, cinco dias antes da mudança da Feira para o pavilhão, altera o Decreto nº 22.223, de 05/11/2002, discriminando nomes de pessoas que não teriam mais direito a fazer parte da Feira devido a “abandono ou inadimplência” e nomes daqueles que passariam a ter o direito de exercer atividades no local. Interessante observar que na listagem do Decreto N.º 22.223, de 06/11/2002, constavam 640 nomes. No entanto, chegava a 680 a numeração identificada nesta lista do Decreto N.º 23.416.

A transferência para o pavilhão foi alvo de controvérsias (CARDOSO, 2006). O espaço havia sido construído em 1958 com 30 mil m<sup>2</sup> pelo arquiteto

Sérgio Bernardes. O objetivo era abrigar a Exposição Internacional de Indústria e Comércio do Rio de Janeiro, em 1960, devendo ser uma estrutura temporária, assim como o Pavilhão do Brasil da exposição internacional de Bruxelas, criado pelo mesmo arquiteto e inaugurado no mesmo ano, ambas as estruturas, segundo Cardoso (2006), ganhando fama internacional.

Um dos pontos de destaque dos pavilhões era a cobertura sustentada por cabos, cobrindo grandes vãos livres, denominada parabolóide hiperbólico, uma das primeiras do mundo. A construção marcou uma grande transformação no bairro de São Cristóvão e foi usada para outros eventos, como as comemorações do IV Centenário da Cidade. Mas, com a remoção da cobertura em 1970, após ter sido danificada por uma forte ventania, o espaço ficou subutilizado, funcionando ainda em 1990 como barracão de escolas de samba, mas tendo esse uso logo descontinuado com a transferência dos barracões para a área do porto.

Cardoso (2006) afirma que outros usos do pavilhão foram cogitados, como terminal rodoviário interestadual, hotel cinco estrelas e arena esportiva, mas que as propostas eram invalidadas pela existência da Feira. Os trechos a seguir, extraídos da matéria “Conde quer mudar local da Feira de São Cristóvão no Rio”, feita pelo jornal Folha de S. Paulo, em 17/10/2000<sup>53</sup>, ilustram a tentativa de remoção da Feira do Campo de São Cristóvão para que fosse possível explorar o pavilhão:

Conde quer mudar de lugar a tradicional feira que, há 55 anos, ocupa o Campo de São Cristóvão. Conhecida como "feira dos nordestinos", a feira reúne a cada final de semana 818 feirantes que vendem produtos típicos do Nordeste. No início voltada apenas para atender a um público de imigrantes interessado em encontrar esse tipo de produto, a feira se transformou ao longo dos anos em uma das atrações turísticas da cidade. Hoje recebe, a cada fim-de-semana, um público estimado em 60 mil pessoas, interessadas não só nos produtos, mas também nas apresentações de cordelistas e de grupos musicais nordestinos, entre outros. Foi lá, por exemplo, que no final de setembro Gilberto Gil fez um show lançando a trilha sonora do filme "Eu, Tu, Eles", de Andrucha Waddington. A feira também foi mostrada ao mundo no início de outubro, quando a emissora francesa TV 5 a incluiu em seu programa sobre a cidade, transmitido durante todo o dia. A proposta de retirada da Feira de São Cristóvão do local onde está instalada foi incluída no PEU (Projeto de Estruturação Urbana) do bairro, que tramita na Câmara dos Vereadores. Protestos dos feirantes fizeram com que o prefeito retirasse a proposta do PEU, mas a idéia não morreu. Foi criado um grupo de trabalho para estudar alternativas de locais para a feira.

(...)

<sup>53</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1710200028.htm>. Acesso em: 04 mar. 2017.

Abandonado há cerca de 20 anos, o Pavilhão de São Cristóvão já funcionou como um grande centro de convenções da cidade. A intenção da Prefeitura do Rio de Janeiro é recuperá-lo, transformando a área em uma arena multi-uso – preparada para receber shows, eventos esportivos e outras atividades –, com capacidade para 20 mil pessoas, das quais 17 mil sentadas. Há ainda a previsão de construção de um multiplex (complexo com várias salas de cinema), hotel com cerca de 250 quartos, centro comercial e estacionamento com 1.500 vagas.

(...)

A prefeitura já teria em vistas uma área para instalar a feira – um terreno no bairro, às margens da avenida Brasil (Folha de S. Paulo, 17/10/2000).

Além da tentativa de remoção, a matéria do jornal Folha de S. Paulo menciona que a Feira reunia 818 feirantes, mas a listagem inicial da Prefeitura tinha 640 nomes, ampliada depois para 680, o que é um indício de que feirantes que trabalhavam no Campo não permaneceram quando a Feira foi transferida para dentro do pavilhão. A matéria mostra ainda a Feira como atração turística e apoiada por artistas consagrados, como Gilberto Gil, além de alvo de interesse de uma emissora de TV estrangeira, a TV 5.

Assim, empenhada em acabar com o comércio no Campo de São Cristóvão, mas sem conseguir retirar os feirantes, que protestaram, recorreram a políticos e encontraram apoio em moradores<sup>54</sup> e artistas da cidade, e objetivando explorar a estrutura do pavilhão com fins comerciais, a Prefeitura uniu esses dois interesses: colocou a Feira dentro do pavilhão.

A transferência teria sido viabilizada, segundo Cardoso (2006), devido à disposição da Prefeitura de promover uma requalificação urbana no Campo de São Cristóvão com o propósito de resolver o problema antigo que era a “Feira dos Paraíbas” (CARDOSO, 2006, p. 85), além do interesse da Caixa Econômica Federal em ganhar a conta da Prefeitura. Trechos de entrevistas feitas por Cardoso (2006) com o arquiteto Bruno Fernandes, autor do projeto de transferência da Feira para o Pavilhão, ilustram esse ponto:

A Caixa Econômica Federal - que era nossa cliente – tinha interesse em conquistar a conta da Prefeitura. Então, quando César Maia foi eleito, um secretário que era o Xerez, foi procurado pelo superintendente da Caixa Econômica Federal, para fazer este contato de aproximação. A forma que foi encontrada foi tentar trabalhar um projeto em comum.

(...)

<sup>54</sup> É importante destacar que a Feira também era alvo de críticas. Um morador do bairro na época em que a Feira era fora do pavilhão disse que o comércio era realizado aos domingos até de madrugada e que às segundas-feiras o Campo de São Cristóvão tinha “um cheiro de urina forte”, com “poças e mais poças de urina” e “muito lixo espalhado”. Conclui afirmando que “era nojento” (diário extracampo, 13/03/2017).

Havia toda crítica [sic] de quem morava em São Cristóvão à ocupação desordenada dos feirantes ali no Pavilhão. Havia a degradação da região por causa da feira. Havia a reivindicação dos próprios feirantes, organizada pela COOPCAMPO, em relação às melhorias de condições deles. Inclusive, com uma proposta que tinha o lado complicado de ocupação da parte interna do pavilhão. Por quê? Por que na verdade os feirantes diziam que iam [sic] sair de fora, mas na verdade eles não iam [sic] sair de fora [...] vamos botar um pezinho aqui dentro, depois a gente fica fora e dentro.

(...)

Com esses dados na mão, o Xerez pediu à Caixa que apresentasse um projeto para resolver este problema. Nós éramos o escritório já contratado pela Caixa, com quem tínhamos feito uma série de projetos. Tínhamos experiência em arquitetura social. Porque isto é um problema de arquitetura social: pessoas que não tem renda, sem capacidade de investimento, com baixo nível de formação que dava dificuldade de entender discursos mais complexos no sentido urbanístico. A gente já estava acostumado a fazer isto, a gente fazia projetos em favela, Favela Bairro. Isso aqui (referindo-se ao projeto do CLGTN<sup>55</sup>) foi quase um Favela Bairro para feirantes. Havia todo esse lado, não é? (Bruno Ferreira em entrevista a André Cardoso em 07/11/2005 *apud* CARDOSO, 2006, p. 85-86).

Percebe-se na fala de Bruno Ferreira o receio de que os comerciantes continuassem ocupando a área externa do Pavilhão. O arquiteto explicou sua preocupação:

O que eu temia, era que eles ocupassem o interior e o exterior. Isto aí seria um erro para cidade. Seria um gasto de dinheiro público para beneficiar algumas pessoas e estragar a cidade (CARDOSO, 2006, p. 88-89).

Uma das soluções encontradas, segundo Cardoso (2006), foi a construção de um estacionamento ao redor de toda a Feira. Entendo que essa preocupação em evitar que a área externa continuasse a ser ocupada por feirantes pode ter provocado certo isolamento da Feira de São Cristóvão no próprio bairro, já que o entorno oferece dificuldades até mesmo para uma caminhada, pois não há espaços livres e contínuos ao redor.

Enquanto moradora do bairro, destaco o desconhecimento da vizinhança quanto à Feira. Poucas pessoas com quem conversei no condomínio em que moro, por exemplo, a 500 metros do pavilhão, sabem que o local funciona durante a semana, que de terça até 18h de sexta-feira a entrada é gratuita e que lá é possível comprar mercadorias como produtos de limpeza e acessórios de cozinha. Por isso afirmo que há certo isolamento da Feira em relação à própria vizinhança, o que pode ser fruto de um esforço em manter os comerciantes fechados no interior do pavilhão.

<sup>55</sup> Abreviação de Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas.



**Figura 9 – Parte do entorno da Feira em que não há calçada em registro feito em julho de 2017 e disponível no *site Google Maps***

A reflexão feita anteriormente em relação a feirantes que teriam ficado de fora do pavilhão encontra paralelo no estudo de Aline Nery (2011), que afirmou que a transferência provocou alterações na composição dos comerciantes. Houve quem ficasse de fora por considerar que não conseguiria arcar com as novas despesas, que incluíam o acabamento do espaço que ocupariam, luz, água e outros custos. Nos espaços livres, segundo Nery (2011), alguns comerciantes se expandiram, desenvolvendo seus negócios e conseguindo contratar funcionários. Pequenos empresários também ocuparam os espaços, se juntando aos antigos feirantes ao passarem a desenvolver seus negócios dentro da Feira. Nery (2011) afirma que um dos destinos de quem ficou de fora foi o município de Duque de Caxias, na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, que também abriga uma Feira Nordestina. Segundo Nery (2011), a transferência para o pavilhão promoveu ainda a hierarquização das barracas de acordo com o local ocupado dentro da Feira: em ruas principais ou secundárias.

A mudança da Feira para o pavilhão, que, segundo o Jornal da Feira<sup>56</sup> (2016), era cogitada desde 1998, aconteceu em 20/09/2003.



**Figura 10 – A Feira dentro do Pavilhão em foto de Pedro Kirilos/Riotur<sup>57</sup>.**

<sup>56</sup> Periódico impresso mensal da Associação dos Feirantes, distribuído gratuitamente na Feira de São Cristóvão.

<sup>57</sup> Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidades/prefeitura-suspende-uso-do-pavilhao-pela-feira-de-sao-cristovao/>. Acesso em: 20 dez. 2018.

Houve uma festa em que o então prefeito da cidade, César Maia, inaugurou o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, nome oficial da Feira registrado no Decreto N° 20.206, de 10/07/2001, que depois foi atualizado para Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas pelo Decreto N° 28.093, de 18/06/2007. Assim, a palavra “Feira” saiu oficialmente da denominação do local. Segundo o Jornal da Feira, a inauguração do novo espaço mexeu com a cidade:

Dia 20 de setembro de 2003, não só o palco estava armado, como os protagonistas eufóricos! A cidade do Rio assistia e aplaudia a ascensão da tradicional Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão. A maioria de nós que trabalha hoje e lida com o dia a dia na Feira de São Cristóvão/FSC viveu e assistiu a esse momento. Apesar de saber também que algo estava errado. Mas a euforia nos alentava, e acreditávamos um pouco num possível milagre. Líderes da COOPCAMPO, encabeçado por Agamenon de Almeida, injetavam otimismo! Nunca, nunca se viu ao longo da história do reduto um aglomerado de gente tão grande. O trânsito ficou congestionado entre a Linha Vermelho [sic]/trecho do Campo de São Cristóvão e a Lagoa Rodrigo de Freitas. O prefeito César Maia, junto com seu secretariado, enchia o peito de orgulho e servia publicamente um Nordeste tradicional. A festa oferecia tudo a que se tem direito, com muita fartura. Na verdade, a feirinha acabava de ganhar um novo tempo; se próspero, só esse tempo poderia confirmar. (...) (Jornal da Feira, 12/2016, p. 2).

Em 08/07/2004, quando a Feira já funcionava dentro do pavilhão, foi feito o Decreto N.º 24.386, que alterou os Decretos N.º 22.223, de 05/11/2002, e N.º 23.416, de 16/09/2003, fazendo mais uma alteração na relação de pessoas com direito a desenvolver atividades na Feira. Consta no texto do Decreto que a medida se deve ao não atendimento à convocação publicada no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro, em 26 de maio de 2004, página 128, justificando a não utilização do espaço destinado ao funcionamento da barraca. O Artigo 3º informa que sete barracas passariam a estar à disposição da Prefeitura e o parágrafo único especifica que as mesmas ficariam “à disposição da Prefeitura para futuras cessões de uso a serem concedidas” (RIO DE JANEIRO, 2004b). Após 18 dias, o Decreto N.º 24.436, de 26/07/2004, permitia que 22 feirantes retomassem suas atividades no CLGTN, afastava um por “omissão dos dados” e colocava três barracas à disposição da Secretaria Municipal das Culturas (RIO DE JANEIRO, 2004a).

Após um período mais intenso de alterações nas licenças de ocupação do espaço, o Decreto N.º 25.136, de 15/03/2005, atualiza o funcionamento do Centro segundo novos fatores. As justificativas incluem a “experiência adquirida” no funcionamento do referido Centro, a superação da demanda em

muito em relação ao previsto, o conforto dos usuários, “o Termo 001/2003 de Autorização de Uso do Pavilhão de São Cristóvão, celebrado entre a Riotur e a Coopcampo”, o “aprimoramento do sistema de cessão e parceria” e “o interesse público no fortalecimento da Feira Nordestina” (RIO DE JANEIRO, 2005c). O Decreto determina uma divisão de responsabilidades entre a Prefeitura, por meio da Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia (SEDECT) e da Companhia Municipal de Energia e Iluminação (Rioluz), e a cooperativa dos feirantes (Coopcampo). Coube à Prefeitura a responsabilidade pela infraestrutura, enquanto a cooperativa responderia pelos serviços. O Artigo 2º define:

Compreende-se por infraestrutura as responsabilidades pelo consumo de energia elétrica, água, esgoto, limpeza e higienização, ocorridas em função dos empreendimentos e atividades existentes no mencionado equipamento público, que caberá a Prefeitura, via Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia - SEDECT e através da Companhia Municipal de Energia e Iluminação – Rioluz (RIO DE JANEIRO, 2005c).

A infraestrutura não seria custeada pela Prefeitura, o que é esclarecido no Artigo 3º:

Como contrapartida dos gastos com infraestrutura, na forma do art. 2º, a Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia através da Rioluz, calculará a fração (quota-parte) que caberá a cada barraca ou empreendimento, na forma e proporção estabelecidas no anexo a este Decreto, e enviará a respectiva guia de reembolso de despesas aos ocupantes de cada espaço cedido (RIO DE JANEIRO, 2005c).

O valor a ser pago pelos permissionários seria calculado de acordo com “o espaço ocupado, a localização e a atividade fim de cada barraca ou empreendimento” (RIO DE JANEIRO, 2005c), de modo semelhante ao que é feito atualmente para a definição do valor do condomínio, segundo informou o comerciante China (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

O anexo único do Decreto define a fórmula para o cálculo da quota-parte da seguinte maneira:

Quota-parte =  $A + L + At$ , onde: A representa a área (m<sup>2</sup>) da barraca ou empreendimento; L é um diferencial obtido com o resultado da multiplicação de A pelo índice extraído da tabela I, em função da localização da barra/empreendimento; At é um diferencial obtido com o resultado da multiplicação de A pelo índice extraído da tabela II, em função do tipo de atividade-fim da barraca/empreendimento. Apurar-se-á o valor (em reais) de cada quota parte, dividindo-se o total de despesas pela fração correspondente a cada barraca ou empreendimento (RIO DE JANEIRO, 2005c).



A tabela I estabelece o índice de 0.20 para as ruas principais, 0.10 para as ruas do contorno e 0.00 para as ruas transversais. A tabela II define os índices de acordo com a atividade-fim: 0.20 para restaurantes e empreendimentos financeiros, 0.15 para lanchonetes, caipifrutas e açougues, 0.10 para CDs, produtos eletrônicos e salão de beleza e 0.00 para outros.

As principais são: Av. Noroeste<sup>58</sup>, Av. Rio Grande do Norte, Palco João do Vale, Palco Jackson do Pandeiro e Praça do Repentista. As ruas do contorno são: ruas Ceará, Paraíba, Sergipe, Piauí, Alagoas, Pernambuco (a Loja do China se localiza nesse grupo de ruas), praças Mestre Azulão, Padim Pade Cijo, Frei Damião e Câmara Cascudo. As demais ruas são as consideradas transversais.

O Artigo 4º do Decreto N.º 25.136 estabelece como penalidade para o não pagamento da quota-parte a possibilidade de cancelamento da permissão de uso. O comerciante China afirmou que o que faltava na Feira era justamente a cobrança aos inadimplentes, que, segundo ele, não estava sendo feita (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). O Decreto também estabeleceu, no Artigo 5º, que a Riolut seria responsável pela contratação de serviços de higienização dos banheiros públicos, limpeza e conservação das áreas comuns do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. Os pagamentos aos fornecedores também seriam feitos pela Riolut.

Os serviços a cargo da Coopcampo incluíam as despesas não identificadas como infraestrutura e “necessárias ao bom funcionamento do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas”, incluindo “serviço de vigilância, segurança, manutenção, prevenção de incêndio, seguros e promoção de eventos e espetáculos públicos” (RIO DE JANEIRO, 2005c). A Coopcampo foi autorizada pelo Decreto a desempenhar as seguintes atividades para obter os recursos necessários ao custeio dos serviços sob sua responsabilidade: negociar patrocínios e explorar os espaços publicitários internos, o que havia sido proibido quando a Feira funcionava no Campo, bem como explorar o estacionamento anexo ao Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. O comerciante China mencionou justamente o estacionamento como uma importante fonte de recursos da Feira (conversa gravada em 12/09/2018, Loja

---

<sup>58</sup> Atualmente não existe uma avenida na Feira com este nome. A denominação mais próxima existente é Avenida Nordeste.

do China). Segundo o Decreto, a cooperativa não poderia cobrar ingresso ou taxa de consumação mínima em nenhum dos espaços do Centro, incluindo banheiros.

O Decreto N.º 25.806, de 28/09/2005, cerca de dois anos após a transferência da feira para o pavilhão, evidenciou a necessidade de lidar com débitos relativos à prestação de serviços básicos. Depois de destacar os investimentos já feitos até o momento no local, no Artigo 1º, autoriza a Riolut a propor e firmar acordos de renegociação de débitos com a Companhia Estadual de Águas e Esgotos do Rio de Janeiro (Cedae) referentes ao consumo no Pavilhão de São Cristóvão; no Artigo 2º, autoriza a Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia (Sedect) a firmar parcerias que possibilitem ampliar as receitas no Centro; reafirma, nos Artigos 3º e 4º, a Sedect como responsável por calcular a quota-parte para cada barraca ou empreendimento e a base de cálculo, informações que já constavam no Artigo N.º 25.136.

Vários foram os investimentos mencionados no Decreto. Os primeiros foram as benfeitorias no Pavilhão e no entorno. Foi destacado que “a Prefeitura reformou recentemente o Pavilhão de São Cristóvão”, descrito como “marco da arquitetura moderna brasileira”, “para abrigar o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas”, o que incluiu a “revitalização do entorno; a recuperação do imóvel, que ficou muitos anos abandonado, e a implantação da infraestrutura para abrigar 664 barracas”. Consta ainda no texto que “o Pavilhão ganhou dois palcos com pistas de dança para 800 casais; praça de repentistas; posto médico, alojamento, 16 banheiros e um estacionamento para cerca de 700 veículos”. A transferência da Feira para o Pavilhão também foi justificada no texto do Decreto – “dignificar a atividade da Feira Nordestina organizada com infraestrutura de água, esgoto, iluminação e segurança” –, assim como os benefícios dessa iniciativa. São eles: criação de “centenas de empregos”, “a requalificação e o desenvolvimento econômico de São Cristóvão”, descrito como “bairro de grande importância histórica para a Cidade do Rio de Janeiro”, o aumento do número de turistas com a inclusão do Centro no roteiro turístico da cidade, com a divulgação de suas atividades em hotéis e agências de turismo, os “relevantes benefícios sócio-culturais que as atividades desenvolvidas no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas no

Pavilhão de São Cristóvão” estavam proporcionando “não só à população da Cidade do Rio de Janeiro, mas, também, em nível nacional”, a condição do Centro como “referência da culinária nordestina” e a manutenção de suas características como “ponto de encontro e de lazer, atraindo, mensalmente, cerca de 450.000 usuários”, além do uso gratuito de banheiros e o acesso gratuito ao Centro. Fazem parte das considerações iniciais do Decreto “o interesse público no fortalecimento da Feira Nordestina” e “o crescente aprimoramento do sistema de cessão e parceria” (RIO DE JANEIRO, 2005b).

O Decreto N.º 26.006, de 23/11/2005, mostra a execução da penalidade prevista no Decreto N.º 25.136, pois, com base em decretos e termos anteriores e na “necessidade primordial da manutenção do equilíbrio financeiro pertinente ao funcionamento do GLGTN, com as despesas decorrentes do consumo de energia elétrica, água e esgoto, limpeza e higienização” (RIO DE JANEIRO, 2005a), cancela por 30 dias as permissões de uso de barracas ocupantes de 12 espaços por não pagamento da quota-parte. O parágrafo único do Artigo 1º determina a retirada dos pertences dos locais e a entrega das chaves dos espaços na Prefeitura no prazo máximo de três dias úteis a contar da publicação do Decreto. O Artigo 2º informa sobre a criação de um “Grupo de Tarefa” responsável por auxiliar no cumprimento do que determina o Decreto, portanto, na saída dos devedores. O Grupo seria integrado por servidores da Sedect, da Riolut, da Companhia de Limpeza Urbana (Comlurb), da Guarda Municipal e da Coordenação de Licenciamento e Fiscalização da Secretaria Municipal de Governo (RIO DE JANEIRO, 2005a).

Assim como foi feito em março de 2005 com o Decreto N.º 25.136, o Decreto N.º 27.416, de 08/12/2006, estabelece um novo formato para a gestão da Feira diante de um novo panorama. Ao revogar os Decretos N.º 25.136 e N.º 25.806, o Decreto N.º 27.416 tira de cena a Riolut no tocante à negociação de acordos de débitos com a Cedae relativos a consumos no pavilhão e a Sedect em relação à responsabilidade pela infraestrutura, à firmar parcerias para ampliar as receitas do Centro e ao cálculo da quota-parte. A administração do Centro passou a ser responsabilidade dos feirantes.

Antes dos artigos e além de informações já incluídas no Decreto N.º 25.806, de 28/09/2005, as considerações explicitam que o conteúdo do Decreto está relacionado a: “criação de novas fontes de financiamento que não sejam

originárias do Tesouro Municipal” diante da demanda de serviços no CLGTN, que “superou em muito o previsto”; “necessidade de melhor disciplinar as atividades comerciais, culturais e de serviços ocorridas no mencionado Centro”, evidenciando assim pela primeira vez uma preocupação a respeito das atividades que estavam sendo desenvolvidas no local; e “necessidade de a Administração Pública Municipal continuar colaborando na gestão do CLGTN” (RIO DE JANEIRO, 2006).

Diante dessas justificativas, o Artigo 1º decretou que ficaria a cargo da instituição representativa dos permissionários a administração das áreas internas e externas do CLGTN, “na forma do convênio firmado entre esta e a Prefeitura”. O inciso 1º, no item II, destaque que “a permissão de uso, sendo precária, não estará sujeita a prazo certo, podendo ser revogável a qualquer tempo, por motivo de interesse público” e no III que

caberá à instituição conveniada e, no que couber, a cada permissionário, a obrigação de custear toda a manutenção das áreas que lhes são cedidas, garantir a segurança, inclusive dos acessos ao Pavilhão, a limpeza, a organização da Feira Nordestina e realizar, às suas expensas, os investimentos necessários ao bom funcionamento do CLGTN (RIO DE JANEIRO, 2006).

O Artigo 3º permite que recursos para o financiamento dessa administração sejam provenientes de quatro fontes: ingressos, cobrados exclusivamente no período de 18h de sexta-feira até 20h de domingo até o valor máximo de R\$ 1 por pessoa, inaugurando assim a cobrança para a entrada no pavilhão, e cujo valor seria devolvido pelo permissionário, por suas custas, ao cliente que gastasse R\$ 15 ou mais, o que atualmente não se aplica; estacionamento; contratos de publicidade, propaganda e patrocínios no Pavilhão, o que banners e outros materiais informativos são indícios de que essa prática ocorre atualmente, e quotas-partes pagas pelos permissionários, caso os valores obtidos com as demais fontes não fossem suficientes, o que pode ser entendido como o valor do condomínio. A taxa de consumação mínima continuou vetada.

Ao mesmo tempo em que destaca a responsabilidade dos feirantes na administração do local, o Decreto ressalta, ainda no Artigo 1º, no inciso 2º, a necessidade de autorização do Conselho Gestor do CLGTN, formado por quatro representantes da Prefeitura e quatro da instituição representativa dos feirantes de “qualquer procedimento de caráter administrativo, financeiro,

patrimonial e de controle ocorrido” nas áreas internas e externas do pavilhão, tendo os representantes da Prefeitura poder de vetar “decisões que, no seu entender, não atendam ou contrariem o interesse público ou do próprio CLGTN”. Também decretou, no inciso 3º, que a Sedect baixaria o conjunto de normas que regeria “os procedimentos pertinentes à gestão do CLGTN” (RIO DE JANEIRO, 2006).

É neste Decreto N.º 27.416 que consta pela primeira vez a menção à emissão de alvarás, a cargo da Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização (CLF). O texto informa que os mesmos seriam concedidos a “título precário”, ou seja, como uma autorização e não uma licença definitiva, não gerando direitos ao titular e, assim, podendo ser cassados ou revogados a qualquer momento. Só teria direito ao documento quem estivesse em dia com a quota-parte, o que seria garantido pela emissão de uma certidão negativa de débitos pela Sedect (RIO DE JANEIRO, 2006).

É interessante observar que não há mais menções à Coopcampo como instância representativa dos feirantes nesses últimos decretos. A matéria “Pela primeira vez houve disputa pelo comando da Associação dos Feirantes!”, publicada no Jornal da Feira de dezembro de 2016, sobre a eleição de representantes dos feirantes na administração do espaço, informa que a cooperativa foi extinta por falhas na administração (Jornal da Feira, 2016).

A COOPCAMPO, responsável pela condução da Nova Feira, sucumbiu e amargou uma extinção forçada. Nada dava certo na administração interna. Movimentos foram forçados a aparecer, do contrário amargariam episódios piores (Jornal da Feira, 12/2016, p. 4).

A dissolução da Coopcampo foi pedida pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro por meio de ação civil pública na 35ª Vara Cível. São apresentadas como justificativas o “favorecimento de seus diretores, de pessoas próximas a estes e de alguns ‘novos feirantes’, instaurando o desequilíbrio e a concorrência desleal na Feira de São Cristóvão”, tendo havido a distribuição de licenças de feirantes a “pessoas absolutamente estranhas à tradicional Feira dos Nordestinos”, incluindo “empresários dos ramos de hotelaria, alimentação, jogos eletrônicos, livraria, turismo e agência de viagens, automóveis, cabeleireiros, entre outros”, tendo ocorrido caso de “cooperativado com duas matrículas” e escolha do local no pavilhão pela cooperativa e sem transparência, além de “autoritarismo” no cerne da criação da cooperativa,

cujos cargos de Diretor Presidente, Diretor Vice-Presidente e Diretor Jurídico eram vitalícios, e pela obrigação de afiliação para o desempenho de atividades no pavilhão (Jusbrasil<sup>59</sup>).

As justificativas para a dissolução da cooperativa são condizentes com a afirmação de China e de outros comerciantes de que a distribuição dos estabelecimentos dentro do pavilhão havia sido feita pelo então presidente da Feira, o Agamenon, e que a maioria dos comerciantes teria pago para instalar suas barracas nos locais de provável maior circulação de pessoas (conversa gravada em 19/05/2018, Loja do China). Matéria reproduzida por Britto (2002) mostra a denúncia de comerciantes sobre valores cobrados por Agamenon de Almeida, presidente da cooperativa, para que ocupassem um espaço dentro do pavilhão.



**Figura 11 – Matéria jornalística sobre cobrança a feirantes para ocupar pavilhão feita por (BRITTO, 2002, anexos)**

Um novo grupo gestor foi formado em 2006, a Associação dos Feirantes, conforme mostra o texto do Jornal da Feira:

Das várias tentativas, surgiu em 2006 a Associação dos Feirantes, praticamente coordenada pelo então grupo gestor da Prefeitura do Rio, integrado por cinco membros oficiais. De lá para cá, essa Associação sobreviveu, apesar dos entraves administrativos; decisões politiquieiras, infelizmente, se sobrepuseram (Jornal da Feira, 12/2016, p. 4).

Em 23/01/2007, foram identificados no Decreto N.º 27.556 os primeiros casos de cancelamento de permissões de uso no CLGTN. Os seis feirantes

<sup>59</sup> Disponível em: <https://mp-rj.jusbrasil.com.br/noticias/130098/ministerio-publico-pede-a-justica->

deveriam retirar seus pertences no prazo de cinco dias úteis, sem direito a indenizações por parte do município devido a benfeitorias realizadas. Os espaços seriam reocupados, conforme consta no Artigo 2º do Decreto, por meio de “abertura de certame licitatório” (RIO DE JANEIRO, 2007d). No entanto, três meses depois, o Decreto N.º 27.824, de 16/04/2007, revogava essa decisão.

Não é possível afirmar se essa possibilidade de exclusão dos que não cumpriam as regras e a licitação para novos entrantes foi o que permitiu a instalação no pavilhão de comerciantes que não tinham barraca no Campo, ocupando inclusive espaços nas avenidas principais, ou se isso se deveu à ação da Coopcampo. O que é possível afirmar é a presença de comerciantes que não compunham a Feira quando a mesma era realizada fora do pavilhão. O restaurante Estação Baião de Dois é um exemplo. Texto disponível no *site* do estabelecimento informa que o mesmo foi inaugurado na Feira em 2003 já dentro do pavilhão, tendo iniciado suas atividades não como uma barraca no Campo de São Cristóvão, mas como um restaurante, em 1997, no bairro de Vila Isabel, a cerca de 5Km da Feira, onde mantém uma unidade até hoje.

Conhecida pelo seu colorido, variedade e sabor, a cozinha nordestina tem suas raízes mergulhadas no tempo da colonização, quando aqui chegaram os primeiros portugueses.

A mistura dos aromas, variedades de alimentos (frutas, peixes, carnes) juntamente com a “nordestinalidade”, apresentaram o diferencial desta culinária regional aos portugueses.

Apresentando-se como um exímio nordestino e amante de toda nossa cultura, em 1997, o Sr. Francisco de Farias - mais conhecido como Chiquinho - juntamente com seu sócio Peninha e Manoelzinho, em viagem ao nordeste, apresentou-se maravilhado e deslumbrado com esta diversidade. De volta ao Rio de Janeiro inaugura o restaurante nordestino Estação Baião de Dois.

A casa foi inaugurada no bairro mais boêmio do Rio de Janeiro: Vila Isabel, sendo muito bem recebida pelos amigos de Noel Rosa. Inicialmente nosso cardápio apresentava nove pratos dos estados nordestinos, mantendo sua originalidade, mas com um “oxente” a mais: a assinatura Estação Baião de Dois. Estabelecendo rapidamente sua qualidade, atendimento, sabor e decoração.

Após seis anos da mistura de arrasta pé com samba, o Estação Baião de Dois participa do projeto de transformar o pavilhão de São Cristóvão em uma feira nordestina. Assim, em 2003 o Estação Baião de dois passou a integrar o maior pólo cultural e gastronômico nordestino do Rio de Janeiro.

Buscando até hoje em uma área de 1.561.177,8 Km<sup>2</sup> (extensão da área nordestina) a arte, diversidade, criatividade e humor, o Estação Baião de Dois continua sendo considerado o melhor restaurante de comida nordestina do Rio de Janeiro (*site* do restaurante Estação Baião de Dois<sup>60</sup>).

a-dissolucao-da-cooperativa-dos-feirantes-do-campo-de-sao-cristovao. Acesso em: 02 jan. 2019.

<sup>60</sup> Disponível em: <http://baiaodedois.com.br/historia>. Acesso em 12/09/2018.



**Figura 12 – A unidade Vila Isabel do Estação Baião de Dois em registro extracampo em 01/12/2018**



**Figura 13 – Unidade no Shopping Nova América do Estação Baião de Dois em registro extracampo de 12/03/2017**

Em 12/06/2007, a Sedect emitiu a Resolução – 8, que consistia no conjunto de regras mencionado no Decreto N.º 27.416, de 07/12/2006, criando assim, conforme consta no Artigo 1º, o “Regimento Interno do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - CLGTN, também conhecida como Feira Nordestina de São Cristóvão”. Vê-se que a Resolução identifica a Feira e o Centro como sinônimos do mesmo local (RIO DE JANEIRO, 2007b).

O objetivo da criação do Regimento é explicitado no Artigo 2º: “zelar e contribuir para que ao público que visite ou freqüente [sic] a “Feira Nordestina de São Cristóvão” sejam oferecidos conforto, segurança, higiene, diversificação na oferta de produtos, serviços e entretenimento, sempre com foco nos bons costumes e nas tradições e cultura nordestina”. As penalidades para o descumprimento do Regimento Interno estão especificadas no inciso 3º do Artigo 2º e incluem, no caso de permissionários e concessionários, “advertência verbal ou por escrito, suspensão do funcionamento por período



determinado ou exclusão definitiva do CLGTN” e, no caso de membros da administração, “advertência ou afastamento”, tendo sido este último realizado em 2007, quando o grupo administrativo da Feira foi afastado por motivo de má gestão. O inciso 4º determina que as infrações sejam registradas em “livro ou formulário próprios” (RIO DE JANEIRO, 2007b).

O parágrafo único do Artigo 4º estabelece a coresponsabilidade em relação a “quaisquer atos ou praticas [sic] capazes de provocar prejuízos ao” CLGTN ao afirmar ser “dever de todos denunciar à Prefeitura ou à Administração” tais atos (RIO DE JANEIRO, 2007b). A boa apresentação pessoal e o bom atendimento ao público foram destacados no Artigo 7º, que decretou que permissionários, concessionários, fornecedores e prestadores de serviços zelassem para que eles próprios e seus funcionários tivessem “boa apresentação pessoal”, estivessem “convenientemente trajados, de preferência uniformizados, portando crachás de identificação emitidos pela Administração” e atendessem ao público “de maneira solícita e respeitosa” (RIO DE JANEIRO, 2007b).

O Regimento, no parágrafo único do Artigo 1º, mantém a Prefeitura e inclui “demais instâncias do governo” com o papel de “fiscalizar, supervisionar, orientar e exercer toda e qualquer atividade que venha a ser exigida pela lei e pelas normas do poder público”, para isso tendo “livre acesso às dependências do Pavilhão, incluindo as barracas e instalações” (RIO DE JANEIRO, 2007b).

Os horários foram definidos no capítulo II do Regimento. Nele consta o Artigo 8º, que definiu o período de abertura do pavilhão ao público, que poderia ser modificado pela administração: de terça a quinta-feira, das 10h às 18h e de sexta às 10h até domingo às 22h com funcionamento ininterrupto, com entrada permitida no domingo até 20h. O Regimento estabelece no parágrafo único do Artigo 8º que todas as barracas deveriam funcionar sextas-feiras e sábados, das 10h30 às 23h30, e aos domingos, das 9h às 18h.

O uso do pavilhão é o tema do capítulo III do Regimento, que, dentre outros pontos, estabelece, no Artigo 11, que o uso de caixas de som seja voltado para o interior das barracas e o volume compatível com a área ocupada. Atualmente, no entanto, é possível ver na Feira o uso de equipamentos que permitem que o som seja ouvido nas ruas e em outros estabelecimentos, como

no caso de barracas que oferecem o serviço de karaokê. Em conversa com a comerciante Josine após retornar à Feira, já com o intuito de desenvolver a pesquisa no local, a mesma reclamou do barulho de uma barraca próxima que havia instalado uma máquina de karaokê há três semanas (conversa em 15/04/2017, Barraca da Josi). Um dos motivos de não desenvolver a pesquisa com mais ênfase nesta barraca foi justamente o barulho do karaokê, que dificulta ouvir as interações no estabelecimento.

O Artigo 11 também proíbe propaganda eleitoral na Feira, com fiscalização e punições a cargo da administração, não tratando, no entanto, de propaganda política. Assim, foi possível ver evento promovido pelo partido PMDB em 15/10/2016.



**Figura 14 – Folder distribuído em evento na Feira em 15/10/2016, sábado, em reprodução feita pela autora**



**Figura 15 – Evento sobre câncer de mama em registro de campo em 15/10/2016, sábado, às 11h07**

O capítulo IV define posturas internas. O Artigo 12 impede os permissionários de usar quaisquer áreas fora das barracas ou “manter auxiliares ou empregados com vasilhame tipo isopor, ou outros, em frente à mesma, nas vias de circulação, para venda de refeições, bebidas em geral ou outros produtos”. No entanto, o inciso 1º estabelece que poderão ser colocados, “Excepcionalmente, e a critério exclusivo da Prefeitura”, objetos em vias de

circulação autorizada, sem que seja ultrapassada a faixa de demarcação dos limites frontais e laterais da barraca (RIO DE JANEIRO, 2007b). É comum ver sempre que há show na Feira a disponibilização de estruturas como a da foto a seguir nas ruas da Feira, especialmente nas principais.



**Figura 16 – Estrutura em frente a restaurante, dentro da faixa de demarcação frontal, em registro de campo em 01/07/2018, domingo, às 17h25**

O Artigo 12, inciso 4º, dispõe sobre a proibição do trabalho dos “chamadores”, que até maio de 2017 eram vistos atuando na Feira com bastante intensidade: “é vedada a abordagem para convencimento de potenciais clientes, além de panfletagem nas áreas internas e externas do CLGTN”.



**Figura 17 – Chamador abordando clientes na Feira em 29/10/2016, sábado, às 14h54, em registro de campo feito de dentro do restaurante Barraca do Zacarias**

O Artigo 13 regulamenta a atividade dos “ambulantes”, identificados pelo comerciante China como “camelôs”, que deveriam usar crachás e vender produtos que não concorressem com aqueles vendidos em barracas da Feira. O parágrafo único deste Artigo informa que só brinquedos poderão estar na área externa, o que atualmente não é cumprido, sendo possível encontrar diversas barracas de comida.

O capítulo V, sobre mercadorias, proíbe, no Artigo 16, a manipulação ou a permanência em áreas comuns de carga, descarga, circulação e armazenamento de mercadorias destinadas às barracas durante os horários em que o Centro estiver aberto ao público. No entanto, atualmente, é muito comum ver o transporte de mercadorias nos corredores da Feira, feitos por carrinhos como os da figura a seguir.



**Figura 18 – Transporte de mercadorias em registro de campo de 21/10/2016, sexta-feira, às 11h40**

Em 15/07/2016, fiz a seguinte anotação sobre minha ida a um dos karaokês da Feira:

(...) enquanto estávamos na barraca, passaram dois rapazes carregando um carrinho com materiais que não consegui identificar o que era. O rapaz que ia puxando o carrinho disse para o funcionário do karaokê em tom de reclamação: "tá fechando a passagem?". Passou por mim meio que esbarrando, aparentando estar zangado com a situação (diário de campo, 15/07/2016).

O capítulo X do Regimento Interno, no Artigo 48, sobre propaganda e publicidade no pavilhão, estipula que tais ações serão de competência e responsabilidade da administração, ressalvados casos específicos. O capítulo XI, no Artigo 53, estabelece como uma das fontes de recursos do Centro os resultados das receitas de contratos de publicidade, propaganda e patrocínios. Conforme será mostrado a seguir, é comum ver ações de publicidade atualmente na Feira, como as feitas pelas rádios FM O Dia e Globo.

O Artigo 55 confere à administração o poder de solicitar à Prefeitura o cancelamento de permissão ou concessão daqueles que deixarem de efetuar os pagamentos das quotas-partes, atribuindo assim ao grupo administrativo a responsabilidade de apontar e, em consequência, retirar os inadimplentes que a

Prefeitura vinha desempenhando, conforme visto nos textos de decretos anteriores ao Regimento.

O Decreto N.º 28.093, de 18/06/2007, renomina o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas para “Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas” (RIO DE JANEIRO, 2007a). O Decreto N.º 28.413, de 18/09/2007, determina a possibilidade de cobrança de um valor maior pelo ingresso, R\$ 5 (cerca de € 1), em dias em que fossem realizados shows e que não fosse fim de semana. O inciso 1º informa que os recursos seriam usados para custear despesas do Centro. O inciso 2º retira a possibilidade de ressarcimento do valor do ingresso pelo comerciante ao cliente que gastasse R\$ 15 (cerca de € 3) ou mais no Centro, modificando o benefício para um desconto de R\$ 1 (cerca de € 0,20) sobre o total da despesa.

As considerações iniciais do texto do Decreto são interessantes por evidenciarem o modo como o espaço era visto pelo poder público naquele momento: Centro e Feira novamente como distintos. Em um dos itens consta que “o evento intitulado ‘Feira Nordestina de São Cristóvão’” era realizado “nas dependências do CMLGTN, tradicionalmente, às sextas-feiras, sábados e domingos”. Outro aspecto evidenciado pelas considerações é o argumento a respeito da participação governamental no local: “a necessidade de a Administração Pública Municipal continuar colaborando na gestão do CMLGTN” (RIO DE JANEIRO, 2007).

A Lei N.º 4.974, de 03/12/2008, portanto, último mês do terceiro mandato de Cesar Maia na Prefeitura do Rio de Janeiro, assinada pelo vereador Aloisio Freitas, declara o “Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas”, sem usar, portanto, o termo “Municipal”, “Patrimônio Cultural dos Habitantes da Cidade do Rio de Janeiro”. O Artigo 2º da Lei estabelece que para “preservar esse patrimônio e a cultura nordestina ali representada” o Poder Executivo fica autorizado a “estabelecer os incentivos e as ações necessárias” à manutenção do Centro e ao fortalecimento de suas ações (RIO DE JANEIRO, 2008).

Em 2010, ganha mais força legal a tradição do Nordeste na Feira de São Cristóvão. A Lei N.º 12.301, de 28/07/2010, assinada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, declara “o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - Feira Nordestina de São Cristóvão Patrimônio Cultural Imaterial

do Brasil” com o objetivo de “reconhecer a importância cultural do Centro (...) para o circuito turístico brasileiro” (BRASIL, 2010). Logo depois, teve início uma repaginação da Feira realizada pela Prefeitura em parceria com a Rede Globo e que seria concluída em 2012<sup>61</sup>. Um cenógrafo da emissora de TV, João Cardoso, fez uma nova ambientação da Feira. Marlene Mattos, que nas décadas de 1980 e 1990 foi empresária de Xuxa, então apresentadora de um programa infantil na Globo, passou a ser a gestora do espaço. Foram incluídas peças decorativas com a inscrição “Nova Feira de São Cristóvão”. A iniciativa fez parte de demandas turísticas e de “uma nova ordem de requalificação urbana” na cidade incentivada pela realização de grandes eventos – Copa do Mundo de Futebol, Jogos Olímpicos, Rock in Rio, Rio + 20 e Jornada Mundial da Juventude (MELLO, 2012, p. 73).

O Decreto N.º 33.435, de 23/02/2011, no governo do prefeito Eduardo Paes, transfere as atividades referidas no Decreto N.º 30.396 da SMC para a Secretaria Especial de Turismo (Setur). No fim do ano seguinte, em 22/11/2012, o Decreto N.º 36.458 cria “o Conselho Orientador e a Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão”, considerando, além da Lei que criou a Feira, N.º 2.052, de 26/11/1993, o teor de uma Sentença proferida nos autos do Processo nº 2004.001.037021, de 07/10/2007, e o disposto nas decisões de fls.992 e 1.066 da referida Ação Civil Pública. A composição do Conselho Orientador seguiu o que foi determinado na lei de 1993, sendo a única alteração referente ao presidente, que passou de um representante da Secretaria Municipal de Cultura para um da Secretaria Especial de Turismo. A Comissão também seguiu basicamente o que já havia sido estabelecido em 1993, com a novidade da figura do presidente da Comissão, que seria o membro mais votado. Os cargos continuaram sem direito à remuneração.

Mais de quatro anos depois, no segundo mandato de Eduardo Paes, o Decreto N.º 41.142, de 21/12/2015, voltou a “administração, supervisão e coordenação do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas – CLGTN” para a Secretaria Municipal de Cultura (SMC), de onde havia saído no início do primeiro mandato desse prefeito.

---

<sup>61</sup> Mais informações em <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2012/04/20/globo-rio-investe-na-feira-de-sao-cristovao.html>. Acesso em: 07/01/2019.

Matéria do Jornal da Feira de 2016 informa como os grupos diretores foram sendo estabelecidos ao longo dos anos até aquele momento:

O primeiro grupo responsável foi presidido pelo Marcelo Linhares/nove integrantes; em seguida o grupo do Paulo Porreta/ainda, nove integrantes. Nessa fase a escolha dos diretores era indireta, assim como o grupo eleito entre os setores da Feira. Alex Araújo foi o comandante do terceiro grupo, agora, com cinco diretores, cargo que passou a ser escolhido pelos próprios feirantes. Ele conduziu os trabalhos por quase dois mandatos, até renunciar na metade de 2009, quando assumiu o segundo colocado, Helismar Leite, que comanda o quarto grupo até os dias de hoje. Leite mais quatro diretores estão à frente da Associação por seis mandatos seguidos (Jornal da Feira, 12/2016, p. 4).

Apesar dos problemas, segundo o Jornal da Feira (2016), “a FSC<sup>62</sup> coleciona alguns problemas sérios”, Helismar foi reeleito no fim de 2016 como o presidente da Associação dos Feirantes/CLGTN, em votação da qual participaram 189 dos 299 comerciantes aptos a votar, totalizando 110 abstenções (Jornal da Feira, 12/2016, p. 5). Ganhou por dois pontos de diferença da segunda colocada, a Maria<sup>63</sup>, que teve 81 votos. Também foram reeleitos a diretora de finanças, Rosa, o diretor cultural, Carlos Marabá, e a diretora de Marketing, Maria da Guia. Os feirantes elegeram uma nova diretora administrativa, Vanessa.

A matéria do Jornal da Feira sobre a eleição incluiu a informação de que a inadimplência foi apontada pela administração eleita em 2016 como a maior dificuldade, enquanto a oposição destacou como maiores problemas a participação e a gestão:

Os problemas continuaram a se acumular desde a antiga Feira e, na nova, aumentaram. Eles vieram crescendo como se fossem uma grande bola de fogo ladeira abaixo. A atual administração aponta a questão da inadimplência como problema maior. Já a oposição diz que o problema consiste na falta de democracia, gestão inexistente e transparência zero – armas letais nos embates políticos. Não deu outra, pela primeira vez a disputa interna pelo comando da rica e tradicional Feira nordestina do Rio pegou fogo e quase fez arrear, em seis anos, o grupo do Sr. Helismar Leite (Jornal da Feira, 12/2016, p. 5).

A “participação”, portanto, é apontada como um dos problemas da Feira (DEWEY, 2012).

A atribuição da administração, supervisão e coordenação do CLGTN mudou novamente em 2017 pelo Decreto N.º 43.908, de 25/10/2017, o primeiro assinado por Marcelo Crivella, que iniciou seu mandato como prefeito

<sup>62</sup> Abreviação de Feira de São Cristóvão.

<sup>63</sup> Os nomes foram escritos conforme constam na referida publicação.

do Rio de Janeiro nove meses antes, em 01/01/2017. O documento passou as referidas atribuições da SMC para a Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR). No fim de 2017, a administração da Feira foi dissolvida pela Riotur por má gestão. Em 24/01/2018, a Prefeitura rescindiu o contrato com os feirantes para uso do pavilhão com base em descumprimento de termos de um convênio assinado entre ambos (Destak, 26/01/2018<sup>64</sup>).

Em 26/01/2018, foi publicado no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro o aviso de rescisão contratual unilateral entre a Prefeitura e a Associação dos Feirantes para uso do pavilhão, válido a partir de sua assinatura, em 24/01/2018. O texto informa que a base da rescisão é o exposto no processo N.º 01/221.119/2017 pela Riotur, tendo como motivo “descumprimento” e respaldo na cláusula terceira de convênio assinado em 18/12/2006 (DIÁRIO OFICIAL, 26/01/2018).

Em 16/02/2018, a Portaria Riotur 208 fixou o valor do ingresso ao “Centro de Tradições Nordestinas Luiz Gonzaga” em R\$ 5 (pouco mais de € 1) e mencionou nas considerações iniciais do texto a “rescisão do Termo de Convênio e Autorização de Uso do Imóvel denominado ‘Pavilhão de São Cristóvão’, celebrado entre a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e a Associação dos Feirantes do Centro de Tradições Nordestinas Luiz Gonzaga” (RIO DE JANEIRO, 2018d).

Dois meses depois, pelo Decreto N.º 44.451, de 24/04/2018, foi criado na estrutura organizacional da Subsecretaria de Cultura, da Secretaria Municipal de Cultura (SMC), o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. O Artigo 2º parece propor uma alteração de ocupantes de um cargo. Como não há menção a nomes, somente a números, esse entendimento é obtido pelo texto do Artigo 3º: “O ocupante do Cargo em Comissão extinto este Ato, fica automaticamente exonerado” (RIO DE JANEIRO, 2018b).

O Artigo 4º informa que as “alterações organizacionais realizadas no presente Ato” estariam disponíveis para consulta pública no endereço eletrônico <http://sici.rio.rj.gov.br> após homologação. Após três dias, a Resolução da Casa Civil N.º 94, de 27/04/2018, criou um grupo de trabalho para “realizar análise e propor melhorias na gestão do Centro Municipal Luiz

---

<sup>64</sup> Disponível em: <http://www.destakjornal.com.br/cidades/detalhe/prefeitura-encerra-contrato-da-feira-de-sao-cristovao>. Acesso em: 27 jun. 2018.



Gonzaga de Tradições Nordestinas”, conforme consta no Artigo 1º. Entre as considerações que levaram à criação do grupo estão “a necessidade de organização e requalificação do Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, conhecido como Feira de São Cristóvão”, o que sugere problemas organizacionais; “a necessidade de identificação de ações para prevenção de possíveis danos ao erário público” e “a necessidade de resgate da finalidade primária da Feira de São Cristóvão, no que se refere á [sic] preservação da memória da cultura nordestina” (RIO DE JANEIRO, 2018a).

O grupo de trabalho seria coordenado pela Secretaria Municipal da Casa Civil e não previa representantes dos feirantes, devendo ser composto conforme consta no Artigo 2º:

- I - três membros da Secretaria Municipal da Casa Civil - CVL;
- II - dois membros da Secretaria Municipal de Cultura - SMC;
- III - três membros da Secretaria Municipal da Fazenda - SMF, sendo um da Superintendência de Patrimônio Imobiliário – F/SPA, um da Subsecretaria do Orçamento Municipal – F/SUBOR e um da Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização – F/CLF;
- IV - Um membro da Subsecretaria de Infraestrutura – UIH/SUBI, da Secretaria Municipal de Urbanismo, Infraestrutura e Habitação – SMUIH
- V - dois membros da Secretaria Municipal de Conservação e Meio Ambiente - SECONSERMA, sendo um da Subsecretaria de Engenharia e Conservação – SCMA/SUBEC e um da Subsecretaria de Meio Ambiente – SCMA/SUBMA;
- VI - um membro da Secretaria Municipal de Ordem Pública - SEOP;
- VII - um membro da Subsecretaria de Vigilância, Fiscalização Sanitária e Controle de Zoonoses – S/SUBVISA da Secretaria Municipal de Saúde - SMS;
- VIII - um membro da Procuradoria Geral do Município - PGM; (RIO DE JANEIRO, 2018a).

O grupo deveria apresentar ao Secretário da Casa Civil, em 45 dias, o resultado do trabalho com as ações a serem adotadas pela Prefeitura.

Após a Resolução da Casa Civil N.º 94, de 27/04/2018, foi identificada publicação de 17/05/2018 do Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro a respeito de contratação de serviços de abastecimento de água potável. O Termo de Contrato N.º 058/2018, assinado em 16/02/2018 entre a Riotur e a M&R Água Transportes, tem como objeto a contratação de empresa especializada para fornecimento de água potável, por meio de carros pipas, pelo período de 60 dias, no Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, no valor de R\$ 288 mil, tendo como fundamento o Art. 24, Inciso IV, da Lei N.º 10.520.



Consultar Diário Oficial

2018

RIOTUR EMPRESA DE TURISMO DO  
MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO S.A.  
EXTRATO DE INSTRUMENTO CONTRATUAL

PROCESSO INSTRUMENTO Nº: 01/220.247/2018  
INSTRUMENTO: Termo de Contrato nº 058/2018  
DATA DA ASSINATURA: 16.02.2018  
VALOR: R\$ 288.000,00  
PARTES: RIOTUR e a M & R ÁGUA TRANSPORTES – EIRELI – ME.  
OBJETO: O Objeto do presente Contrato é a contratação de empresa especializada para fornecimento de água potável, através de carros pipas para fazer o abastecimento pelo período de 60 (sessenta) dias, a ser prestado no Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas.  
NAD nº: 00248/2018.  
EMPENHOS Nº: 2018/00255 e 00283, totalizando o valor de R\$ 219.800,00.  
PROGRAMA DE TRABALHO: 11.57.23.122.0383.4163  
NATUREZA DE DESPESAS: 3.3.90.39.28  
FUNDAMENTO: Art. 24, Inciso IV, da Lei nº 10520  
RAZÃO: Dispensa

DE ESTUDOS  
/05/2018  
PG/CA/GRH Nº 023/2018-R –  
iso nº 270/2017, firmado entre  
DICE DE PAULA, a contar de

8  
L. RIBEIRO

**Figura 19 – Texto da versão online do Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro de 17/05/2018, p. 88<sup>65</sup>**

A Lei N.º 10.520 referida no texto do Diário Oficial foi identificada como a lei de 17/07/2002, que institui, no âmbito da União, dos estados e dos municípios a modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição de bens e serviços comuns. Nesta, no entanto, não foi identificado o Artigo 24, sendo a lei composta por 13 artigos (BRASIL, 2002).

Novas eleições estavam previstas para 2018, mas até o mês de novembro não haviam sido realizadas. Em postagem de 23/08/2018 na página no *Facebook* do Jornal da Feira consta que atualmente uma “Comissão Provisória” composta por cinco feirantes e pela DCR Produções “trabalha na condução administrativa do reduto” e que “líderes do movimento que reúne artistas e feirantes em torno da Agenda nordestina/RJ” têm exigido desde o começo do governo do atual prefeito, Marcelo Crivella, “o retorno de eleições democráticas”. Consta ainda na postagem que a atual gestora pública da Feira, Magna Fernandes, teria iniciado o recadastramento dos permissionários com o intuito de “resolver o imbróglio herdado pelas administrações anteriores” (Página de *Facebook* do Jornal da Feira, 2018).

No grupo de *Facebook* denominado “Feira de São Cristóvão” é possível ver informações sobre esse assunto divulgadas por um dos integrantes do grupo, Gilberto Teixeira<sup>66</sup>, que é também o editor do Jornal da Feira (Grupo de *Facebook* Feira de São Cristóvão, 2018). Gilberto é quem afirma que há uma defasagem na legislação que rege a Feira, segundo ele, a Lei N.º 2.052, de 1993, feita quando as barracas ainda ocupavam o Campo de São Cristóvão (RIO DE JANEIRO, 1993).

<sup>65</sup> Disponível em: <http://doweb.rio.rj.gov.br/porta/visualizacoes/pdf/3758/#/p:88/e:3758>. Acesso em: 11/03/2019.

<sup>66</sup> Gilberto Teixeira é integrante do Partido Verde e participa de outras iniciativas com envolvimento governamental.

Os problemas administrativos obviamente refletem no modo como os comerciantes conduzem seus negócios. Apesar de formarem uma Feira com cerca de 700 estabelecimentos, não foram identificadas no local iniciativas de compra conjunta de mercadorias com vistas a reduzir os custos. O então gestor da Feira afirmou que os comerciantes convivem, por exemplo, com dificuldades de adquirir mercadorias do Nordeste decorrentes de fatores como a bitributação de produtos, no estado de origem e ao chegar ao Rio de Janeiro, o que encarece os artigos, e que tentativas de resolver o problema esbarram em política.

Perguntei como os produtos chegavam do Nordeste. O gestor disse que há o problema da bitributação, com os produtos pagando imposto quando saem do Nordeste e quando entram no Rio, o que encarece a mercadoria. Ele disse que já tentou fazer parcerias para compra de produtos de pequenos produtores, mas como depende de decisões políticas a coisa ainda não andou (diário de campo, 12/01/2017).

O contato com os produtores e artesãos também foi citado como uma dificuldade por outra comerciante da Feira, de uma barraca de venda de bijuterias e enfeites feitos com materiais como palhas e sementes. Ela explicou que a compra das mercadorias para revenda é encarecida se feita por intermédio de órgãos de incentivo a micro e pequenas empresas, como o Sebrae<sup>67 68</sup>. A comerciante também apontou como uma de suas dificuldades a demora no recebimento dos produtos, com espera por meses, dependendo do local de origem.

Tem artesanato que demora até seis meses para chegar, como o material da Vila do Jalapão, no Tocantins. A comerciante disse que o contato é bastante precário. Para fazer o pedido, ela liga para uma farmácia e pede para falar com a pessoa no dia seguinte, em determinado horário. Então, no dia e na hora marcada, a ligação é feita. Se ocorre algum imprevisto que impeça o contato para efetuar a encomenda, como um problema na linha telefônica, o pedido já atrasa (...) (diário de campo, 25/09/2015).

Outro reflexo dos problemas administrativos é a inadimplência. Em minhas idas a campo, pude testemunhar as primeiras horas da interrupção do fornecimento de energia elétrica na Feira devido à inadimplência, não

---

<sup>67</sup> Sigla de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

<sup>68</sup> Por outro lado, a comerciante explicou que o Sebrae realiza feiras em que os comerciantes têm contato com os produtores e podem fazer transações comerciais com mais segurança, já que, se o produtor não entrega o produto comprado pelo comerciante, o Sebrae confisca o produto em uma próxima feira organizada pela instituição e repassa ao comprador que não recebeu a mercadoria (diário de campo, 25/09/2015).

reestabelecido até o momento, mais de dois anos depois. Neste dia, conversei com a funcionária de um salão de beleza e fiz a seguinte anotação em meu diário de campo:

O salão também estava sem luz. Uma funcionária estava na porta, sentada em uma cadeira. Disse que queria marcar um horário para fazer sobancelha com a Antonia. Ela disse que tinha que resolver o problema da luz. Perguntei o que tinha acontecido e ela me disse que tinha sido cortada por falta de pagamento e que a Feira tinha uma dívida de 3 milhões. Disse também que tinha comerciante devendo R\$ 700 mil e que nem todos pagavam condomínio. Perguntei se estavam sem luz há muito tempo e se tinha previsão de retorno. Ela informou que a luz tinha acabado há pouco tempo (depois soube que foi às 10h) e também que estavam esperando o gerador chegar, mas que só ligariam de quem estivesse em dia com o condomínio (diário de campo, 28/10/2016).

Essa situação evidenciou o grande número de inadimplentes entre os comerciantes, pois, sem luz, a Associação providenciou um gerador, mas, conforme havia adiantando a funcionária do salão, só fez uso aqueles que estavam em dia com o pagamento do condomínio. Foi impressionante ver a quantidade de barracas sem energia mesmo depois da chegada do equipamento, mostrando o grande número de devedores. Aos poucos, os comerciantes foram fazendo uso do gerador, já que o abastecimento de energia não foi reestabelecido pela concessionária, o que pode significar que regularizaram sua situação junto à administração ou que providenciaram equipamentos próprios. Até hoje é possível ver estabelecimentos sem energia.

Apesar da situação, o Jornal da Feira a caracterizou como “rica”, enfatizando que o local atraía mais turistas por ano do que o Corcovado e o Pão de Açúcar, dois famosos pontos turísticos da cidade do Rio de Janeiro.

Os frequentadores não imaginam os entraves, disputas e principalmente os embates acirrados em torno da administração do maior aglutinador de turistas do Rio de Janeiro. Também não se imagina que a FSC bata o Corcovado e o Pão de Açúcar juntos; ela recebe sozinha mais de 3 milhões de visitantes/ano; enquanto o [sic] dois, juntos, recebem 2 milhões (Jornal da Feira de 12/2016, p. 5).

A reprodução desse trecho do Jornal da Feira (2016) mostra a valorização da Feira de São Cristóvão nesta publicação. Comparada a símbolos internacionalmente conhecidos da cidade do Rio de Janeiro, o Pão de Açúcar e o Corcovado, a Feira os supera. A informação é posta duas vezes na matéria. Aparece no texto, conforme descrito, e como legenda, em vermelho, como mostra a ilustração a seguir:



**Figura 20 – Foto da página 4 do Jornal da Feira de dezembro de 2016 feita pela autora**

É importante lembrar que, ao retornar a campo após o estágio doutoral no exterior, China e Josine me relataram que o movimento de clientes havia diminuído de forma considerável, fruto de problemas enfrentados não somente pela Feira, mas pela cidade e pelo país, conforme exposto no Capítulo 1 e como também será tratado ainda neste Capítulo.

\*\*\*

De acordo com informação disponível no *site* do restaurante Estação Baião de Dois<sup>69</sup>, a Feira de São Cristóvão tem 1.561.177,8 Km<sup>2</sup> e está inscrita no CNPJ sob o N.º 08.517.243/0001-03. O espaço de circulação da Feira é dividido entre avenidas, ruas e praças, conforme mostra a ilustração a seguir, disponível no *site* da Feira. As duas avenidas principais são as que passam pelo centro da Feira, onde se localiza a Praça dos Repentistas, nome êmico, também denominada Praça Catolé do Rocha, nome oficial, espaço que em geral abriga apresentações de trios pé de serra. A denominação “principais” para as ruas e avenidas é uma adjetivação êmica, identificada em gravação e em observação de campo (gravação em 20/04/2017, Loja do China). Em oposição estão as ruas “laterais”, que não são as principais, outro termo êmico ouvido em campo e registrado em gravação (gravação em 30/04/2017, Loja do China).

<sup>69</sup> Este não é um nome fictício, já que se trata de uma informação disponível publicamente.



**Figura 21 - Mapa disponível no *site* da Feira<sup>70</sup>**

Os nomes de espaços da Feira são inspirados em personagens e elementos que remetem a estados da Região Nordeste. As denominações das duas entradas, por exemplo, são Padre Cícero e Luiz Gonzaga. Apesar de nunca ter sido canonizado pela Igreja Católica, Padre Cícero, que era cearense, é considerado o santo mais popular do Nordeste, sendo creditada a ele a realização de vários milagres em vida e pós sua morte, em 1934 (Correio Notícia, 20/07/2018<sup>71</sup>). É muito comum ver pessoas tocando na estátua de Padre Cícero, localizada na entrada que leva seu nome, e tirando foto a seu lado. Também há uma estátua de Luiz Gonzaga na entrada que leva seu nome, tão procurada para registros fotográficos quanto a do Padre. Luiz Gonzaga, que, além de uma das entradas, denomina a própria Feira, cantou as mazelas do sertão, se consagrando como um dos mais importantes artistas brasileiros.



**Figura 22 – Estátua de Pe. Cícero na entrada que leva seu nome**

<sup>70</sup> Disponível em: <https://www.feiradesaocristovao.org.br/mapa-da-feira>. Acesso em: 20 dez. 2018

<sup>71</sup> Disponível em: <https://correionoticia.com.br/noticia/cultura/padre-cicero-que-foi-prefeito-amigo-de-lampiao-e-das-elites-do-ce-morreu-ha-84-anos/43/20802>. Acesso em: 14 fev. 2019.



**Figura 23 – Estátua de Luiz Gonzaga na entrada com seu nome**

As ruas e avenidas da Feira costumam estar ornamentadas com bandeirinhas coloridas típicas de festas juninas, além de materiais de divulgação de empresas e da Prefeitura, como banners. Também é possível ver nesses espaços muitas mercadorias com seus respectivos preços, pois vários comerciantes expõem seus produtos nas áreas comuns próximas aos seus estabelecimentos. Nas ruas e avenidas também é possível ver parte da estrutura usada no funcionamento da Feira, como fios, lâmpadas e holofotes.



**Figura 24 – Fios, lâmpadas e holofotes registrados em campo em 20/05/2018, domingo**

O chão da Feira tem aspecto bastante rústico, sendo formado por pequenos blocos de cimento. Os estabelecimentos em geral possuem aspecto bastante descontraído, com cadeiras e mesas plásticas, informes escritos à mão e papelão fazendo a função de tapetes.





**Figura 25 – Chão rústico da Feira, mobiliário plástico, informes escritos à mão e papelão no chão do estabelecimento em registro de campo em 20/05/2018, domingo**

O modo com que vendedores e prestadores de serviço se referem aos compradores também é bastante descontraído, como é evidenciado por meio das transcrições apresentadas no Capítulo 7.

Os espaços com maior circulação de pessoas durante todo o tempo de funcionamento da Feira costumam ser a Praça dos Repentistas, localizada no meio da Feira; a Avenida Rio Grande do Norte, que liga a entrada São Luiz Gonzaga à Praça dos Repentistas; a Avenida Bahia, entre a entrada Padre Cícero e a Praça dos Repentistas; e a Avenida do Nordeste, entre os dois palcos principais, o Palco Jackson do Pandeiro e o Palco João do Vale.



**Figura 26 – Trio se apresentando na Praça dos Repentistas em registro de campo em 14/10/2016, sexta-feira, às 14h44**





**Figura 27 – Palco Jackson do Pandeiro, um dos dois principais da Feira, em registro de campo em 01/11/2015, domingo, às 16h17**

Outros espaços movimentados, dependendo da programação, são as imediações dos dois palcos principais e as áreas dos palcos menores, que costumam abrigar shows de forró em que os artistas se apresentam sobre um tablado com uma cobertura. O público fica bem próximo, logo em frente ao tablado.



**Figuras 28 – Artistas se apresentam em um dos palcos menores da Feira em registro de campo em 21/04/2017, sexta-feira, às 23h34**



**Figura 29 – Artistas se apresentam em um dos palcos menores da Feira em registro de campo em 01/07/2018, domingo, às 17h04**



**Figura 30 – Público dança forró em frente a um dos palcos menores da Feira em registro de campo em 01/07/2018, domingo, às 17h05**

Uma aglomeração maior de pessoas em um ponto da Feira não significa que outros espaços também ficarão mais movimentados. Em 27/07/2018, a área do palco Jackson do Pandeiro estava cheia devido ao show do bloco Fogo e Paixão. No entanto, ao chegar ao corredor da Loja do China, mais distante deste palco, não percebi movimentação maior se comparada a outras sextas-feiras à noite. Dentro da Loja do China, não havia nenhum cliente.



**Figura 31 – Espaço do Palco Jackson do Pandeiro cheio devido a show realizado no local, em registro de campo de 27/07/2018, sexta-feira, às 23h50**



**Figura 32 – Rua da Loja do China sem muita movimentação, inclusive com estabelecimentos fechados, em registro de campo em 27/07/2018, sexta-feira, às 22h25**



**Figura 33 – Loja do China sem fregueses em registro de campo de 27/07/2018, sexta-feira, às 22h25**

Questionado sobre a existência de maior movimento de clientes em sua Loja durante eventos promovidos na Feira, como o concurso “A mais bela gordinha do Brasil”<sup>72</sup>, China disse que o evento que reflete em melhores vendas é a festa junina (conversa gravada em 20/04/2017, Loja do China).

A Feira de São Cristóvão atualmente funciona de terça-feira a domingo, sendo de terça a quinta das 10h às 18h, com entrada gratuita, e com funcionamento ininterrupto de sexta às 10h a domingo às 20h, com entrada mediante o pagamento de R\$ 5 (€ 1,04). Em dias de shows de bandas mais famosas, o ingresso pode custar até R\$ 50 (€ 12,03).

Condizente com a Portaria Rioutur 208 (RIO DE JANEIRO, 2018d), matéria divulgada em fevereiro de 2018<sup>73</sup> informou que o ingresso da Feira passaria a ter o preço fixo de R\$ 5 (Jornal Extra, 19/02/2018). Um dos leitores manifestou seu descontentamento em ter que pagar para entrar na Feira, segundo ele, “local público”.

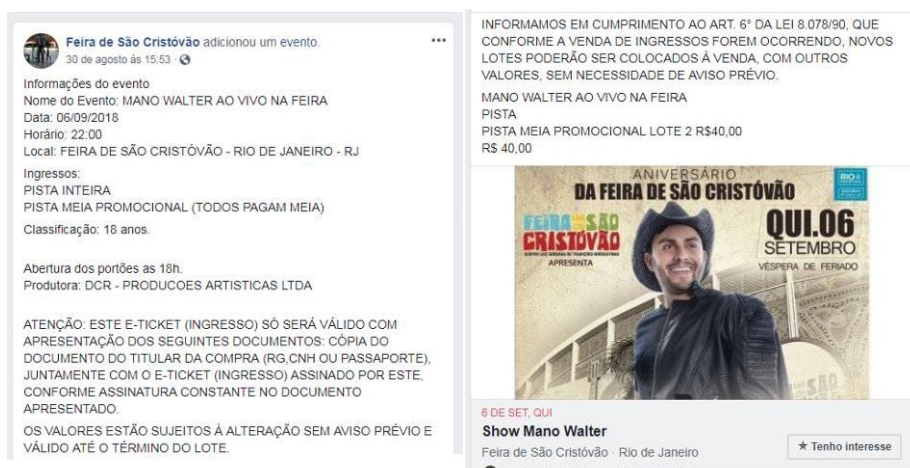
<sup>72</sup> Informações em <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/feira-de-sao-cristovao-sedia-concurso-nacional-de-modelos-plus-size-21261023>. Acesso em: 07/01/2019.

<sup>73</sup> Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/prefeitura-fixar-preco-da-entrada-da-feira-de-sao-cristovao-em-5-22411686.html>. Acesso em: 20/12/2018.



**Figura 34 – Matéria do jornal Extra de 19/02/2018 informando preço fixo de R\$ 5 do ingresso da Feira<sup>74</sup>**

No entanto, postagem feita em página sobre a Feira no *Facebook* atrelada ao perfil @Queiroga.marcos<sup>75</sup> informa que o ingresso para o show do Mano Walter, realizado em 06/09/2018, véspera do feriado pelo Dia da Independência, custaria R\$ 40 (cerca de € 8). Na página atrelada ao perfil @feiradesaocristovaooficial<sup>76</sup> não constam os valores dos ingressos, apenas a data do shows.



**Figura 35 – Postagem informando valor do ingresso feita em 30/08/2018 em página sobre a Feira no *Facebook***

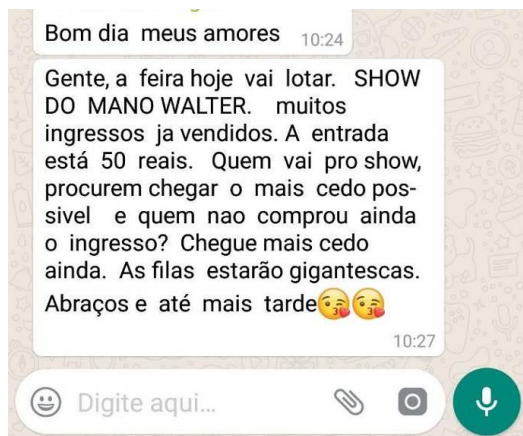
<sup>74</sup> Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/prefeitura-fixa-preco-da-entrada-da-feira-de-sao-cristovao-em-5-22411686.html>. Acesso em: 11/03/2019.

<sup>75</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/Queiroga.marcos/>. Acesso em: 27/12/2018.

<sup>76</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/feiradesaocristovaooficial/>. Acesso em: 27 dez. 2018.



Em mensagem no grupo de *WhatsApp* de sua barraca, do qual eu participo<sup>77</sup>, a comerciante Josine informou que o ingresso do referido show estava custando R\$ 50 (cerca de € 10).



**Figura 36 – Mensagem da Josine em grupo de *WhatsApp* sobre o valor do ingresso na Feira de São Cristóvão em 06/09/2018**

O show de Mano Walter é referido no novo *site* da Feira de São Cristóvão como parte da programação pelos seu aniversário de 73 anos (Nova Feira de São Cristóvão<sup>78</sup>).

Em conversa com o comerciante China, ele informou que o movimento em sua barraca tinha sido muito bom no dia do referido show, acrescentando que o mesmo tinha sido realizado no palco mais perto de sua Loja, e que no domingo seguinte, dia 09/09/2018, tinha vendido como há muito tempo não vendia (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). China disse que o ingresso tinha chegado a custar R\$ 60 (cerca de € 12), tendo sido vendido mais barato em lotes anteriores. Perguntei por que o valor do ingresso tinha sido tão maior do que os R\$ 5 cobrados nos outros dias. China respondeu: “é cantor que tá na mídia, entendeu?” (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Disse também que às sextas-feiras à noite o ingresso já estava custando R\$ 10 (cerca de € 2). Também perguntei a China o motivo de tamanho movimento na Feira no domingo. China disse não saber ao certo, mas achava que tinha sido devido ao feriado, não fazendo qualquer menção à programação pelo

<sup>77</sup> Em uma das conversas com Josine, ela mencionou que tinha um grupo de *WhatsApp* para se comunicar com os clientes. Eu então pedi para fazer parte do grupo, o que foi aceito por Josine sem quaisquer questionamentos.

<sup>78</sup> Disponível em: <https://novafeiradesaocristovao.com.br/mano-walter-fara-show-na-feira-de-sao-cristovao-na-vespera-de-feriado/>. Acesso em: 03 jan. 2019.

aniversário da Feira, na qual estava inserida o show do Mano Walter, conforme mostrado.

Segundo a lógica estipulada para o pagamento de taxas à administração, conforme mostrado, a localização é um dos fatores que faz o valor devido subir. Acredito que o motivo seja a possibilidade de obtenção de mais lucro em função do movimento de pessoas no local em que o estabelecimento se encontra. Não é à toa que comerciantes teriam pago para se beneficiar das melhores posições dentro da Feira. Essa situação indica a existência na Feira de áreas mais e menos valorizadas. Por esse motivo, acredito que seja possível afirmar que a Feira guarda semelhanças em relação a cidades no tocante à espacialidade.

Uma delas diz respeito à nomenclatura dos locais de passagem, sendo a Feira também dividida entre “ruas” e “avenidas”, assim como uma cidade. Outra é a valorização de determinados espaços e a desvalorização de outros, conforme tratado por Park (1926). Apesar de certa divisão espacial, com ruas e avenidas sendo mais valorizadas em função da proximidade com palcos e entradas, assim como afirmou Park (1926) em relação a cidades, não existem fronteiras rígidas na Feira. As áreas mantêm relações entre si, não existindo em isolamento. Por mais que a localização interfira na forma como o negócio é conduzido, visto o que foi colocado a respeito de não haver clientes na Loja em um dia de bastante movimento por conta do show do bloco Fogo e Paixão, que não foi realizado no palco mais perto de China, ela não parece ser determinante para o bom andamento do estabelecimento. China inclusive afirmou que o volume de vendas não está atrelado à localização.

Mas China disse que, mesmo não ficando em uma avenida principal, vende mais queijo do que quem está lá. Disse que uma barraca lá vende 50 "quilinhos" de queijo, o que vende mais do que isso vende 150 kg, sendo que o pedido dele é de 400 kg por semana (diário de campo, 19/05/2018).

Outro ponto em termos de espacialidade diz respeito ao tipo de atividade oferecida pelo estabelecimento. É interessante especialmente o caso das barracas que disponibilizam máquinas de karaokê. É comum encontrar nas noites de sexta-feira e sábado grupos que se reúnem em um desses locais para cantar e beber. Não identifiquei nenhum desses estabelecimentos nas ruas ou avenidas principais da Feira. Até o momento, todos ficam nas ruas mais estreitas e periféricas. Eu mesma já tive a oportunidade de usar esses serviços

em algumas ocasiões e me vi adotando como critério de escolha aqueles que ficassem bem longe de pessoas conhecidas. Nesse caso, a periferia das ruas menos movimentadas e em que os estabelecimentos têm menos evidência foi atributo de valor.

Nem todos os estabelecimentos funcionam durante os períodos em que a Feira é aberta ao público. Durante a semana, muitos não abrem, mesmo aqueles que se encontram nas avenidas principais, pois a maior circulação de pessoas ocorre no fim de semana.



**Figura 37 – Barracas fechadas em uma das avenidas principais da Feira em registro de campo em 25/10/2016, terça-feira, às 12h19**



**Figura 38 – Barracas abertas em uma das avenidas principais da Feira em registro de campo em 30/10/2016, domingo, às 12h34**

Mesmo nos fins de semana e em horários de grande movimentação na Feira, é possível ver estabelecimentos fechados, mas se trata da minoria. Entre os que abrem diariamente, em geral para o movimento da hora do almoço, estão restaurantes, geralmente os maiores, e algumas barracas de venda de lanches. Outros também costumam funcionar diariamente por fornecerem produtos para estabelecimentos dentro e fora da Feira, como é o caso da Loja do China.

Nos fins de semana, há estabelecimentos que ficam abertos durante todo o dia, encerrando suas atividades a partir de meia-noite. Outros abrem à tarde e fecham por volta das 6h da manhã, como é o caso da Barraca da Josi. O perfil dos clientes também varia, semelhante ao que acontecia quando a Feira era

realizada fora do pavilhão, como mostrado no Capítulo 4. Durante a semana, é possível ver um movimento maior de comerciantes pelos corredores da Feira, seja recebendo mercadorias de fora ou comprando em estabelecimentos do próprio local ou ainda fazendo reparos em suas barracas. Também é possível ver um movimento de comerciantes de fora da Feira que vão comprar produtos ali, como os vendedores de queijo coalho, facilmente identificados pelos fogareiros improvisados que costumam carregar para o preparo do queijo. Nos fins de semana, durante o dia, é possível ver muitas famílias, que costumam circular pelas avenidas principais e almoçar nos restaurantes. Também é possível ver muitos grupos, que vão à Feira por meio de excursões feitas a partir de cidades próximas do próprio estado do Rio de Janeiro, como Volta Redonda. Já nas noites e madrugadas dos fins de semana, é mais comum vermos grupos e casais, seja nas imediações dos palcos ou nos vários estabelecimentos que oferecem o serviço de karaokê, geralmente localizados fora das ruas principais.

A Feira é formada por estabelecimentos de diversos tamanhos. Segundo o comerciante China, a menor barraca tem 2m de frente x 2,80m de comprimento, totalizando 5,6m<sup>2</sup>. É o caso da Barraca Pernambucana, da Josine, que não abre todos os dias, funcionando somente nas noites dos fins de semana para a venda de bebidas alcoólicas (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Ainda segundo China, um restaurante “normal” da rua “principal” tem 96m<sup>2</sup>, podendo um comerciante ter cerca de 400m<sup>2</sup> na Feira se usar dois espaços com dois andares cada (gravação feita em 20/04/2017, Loja do China). Um dos maiores restaurantes tem dois andares e cinco ambientes. Um exemplo de estabelecimento que possui uma estrutura que se destaca na Feira é a Barraca da Chiquita.



**Figura 39 – Barraca da Chiquita em registro de campo em 01/07/2018, às 17h17: dois andares e vários ambientes**



Em nota no blog da coluna Gente Boa, do jornal O Globo, a Barraca é citada como “uma das mais famosas da Feira de São Cristóvão”<sup>79</sup>.

**'Barraca da Chiquita': Feira de São Cristóvão exporta buchada de bode para a Zona Sul**

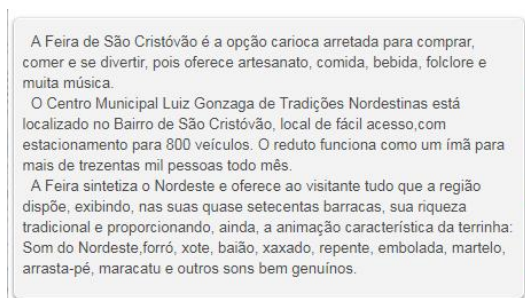
A buchada de bode chegou à Zona Sul. Frequentada por chefs como Claude Troisgros, Flávia Quaresma e Kátia Barbosa, a Barraca da Chiquita, uma das mais famosas da feira de São Cristóvão, ganhará uma versão restaurante (e dos grandes), em Copacabana. Vai ficar no burburinho da Rua Santa Clara (jornal O Globo, 13/12/2016).

Em 2018, foi inaugurada uma unidade da Barraca da Chiquita no município de Niterói, no estado do Rio de Janeiro.



**Figura 40 – Reprodução do site da Barraca da Chiquita feita pela autora em 26/12/2018 mostrando os três endereços do restaurante<sup>80</sup>**

Segundo o site da Feira, há quase 700 barracas<sup>81</sup>, sendo o número exato desconhecido da administração, conforme afirmou o então gestor da Feira (conversa em 12/01/2017, sala da administração).



**Figura 41 – Quantidade de barracas em reprodução de texto do site<sup>82</sup> da Feira**

O comerciante China afirmou que o grupo que tenta compor a nova administração da Feira havia começado recentemente um novo cadastramento de feirantes (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do

<sup>79</sup> Disponível em: <http://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/barraca-da-chiquita-feira-de-sao-cristovao-exporta-buchada-de-bode-para-zona-sul.html>. Acesso em: 06 mar. 2017.

<sup>80</sup> Disponível em: <http://barracadachiquita.com.br/>. Acesso em: 11 mar. 2019.

<sup>81</sup> Matéria feita pela Folha de São Paulo em 17/10/2000 informou que, no Campo de São Cristóvão, o comércio era feito por 818 feirantes, o que mostra uma redução depois da instalação da Feira no pavilhão (Folha de São Paulo, 2000).

<sup>82</sup> Disponível em: <https://www.feiradesaocristovao.org.br/page2>. Acesso em: 06 jan. 2019.

China). A iniciativa, segundo o comerciante, pretende identificar quem são os reais proprietários dos estabelecimentos da Feira, porque pode haver muitos casos de pessoas que venderam seus pontos e não informaram na Prefeitura, mantendo o registro no nome do antigo proprietário, prática não prevista nos documentos analisados anteriormente sobre as licenças para exercer atividades na Feira. A listagem, de acordo com China, deverá ser publicada no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro.

O então gestor da Feira já havia afirmado que os comerciantes não têm a propriedade das barracas, todas elas sendo concessões da Prefeitura, e que muitos venderam ou alugaram seus pontos (conversa em 12/01/2017, sala da administração da Feira).

Em conversa com a Josine, ela contou que seu ponto era alugado, não sendo ela a detentora da concessão (conversa em 01/11/2015, Barraca da Josi). Josine afirmou pagar R\$ 800 de aluguel (conversa em 12/09/2018 pelo *WhatsApp*).

Tentando compreender como era essa venda ou aluguel de estabelecimentos na Feira, perguntei ao China como isso era feito. O comerciante inicialmente disse que não havia venda, mas sim “passar a loja” (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). China usou seu próprio exemplo para me explicar esse ponto, afirmando que ele pretende parar de trabalhar na Feira assim que conseguir sua aposentadoria. Ele depende de decisão judicial para isso por seu empregador anterior não ter feito os devidos pagamentos ao Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), o que o impede agora de comprovar que já tem a quantidade de anos trabalhada exigida por lei para obter o benefício.

China disse que, no momento em que parar de trabalhar na barraca, a dona do estabelecimento, a como Dona Veva<sup>83</sup>, pretende passar o ponto porque seu filho não vai trabalhar no local. Essa informação de China é condizente com o que consta na legislação a respeito dos casos em que é permitida a transferência de autorização, conforme visto anteriormente (RIO DE JANEIRO, 1996b).

---

<sup>83</sup> Nome fictício, conforme explicado no Capítulo 1.

No entanto, China não cita a legislação para justificar essa passagem de ponto, mas o fato de não valer a pena contratar alguém para ficar no local por ser preciso ser alguém de muita confiança. Isso porque, segundo China, em geral o locatário faz sua clientela e depois se muda para outro local levando toda a freguesia, seja por comprar um espaço ou por encontrar um com valor mais barato de aluguel. Ele afirmou inclusive que a pessoa podia continuar pagando o aluguel do espaço inicial mantendo-o fechado por dois ou três meses e nesse período ir avisando aos clientes sobre a mudança de endereço. E concluiu: “porque tem gente que é malandro em tudo” (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

Essa explicação de China evidencia aspectos das relações entre comerciantes na Feira, como a busca por situações mais vantajosas em meio a um ambiente em que vários estabelecimentos vendem os mesmos produtos e em que disputam clientes usando como importante apelo a relação que estabelecem com eles.

A Feira não é composta somente por barracas. Também é possível encontrar vendedores que não ficam em um estabelecimento, mas que andam oferecendo mercadorias, que podem ser brinquedos, bijuterias, chicletes, balas e outros tipos de doce. Outro oferecem serviços nas ruas da Feira, como caricatura, imitação de artistas famosos, estátua viva, entre outros. O comerciante China disse que essas pessoas são “camelôs” e que pagam R\$ 15 por fim de semana para trabalhar na Feira (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).



**Figura 42 – Vendedores ambulantes em registros de campo em 01/07/2018, domingo, pouco depois das 17h**



**Figura 43 – Vendedora ambulante fantasiada em registro de campo em 10/12/2016, domingo, às 16h21**



**Figura 44 – Camelô de venda de doces em registro de campo em 07/05/2017, domingo, às 13h43**



**Figura 45 – Camelô de venda de bijuterias em registro de campo em 01/11/2015, domingo, às 16h15**



**Figura 46 – Camelô de venda de literatura de cordel registrado em campo em 01/07/2018, domingo, às 17h32**



**Figura 47 – Estátua viva no canto à esquerda, em registro de campo em 20/05/2018, domingo, às 18h13**

Além de vendedores ambulantes, camelôs e estabelecimentos comerciais, a Feira abriga outros espaços. Há, por exemplo, um Memorial do Nordeste, com maquetes retratando moradias e costumes da região.





**Figura 48 – Memorial do Nordeste registrado em campo em 12/12/2018, quarta-feira, às 11h25**

A Feira abriga ainda a VII Região Administrativa, órgão da administração municipal que compreende os bairros de São Cristóvão, Benfica, Mangueira e Barreira do Vasco.



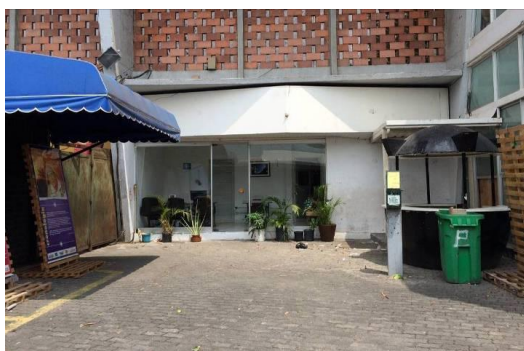
**Figura 49 – Dois enquadramentos da VII Região Administrativa registrados em campo, à esquerda, em 18/11/2016, sexta-feira, às 10h56 e, à direita, em 17/08/2018, sexta-feira, às 11h47**

Também é encontrado na Feira um espaço da Academia Brasileira de Literatura de Cordel.



**Figura 50 – Espaço da Academia Brasileira de Literatura de Cordel registrado em campo em 15/10/2016, sábado, às 10h43**

Há ainda um espaço para a Administração da Feira, que mudou de um ambiente com duas salas para um prédio em que o antigo gestor tinha afirmado ter planos de transformar em um museu sobre a cultura do Nordeste.



**Figura 51 – Espaço da antiga Administração da Feira registrado em campo em 12/01/2017, terça-feira, às 11h28**



**Figura 52 – Dois enquadramento do prédio da nova Administração da Feira em registro de campo em 01/07/2018**



**Figura 53 – Visão mais ampla do prédio da nova administração em registro de campo em 12/01/2017**

\*\*\*

A Feira de São Cristóvão reúne estabelecimentos com estruturas bastante diferentes, conforme mostrado. Essas diferenças são evidenciadas não apenas no aspecto dos estabelecimentos, mas nas formas de comunicação com os clientes. Os casos de restaurantes maiores da Feira ilustram que as estratégias de comunicação lidam também com a geografia do local.

Localizados distante das entradas da Feira, esses restaurantes costumavam fazer amplo uso dos “chamadores”, já mencionados anteriormente como as pessoas que tinham a tarefa de levar os clientes até os restaurantes. Percebendo uma diminuição considerável no número de pessoas desempenhando essa atividade, sendo difícil encontrá-las durante a semana, perguntei a China se havia acontecido algo ou se era apenas minha impressão (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

O comerciante explicou que em uma reunião foi definido que essa prática deveria ser descontinuada. Contou que essa decisão não foi bem aceita e que, diante da ameaça de continuidade da atividade, foi decidido que toda vez que entrassem na Feira essas pessoas deveriam pagar o ingresso (no caso dos fins de semana, em que a entrada é cobrada). Quando insisti perguntando sobre os chamadores que trabalhavam, não do lado de fora da Feira, mas nos corredores principais, China começou a falar de modo mais pausado e com tom mais baixo de voz, finalizando com “é... mas eles fizeram isso”. Logo depois, começou a falar que estava com “nojo” da Feira devido à “desordem muito grande” do local, já que, diante de situações como alguém que “bota as coisas no meio da rua, atrapalha o passeio de todo mundo” não se tem a quem



reclamar (conversa gravada em 12/09/2018, na Loja do China). Não insisti no assunto.

Até maio de 2017, era possível ver que, logo depois de passar pelas roletas, ou até antes delas, os clientes costumavam ser abordados por essas pessoas, em geral homens, que faziam perguntas como ‘vamos almoçar, família?’, ‘já almoçou, casal?’, ‘posso fazer uma proposta *pra* vocês?’.

Os chamadores costumavam entregar folders em que se destacavam o nome do estabelecimento e os principais pratos vendidos, geralmente com fotos. Em sua fala, em geral enfatizavam a fartura dos pratos. No verso, podia ter o nome do chamador, o valor pelo qual ele ofereceu a refeição e a quantidade de pessoas que comeria por aquele preço.



**Figura 54 – Folder de um dos chamadores, contendo seu nome e o valor da refeição para duas pessoas, R\$ 35 (cerca de € 7), recebido em campo em 05/05/2017**

Os estabelecimentos de menor porte em geral não contam com chamadores, mas a comunicação oral também faz parte de suas formas de divulgação, ficando a cargo dos próprios comerciantes que conduzem os negócios. Essa comunicação é feita tanto por gritos dos comerciantes anunciando seus produtos para os passantes, lembrando o tempo em que a Feira funcionava no Campo de São Cristóvão e em que os feirantes usavam megafones para anunciar seus produtos, como no caso da senhora que mexe na churrasqueira e ao mesmo tempo anuncia a tripa que está preparando, quanto de forma mais direcionada, como o comerciante China, que aborda o cliente que passa no corredor olhando para seu estabelecimento.

Ainda fora dos estabelecimentos, os caminhões de entrega são outra forma de comunicação das barracas maiores, que são as que possuem recursos para ter esse tipo de transporte. Nos caminhões da Neginho Descartáveis

aparecem em destaque a logomarca da barraca, tipos de produtos vendidos e o telefone.



**Figura 55 – Caminhões da Neguinho Descartáveis exibindo a logomarca da barraca em registro de campo em 16/04/2017**

No caminhão do restaurante Barraca da Chiquita o destaque é a tipografia característica da comunicação visual da barraca.



**Figura 56 – Caminhão da Barraca da Chiquita registrado em campo em 19/01/2017**

Quanto à divulgação nos próprios estabelecimentos, um dos recursos usados tanto por barracas menores quanto por maiores é o letreiro. As fotos a seguir mostram o letreiro de uma barraca de pequeno porte (ainda há menores), a Rainha do Queijo, e de um grande restaurante, o Conexão Mandacaru.



**Figura 57 – Letreiro do estabelecimento Rainha do Queijo registrado em campo em 18/05/2018**



**Figura 58 – Letreiro do restaurante Conexão Mandacaru registrado em campo em 12/10/2016**

Conforme a imagem mostra, em grandes estabelecimentos os funcionários costumam usar uniformes que em geral incluem acessórios típicos da vida em ambiente rural, como o chapéu de palha.



**Figura 59 – Funcionários com uniformes que incluem chapéu de palha em registro de campo de 18/11/2016**

Essa, no entanto, não é uma regra, havendo estabelecimentos em que o uniforme não tem relação com esse universo. Em vários estabelecimentos os comerciantes não usam uniforme. Em alguns deles, as vestimentas são bastante informais, não sendo difícil encontrar comerciantes usando bermuda e chinelo.



**Figura 60 – Uniforme de funcionária em estabelecimento de descartáveis em registro de campo em 17/08/2018**

Nem todas as barracas menores têm letreiros, conforme pode ser visto na imagem a seguir. Acredito que não possuir letreiro tenha relação também com o fato de que o nome da barraca não é o elemento de identificação mais importante daquele estabelecimento. Geralmente, esses espaços são conhecidos pelo nome dos proprietários ou administradores. Em conversa com China sobre quem eram seus clientes na Feira, o comerciante disse que a maioria era composta por barracas pequenas, das quais ele nem sabia o nome, referindo-se a elas pelos nomes dos proprietários (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).



**Figura 61 – Barraca de médio porte sem letreiro registrada em campo em 12/10/2016**

Outras formas de divulgação são as placas escritas à mão. As informações manuscritas são típicas de estabelecimentos menores, conforme pode ser visto nas fotos a seguir, em que os valores dos produtos são escritos à mão.





**Figura 62 – Barraca de pequeno porte com divulgação feita à mão registrada em campo em 15/04/2017**



**Figura 63 – Informações à mão em estabelecimento de médio porte, em registro em campo em 12/10/2016**

Cartões de visita constituem outra forma de divulgação das barracas da Feira. Em geral, são encontrados em barracas menores, oferecidos pelo comerciante ou disponibilizados no balcão para que os clientes possam pegar. Costumam conter informações similares às dos folders.



**Figura 64 – Foto de cartão de visita do estabelecimento Rainha do Queijo feita pela autora em 16/05/2018**

Nesse cartão do estabelecimento Rainha do Queijo, é possível ver uma informação muito comum na Feira, que é a disponibilização da operadora telefônica à qual se refere cada número de telefone móvel do estabelecimento, o que pode ser entendido como um benefício para o cliente (BRAGA; LOGAN, 2015). Isso porque, essa informação permite que o cliente escolha o modo mais barato de fazer a ligação, já que os planos de telefonia móvel costumam incluir a cobrança de valores menores ou até mesmo não fazer cobrança até determinada quantidade de minutos quando são feitas ligações para números que pertencem à mesma operadora.

Alguns inovam, como no caso dos cartões com a localização do estabelecimento dentro da Feira e com bandeira de times de futebol.



**Figura 65 – Foto de cartão com localização do estabelecimento na Feira feita pela autora em 15/07/2016**

Nem todos os estabelecimentos da Feira têm cartões de visita. Em geral, os estabelecimentos maiores trabalham com folders ou outras estratégias, como o cordel distribuído na Barraca da Chiquita sobre o estabelecimento.



**Figura 66 – Cordel de divulgação na Barraca da Chiquita fotografado pela autora em 24/09/2018**

O folder da Barraca da Chiquita também é diferenciado, sendo feito em papel com gramatura maior e acabamento com brilho, o que geralmente representa um custo maior para a produção do material.

Estabelecimentos da Feira também fazem uso de recursos eletrônicos em sua divulgação. Restaurantes maiores possuem seu próprio *website*, como o restaurante Barraca da Chiquita (<http://barracadachiquita.com.br>). Muitos estabelecimentos da Feira possuem páginas em redes sociais, como *Facebook*, no caso do restaurante Estação Baião de Dois (<https://www.facebook.com/restaurantebaiiao/>), e no Instagram, no caso da loja Escambau (<https://www.instagram.com/escambauvirtual/>). Há ainda os grupos de *WhatsApp*, como no caso da Barraca da Josi.

É possível perceber que não apenas chamadores, materiais impressos ou escritos à mão, como banners, placas, folders e cartões de visita, ou recursos digitais, como *site*, grupos de *WhatsApp* e páginas em redes sociais são usados como formas que os comerciantes têm de se comunicar com os clientes. Em muitos estabelecimentos, a disponibilização dos produtos na barraca funciona de forma a atrair os compradores.



**Figura 67 – Produtos expostos na entrada do estabelecimento, em registro de campo em 17/02/2017, sexta-feira, às 16h06**

Esse tipo de estratégia é mais comum em barracas de pequeno e médio porte. Não é comum ver os estabelecimentos maiores, que em geral são os restaurantes, exibindo os produtos que vendem, mas sim as fotos deles, conforme já mostrado.

A própria Feira também possui seus materiais de divulgação. Os ambientes das entradas principais, conforme descreveu Mello (2012), exibiam até 2017 toda uma roupagem criada por meio de identidade visual no âmbito de

uma repaginação da Feira feita em 2012, conforme mencionado anteriormente. Em 2018, após retornar do estágio doutoral no exterior, vi que os banners que ornamentavam as fachadas da Feira se deterioraram e não foram substituídos por novos.



**Figura 68 - Decoração da fachada até 2017 em foto na página de Facebook atrelada ao perfil @feiradesaocristovaooficial em reprodução feita pela autora em 26/12/2018<sup>84</sup>**



**Figura 69 – Fachada da Feira sem a decoração de banners vista até 2017 em registro de campo em 01/07/2018**



**Figura 70 – Rasgos na decoração da fachada da Feira registrados em campo em 17/08/2018**

Em termos pragmáticos (JAMES, 1907), a deterioração do material mostra que, apesar de um envelopamento do local, a Feira continuou colecionando problemas, sendo nesse aspecto a referência ao local como Nova Feira uma mudança de nome sem sentido.

Ao voltar do estágio doutoral também percebi a mudança em relação aos ingressos. Antes de sair para o estágio, o ingresso era comprado na bilheteria e



entregue pelo cliente a uma das pessoas que ficavam perto das roletas de acesso à Feira. O comprador não ficava com qualquer comprovante. Atualmente, o comprador permanece com o ingresso, que é somente rasgado na entrada. Atualmente também é possível comprar o ingresso pela internet, pelo site [www.aloingressos.com.br](http://www.aloingressos.com.br).



**Figura 71 – Ingresso da Feira em 27/04/2017 fotografado pela autora**



**Figura 72 - Ingresso da Feira 01/07/2018 fotografado pela autora**

Antes da ida para o estágio doutoral, portanto, até maio de 2017, era comum ver nas entradas da Feira banners informando sobre os próximos grandes shows, ou seja, shows que seriam realizados em um dos dois palcos principais da Feira.

<sup>84</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/feiradesaocristovaooficial/>. Acesso em: 11 mar. 2019.

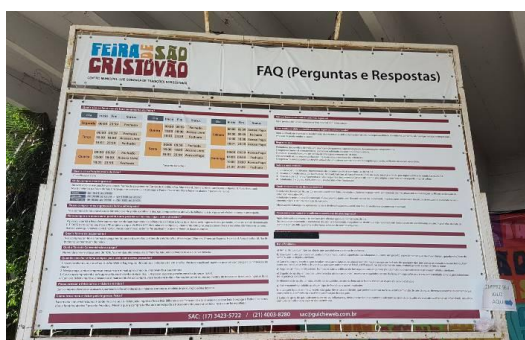


**Figura 73 – Banner com anúncio de show na entrada Padre Cícero e ao fundo decoração com os nomes dos pratos vendidos na Feira, em registro de campo em 29/10/2016**



**Figura 74 – Banner de anúncio de show na entrada Padre Cícero registrado em campo em 19/01/2017**

Quando retornei a campo em abril de 2018, percebi que o espaço desses banners havia sido ocupado com um banner intitulado “FAQ (Perguntas e Respostas)”, em que constavam a classificação indicativa (livre), os horários de funcionamento da Feira, informações sobre compra de ingresso (incluindo a modalidade de compra pela internet, que não existia até maio de 2017), objetos não permitidos no interior da Feira e os telefones e e-mail do SAC.



**Figura 75 – Banner com FAQ na entrada Padre Cícero registrado em campo em 18/05/2018**

Além do banner com o FAQ, após o estágio doutoral encontrei a bilheteria diferente, com novas cores e projetada para frente. Isso porque, o espaço anteriormente ocupado pelas pessoas que trabalhavam na bilheteria aparentemente passou a ser usado pela administração da Feira. Também

percebi ao lado da bilheteria um quiosque da empresa de telecomunicações “Claro”.



**Figura 76 – Bilheteria da entrada Padre Cícero registrada em campo em 10/07/2016**



**Figura 77 – Bilheteria na entrada Padre Cícero registrada em campo em 18/05/2018**

Há muitos materiais informativos espalhados pela Feira. Além dos grandes banners da entrada, é possível encontrar materiais menores anunciando shows.



**Figura 78 – Banner pequeno com informação sobre show registrado em campo em 11/05/2017**

A Feira também possui letreiros luminosos no alto dos corredores que são acessados logo depois que se passa pelas roletas. Os letreiros exibem o horário de funcionamento da Feira e informações sobre shows. Acima dos letreiros há uma estrutura para a colocação de divulgação que em geral é usada para a divulgação de empresas.



**Figura 79 – Letreiro luminoso na Feira registrado em campo em 12/01/2017, quinta-feira, às 11h19**

Saindo do espaço físico e indo para o universo digital, a Feira possui um *website* ([www.feiradesaocristovao.org.br](http://www.feiradesaocristovao.org.br)) em que consta um *link* para uma página na rede social *Facebook* (<https://www.facebook.com/feiradesaocristovaooficial>), atrelada ao perfil @feiradesaocristovaooficial. Ainda fora dos limites do pavilhão, é possível ver cartazes da Feira afixados em muros ou marquises da cidade, como o que anunciava o show do cantor Junior Vianna realizado em 01/11/2017, véspera do feriado de finados, que foi colocado em uma pilastra na Avenida Francisco Bicalho, na Zona Central do Rio de Janeiro.



**Figura 80 – Cartaz de show na Feira afixado em pilastra da Av. Francisco Bicalho, em registro de outubro de 2017 do Google Maps**

Também é possível ver materiais informativos de empresas que fazem divulgação na Feira.



**Figura 81 – Divulgação da rádio “FM O Dia” registrada em campo em 20/05/2018**





**Figura 82 – Divulgação da rádio FM O Dia na Praça dos Repentistas registrada em campo em 01/07/2018**

Também são encontrados nos palcos principais da Feira banners da Prefeitura do Rio de Janeiro, de empresas e de produtos.



**Figura 83 – Um dos palcos principais com banners nas laterais da “Rádio Globo”, da Prefeitura e da Nova Feira de São Cristóvão em registro em campo em 23/07/2016**



**Figura 84 –Palco principal com banners da cerveja “Antarctica” nas duas laterais e, do lado esquerdo, da marca “Kovac”, em registro em campo em 01/11/2015**



**Figura 85 – Tótem da vodka Krakovia na entrada Padre Cícero, registrado em campo em 01/07/2018**



**Figura 86 – Banner da Rádio Globo na entrada da Feira registrado em campo em 10/07/2016**

O espaço da Feira também é usado para a divulgação de ações governamentais. Um exemplo é o texto divulgado no Diário Oficial do Município que compôs o Decreto Nº 44.258, de 23/02/2018, que criou o Plano Municipal de Economia Solidária. No tópico sobre a comunicação e visibilidade da Economia Solidária, a “Feira de São Cristóvão”<sup>85</sup> é citada como um dos locais para desenvolvimento e implantação de estratégias de comunicação para a Economia Solidária e Comércio Justo Solidário por ser um dos “grandes eventos da cidade”, assim como Carnaval, Rock in Rio, Feira da Providência, Rio Gastronomia e datas festivas da cidade. Esse texto evidencia um aspecto da relação entre Feira e poder público, com a Feira sendo usada para a disseminação de conteúdo pelo órgão governamental por reunir um grande número de pessoas (RIO DE JANEIRO, Decreto N.º 44.258, de 23/02/2018).

Não é à toa que candidatos a cargos públicos fazem campanha na Feira, como fez o governador eleito para o mandato de 2019 a 2022, Wilson Witzel (O Dia, 03/11/2018<sup>86</sup>).

Também é possível ver na Feira diversas comunicações visuais da Prefeitura.

<sup>85</sup> É interessante destacar neste texto a referência ao espaço como “Feira de São Cristóvão”, não como “Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas”, e isso em um documento do próprio governo. Esse fato evidencia que o nome oficial não é usado para referências ao espaço sem que seja necessário um complemento para evidenciar que se trata da Feira de São Cristóvão. Já a nomenclatura “Feira de São Cristóvão” facilmente identifica a qual espaço se está fazendo referência.

<sup>86</sup> Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2018/11/5589638-wilson-witzel-visita-feira-de-sao-cristovao.html#foto=1>. Acesso em: 03 jan. 2019.



**Figura 87 – Logomarca da Prefeitura na entrada, registrada em campo em 10/07/2016**

A divulgação da Feira também é feita em espaços de comunicação dessas instituições. No *site* da Prefeitura, é possível ver informações sobre a programação do local.



**Figura 88 – Notícia sobre festa junina da Feira no *site* da Prefeitura divulgada em 14/06/2018<sup>87</sup>**

Muitas dessas divulgações fornecem indícios de aspectos das relações estabelecidas entre as instituições e a Feira. No *site* da rádio FM O Dia, por exemplo, há uma promoção oferecida aos ouvintes. Em troca do envio do *link* do *Facebook*, a pessoa adquire o direito de participar do sorteio de um almoço “num dos famosos restaurantes da Feira”. No texto da promoção, consta que a FM O Dia é a “Rádio Oficial da Feira de São Cristóvão”.



**Figura 89 – Promoção no *site* da rádio “FM O Dia” em reprodução feita pela autora em 13/09/2018<sup>88</sup>**

<sup>87</sup> Disponível em: <http://rio.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=8052870>. Acesso em: 11 mar. 2019.

Este capítulo reuniu com mais detalhes os motivos pelos quais a Feira de São Cristóvão é um locus privilegiado para se compreender dinâmicas presentes no Rio de Janeiro e no Brasil. Para começar, a venda de produtos por imigrantes no Campo de São Cristóvão tem relação com uma política nacional de desenvolvimento focada em alguns estados do país em detrimento de outros. A permanência de muitos imigrantes no Campo sem ter para onde ir após chegarem à nova cidade evidencia que para essas pessoas o aspecto econômico estava envolvido em grande medida na mudança de região. Conforme estudos feitos sobre a Feira abordados no Capítulo 4, muitas empresas iam até o Campo contratar os recém-chegados para trabalhar em uma das grandes obras realizadas na cidade.

A definição do bairro de São Cristóvão como ponto final de caminhões pau de arara também tem relação com aspectos da valorização territorial dentro da própria cidade e que seguem lógica semelhante à política nacional de valorização de determinadas localidades em detrimento de outras. De bairro imperial, São Cristóvão passou a abrigar casarões abandonados, configurando-se em uma periferia viável para o desembarque de imigrantes em caminhões pau de arara, seja por não possuir mais o perfil de moradores com maior poder aquisitivo de antes seja por sua localização relativamente próxima aos locais em que estavam sendo feitos os investimentos naquele momento. Esse aspecto da localização parece ter sido um dos fatores de maior relutância quanto à permanência da Feira no bairro, conforme mostra o trabalho de Cardoso (2006). A legalização da Feira parece ter sido resultado de uma confluência de fatores, sendo o contato com políticos uma das ações importantes nesse sentido (BRITO, 2002).

A análise dos documentos governamentais ajuda a compreender não apenas o percurso da Feira desde o Campo ao pavilhão, mas também a atuação dos governantes devido aos tipos de atos legislativos que produziram referentes à Feira. Durante os governos de Cesar Maia é possível identificar uma série de atos mais relacionados à organização das atividades desenvolvidas na Feira e à ocupação de seus espaços. Nos demais governos, os atos legislativos se

---

<sup>88</sup> Disponível em: <http://www.fmodia.com.br/promocao/feira-de-sao-cristovao/>. Acesso em: 11 mar. 2019.



referiram basicamente à composição da Comissão de Organização e Administração e identificação da esfera institucional à qual a Feira seria atrelada, variando entre secretarias de economia, cultura e turismo. Além disso, a última tentativa identificada de propor ajustes na gestão da Feira não inclui representantes dos feirantes, sendo o grupo de trabalho formado somente por representantes governamentais.

Também é possível identificar a Feira como um ambiente descontraído, em que dividem espaço bandeirinhas coloridas, mercadorias expostas, banners e comunicados escritos à mão. Além disso, contribuem para essa identificação o vestuário geralmente descontraído de comerciantes e clientes, os tipos de música tocadas nos estabelecimentos e nos palcos e as abordagens aos compradores, que incluem termos como patrão, freguês, freguesa, colega, menino, menina, moça, dentre outras similares.

Pelo exposto, eleger uma definição única sobre o que é a Feira de São Cristóvão é sempre trabalhar com generalizações incompletas. A Feira é muitas coisas, envolve muitos interesses, mobiliza muitos agentes. Em seu interior são estabelecidas muitas e variadas relações, a partir de vários membros, com diversos objetivos. A existência dessas relações é parte constitutiva da Feira e reflete no modo como ela se apresenta. Neste trabalho, investigo algumas dessas relações, que, presentes na Feira, evidenciam entendimentos nela em vigor, mas de modo algum esgotam sua caracterização.

A Feira já foi caracterizada de diversas formas, como mostram os trabalhos feitos sobre o local abordados no Capítulo 4. Esses trabalhos, somados à pesquisa documental e ao trabalho de campo ajudam a compreender a Feira e as interações registradas na Loja do China, atuando como uma das peças de uma espécie de quebra-cabeça, metáfora que para mim melhor traduz a sensação de tentar compreender pelo menos em parte a Feira de São Cristóvão.

## 4

### A Feira de São Cristóvão em estudo

A Feira de São Cristóvão tem despertado o interesse de pesquisadores ao longo dos anos. A análise de alguns desses estudos ajuda a compreender vários aspectos da Feira, desde sua formação no Campo de São Cristóvão, o que contribui para o entendimento de como a Feira se apresenta hoje. Devido ao volume de investigações, não houve a pretensão de reunir todas neste capítulo. Procurei fazer o mapeamento de pesquisas de mestrado e doutorado sobre o local, enfatizando os pontos destes trabalhos que contribuem com esta investigação. Informações diferentes a respeito de sua constituição e de seu funcionamento, além de opiniões distintas sobre sua realização, ilustram as dificuldades de compreender o que se passa em um ambiente tão dinâmico.

Também procuro apresentar neste capítulo as diferenças destes trabalhos em relação a esta pesquisa que desenvolvo, que têm como principal base a adoção da atitude etnometodológica. Essas diferenças são apresentadas com mais detalhes em relação aos primeiros trabalhos abordados, sendo pontuadas quando necessário na medida em que se repetem em outras investigações. Dizem respeito especialmente:

- ao uso de generalizações, o que procuro evitar com o intuito de não incorrer em contradições, o que o uso, não de categorias analíticas próprias, mas dos membros, proposta pela Etnometodologia, pode ajudar a evitar. Watson (2005) destaca que ao fazer isso é possível evitar confiar “de modo subentendido na disponibilidade visual” (p. 202). Uma pesquisa baseada em hipóteses do pesquisador pode não apenas impedir a compreensão da configuração social estudada, mas oferecer explicações contraditórias;

- ao uso de enquadramentos *a priori*, do que também procuro me afastar nesta pesquisa. Opto por considerar que as pessoas usam métodos culturais para dar sentido ao mundo e para converter esses sentidos em ações, interpretando umas às outras e frequentemente se monitorando, avaliando ou julgando suas ações.

Nesse sentido, como Garfinkel (2009), entendo cultura como método, como *know-how*. Ao não partir de enquadramentos, faço a opção por me basear em evidências locais na tentativa de desenvolver um estudo de modo a investigar, não de encontrar aquilo que pertence à moldura preestabelecida (WATSON, 2005);

- à não evidenciação dos dados. Nem sempre os pesquisadores optaram por disponibilizar nas pesquisas todos os dados a partir dos quais fazem afirmações nos trabalhos. Como adotar a atitude etnometodológica significa, dentre outros pontos, basear-se radicalmente em dados, procurei ao máximo evidenciá-los nesta pesquisa;

- ao entendimento dos membros como não conscientes da realidade em que estão inseridos. A atitude etnometodológica defende justamente o contrário: que os membros são dotados de competência para “gerenciar e comunicar as decisões de sentido, fato, método e textura causal” de uma sociedade. É nesse sentido que a Etnometodologia critica o “dope cultural”<sup>89</sup>, que consiste na tendência de teorias sociológicas de retratar membros da sociedade como demasiadamente ingênuos (SHARROCK, 2001, p. 249). A atitude etnometodológica, portanto, envolve considerar os membros entendedores da situação em que estão envolvidos, agindo racionalmente nelas. Não cabe ao pesquisador fazer julgamentos sobre essas ações, mas considerá-las como forma de acessar os entendimentos dos membros. Fazer juízo de valor sobre esses entendimentos significa analisar os membros de acordo com concepções próprias do pesquisador, tomando-as como as corretas, e não acessar os entendimentos dos próprios membros, entendendo as lógicas que norteiam suas ações;

- a presença de análises feitas pelo próprio pesquisador, não à tentativa de acesso aos entendimentos dos membros, como defendido pela Etnometodologia. Esta postura ajuda a evitar que o pesquisador desenvolva o que ele próprio critica em sua análise.

---

<sup>89</sup> Tradução livre. No original: *cultural dope* (SHARROCK, 2001, p. 249).

Antes de abordar os trabalhos, gostaria de destacar a importância de todas essas investigações, que de modos diferentes ajudam a entender ao longo dos anos aspectos da Feira de São Cristóvão e da própria sociedade em que está inserida. Registro, portanto, meu agradecimento e respeito a estes e a outros investigadores que desenvolveram suas pesquisas tendo a Feira como tema.

O primeiro trabalho de pós-graduação identificado sobre a Feira de São Cristóvão é a dissertação de Maria Lúcia Martins Pandolfo (1987), intitulada “Feira de São Cristóvão: a reconstrução do nordestino num mundo de paraíbas e nortistas”. Pandolfo (1987) estudou a Feira pelo Departamento de Filosofia da Educação do Instituto de Estudos Avançados em Educação da Fundação Getúlio Vargas (FGV), fazendo Etnografia e utilizando entrevistas abertas, histórias de vida e observação direta. A pesquisadora considerou a Feira um espaço de expressão da cultura popular e procurou identificar como a produção e a reprodução de um tipo de saber na Feira baseada no Rio de Janeiro reforçavam a identidade cultural das pessoas nascidas em estados da Região Nordeste que a frequentavam. O estudo incluiu um histórico da formação da Feira, relacionando seu início às migrações populacionais da Região Nordeste para o Centro-Sul e a formas associativas, sendo estas marcadas por disputas que teriam vigorado até a legalização da Feira, em 1982<sup>90</sup>. O registro de Pandolfo (1987) sobre as disputas quando a Feira ainda era realizada no Campo é de suma importância, pois evidencia que elas estão presentes desde os primeiros anos da Feira, se perpetuando até os dias de hoje.

Pandolfo (1987) também estudou a caracterização do ambiente da Feira e formas de categorizações de seus fundadores e frequentadores, diferenciando a categoria atribuída e a de reconhecimento, respectivamente paraíba e nortista. Seu estudo tratou a produção e venda de alimentos e pratos típicos dos estados do Nordeste como manifestações específicas da Feira, considerando-as práticas e técnicas baseadas na educação de senso comum e, por isso, um tipo de saber próprio das classes populares. A pesquisadora considerou a Feira de São Cristóvão como um espaço de expressão popular que ajudava as pessoas

---

<sup>90</sup> Ribeiro (2005) afirma que a Feira foi legalizada em 1984.

nascidas na região Nordeste a reconstruírem sua identidade na cidade do Rio de Janeiro.

Assim, Pandolfo (1987) optou por partir de alguns pressupostos para suas análises que se afastam da proposta do estudo que realizou. Ao tratar da Feira como cultura popular, por exemplo, Pandolfo (1987) considerou a existência de uma cultura específica de uma classe dominante, a cultura erudita, e de outra cultura específica de classes dominadas ou subalternas, a cultura popular, destacando não ser possível afirmar a existência de uma cultura popular homogênea. Já nesta pesquisa que desenvolvo com a atitude etnometodológica evito partir do enquadramento das pessoas em determinado grupo, que reuniria características comuns e nortearia a conduta dos indivíduos, como cultura popular. Como Garfinkel (2009), entendo cultura como método, como *know-how*.

Outro ponto de distanciamento desta investigação em relação ao trabalho de Pandolfo (1987) diz respeito à evidenciação dos dados. Pandolfo (1987) afirma, por exemplo, a existência de práticas reproduzidas na Feira de São Cristóvão que seriam comuns a pessoas da Região Nordeste. Segundo a pesquisadora, a Feira de São Cristóvão foi produzida à semelhança do Nordeste, reproduzindo suas formas de sociabilidade e organização. No entanto, não identifiquei em seu trabalho dados que comprovassem essas afirmações. Ao mesmo tempo, Pandolfo (1987) afirma que a Feira de São Cristóvão apresenta uma organização diferente de feiras do Nordeste, que costumavam ser “divididas em setores que muitas vezes correspondiam a um só produto”, não havendo essa divisão na Feira de São Cristóvão (p. 74). Pandolfo (1987) também afirma que em algumas feiras do Nordeste há uma diferença entre as atividades desenvolvidas por homens e mulheres, o que na Feira de São Cristóvão não era reproduzido, sendo “intensa a presença feminina atuando em praticamente todos os setores” (p. 79). Além disso, ao descrever as feiras realizadas na cidade do Rio de Janeiro, Pandolfo (1987) identificou as relações familiares como característica marcante. No entanto, a pesquisadora também identificou esse aspecto na Feira de São Cristóvão, quando escreveu ser “comum a participação de grupos familiares” na preparação e venda de comida (p. 78), mostrando assim que estava diante de

uma característica da Feira que não era específica do Nordeste, podendo ser vista em uma feira do Rio de Janeiro.

Pandolfo (1987) considerou ainda que as pessoas que formaram a Feira de São Cristóvão faziam parte de classes subalternas, tendo, portanto, que resistir a uma massificação e a um nivelamento e, assim, reconstruir sua identidade, tendo na Feira um espaço para isso. Estudos posteriores, como o de Ribeiro (2005), mostram que várias pessoas fizeram parte do processo de desenvolvimento da Feira, inclusive grandes comerciantes, com lojas em outros locais da cidade, o que não os enquadraria em uma classe subalterna segundo a classificação de Pandolfo (1987).

Isso não significa que a Feira não representaria um local importante para muitos imigrantes naquele momento, apenas que a mesma não foi formada por um grupo com características homogêneas. Vários interesses estiveram presentes. É preciso destacar que o passar dos anos tornou esse aspecto mais evidente, como mostram trabalhos feitos depois do estudo de Pandolfo (1987). Mas a própria pesquisadora oferece pistas de que já havia identificado que a Feira não foi desenvolvida somente por pessoas pobres nascidas no Nordeste ao afirmar ter tido contato com “pessoas de classe social mais elevada que trabalhavam na venda de artesanato” (p. 89).

Outro ponto que chamou a atenção na investigação de Pandolfo (1987) foi a presença de pessoas que não parecem se enquadrar no perfil que a pesquisadora definiu como o de frequentador da Feira, “nordestino das classes populares” (p. 11), evidenciando desde o início uma mistura no público que se reunia no Campo. Além de a própria Pandolfo afirmar ser frequentadora da Feira, a pesquisadora destaca que no sábado à noite o espaço era frequentado por pessoas “aparentemente de classe social mais elevada” e que reunia “hábitos de consumo comuns aos bares da zona sul” (p. 70).

Tratando sobre as instâncias de representação, Pandolfo (1987) afirma que os feirantes não tinham um pensamento metódico, coerente e crítico, não assumindo conscientemente seu papel na história da Feira, delegando assim a grupos minoritários o controle econômico e a organização do espaço. Mais adiante, Pandolfo (1987) afirma que as mulheres que preparam alimentos na Feira não têm consciência de que seu produto faz mais do que alimentar, pois elas se movem pelo “senso comum” sem uma visão de mundo criticamente

elaborada de forma a permitir que compreendam a apropriação simbólica de seu produto (p. 189). No entanto, a pesquisadora cita o depoimento de uma feirante que afirma sentir prazer em trabalhar na Feira “porque lembra o norte” (p. 190).

Essas afirmações são em parte coincidentes com dados da pesquisa que desenvolvo, que mostram a pouca participação em questões administrativas por parte dos comerciantes com os quais tive maior aproximação, o China e a Josine. No entanto, diferente de Pandolfo (1987), não credito essa falta de participação à ausência de “um pensamento metódico, coerente e crítico”, pois compreendo, conforme Garfinkel (1967) que as pessoas agem em seu cotidiano guiadas por racionalidades práticas. No caso de China e Josine, de acordo com gravações e conversas com os comerciantes, entendo que a falta de participação se deva a fatores como descrença e desconfiança.

Mesmo considerando a ausência de um pensamento crítico, Pandolfo (1987) afirma que não passava “despercebido para o nordestino” a importância política da Feira devido à grande quantidade de votos que ela proporcionava, evidenciando assim sua consciência política e seu entendimento da representatividade social da Feira (p. 61). Em suas conclusões, Pandolfo critica o fato de os feirantes não se organizarem enquanto classe na Feira, sendo sua presença nesse espaço “uma forma de expressão da consciência ingênua” (p. 198). Esse entendimento se distancia do que os dados de campo me mostraram e da própria postura que busquei adotar nesta pesquisa, entendendo os membros como detentores de competência para “gerenciar e comunicar as decisões de sentido, fato, método e textura causal” de uma sociedade, ou seja, entendedores da situação em que estão envolvidos, agindo racionalmente nelas.

Outro ponto que chama a atenção no trabalho de Pandolfo (1987) é que, ao explicar o uso do termo “paraíba”, por exemplo, a pesquisadora afirma que sua origem tem relação com “uma reação de menosprezo, depreciativa, reforçadora de todo um conjunto de estereótipos (...) criados dentro de uma visão etnocêntrica com relação a um ‘grupo social diferente’”. No entanto, ao se referir aos artistas da Feira como “individualistas” e “conservadores” e não evidenciar que esses seriam entendimentos dos membros, Pandolfo (1987) também parece de certo modo explicitar seus próprios estereótipos a respeito do papel que um artista deve ter.

Apesar de distanciamentos em relação à pesquisa realizada por Pandolfo (1987), alguns pontos de proximidade foram identificados. Duas categorizações que Pandolfo analisou na pesquisa – paraíba e nortista – foram identificadas pela pesquisadora a partir do campo como expressões dos próprios membros, portanto, êmicas, como defende a atitude etnometodológica. Além disso, a pesquisadora também enfrentou dificuldades técnicas na realização de sua investigação, como barulho, o que em seu caso atrapalhou as entrevistas e, no meu, a ouvir as gravações.

O trabalho de Pandolfo (1987) também contém descrições importantes sobre a formação da Feira, como datas e processos de organização dos feirantes em associações e de legalização da Feira. Algumas características mencionadas são observadas até hoje, como a não entrega de nota fiscal ao cliente por alguns comerciantes; a pesquisa de preço entre as barracas; a Feira como espaço de convívio e não apenas de compras; solidariedade e disputas entre comerciantes; diferenças econômicas entre os estabelecimentos; tensões com órgãos governamentais; a identificação com turismo, passeio e lazer; o desenvolvimento do negócio por familiares; a exposição dos produtos e a comunicação face a face como importantes apelos de venda; a venda de produtos não provenientes da Região Nordeste, sendo alguns fabricados no Rio de Janeiro; a presença de compradores e vendedores que não são naturais do Nordeste; a venda de produtos entre os próprios comerciantes; a propriedade de mais de uma barraca na Feira; o apelo à fartura nos pratos servidos nos estabelecimentos; a prática de deixar o cliente à vontade; a brincadeira no atendimento ao cliente.

Os versos em cordel feitos por aqueles que estavam no momento de formação da Feira e reproduzidos por Pandolfo (1987) também são registros importantes, pois evidenciam entendimentos de alguns membros, no caso os cordelistas, sobre as situações vividas e ajudam a perceber continuidades e mudanças na Feira.

Lúcia Morales (1993) desenvolveu a dissertação “A feira de São Cristóvão: um estudo de identidade regional” no Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). A pesquisadora se dedicou a verificar como era construída uma identidade regional na Feira a partir dos seus próprios membros. Para isso,



fez observação de campo e entrevistas com feirantes e frequentadores entre outubro de 1991 e julho de 1992. Para o tratamento dos dados, usou a literatura sobre etnicidade e grupo étnico e a noção de *habitus* de Bourdieu, que consiste na ideia de que “a história do indivíduo, construída no seu mundo social, está encarnada no seu corpo e é visível nos seus gestos, posturas e modo de falar” (p. 6).

Apesar de ter outros objetivos, a pesquisa de Morales (1993) possui pontos de contato com a pesquisa que desenvolvo por se basear nas pessoas para verificar a construção de categorias. Em sua conclusão, por exemplo, Morales (1993) afirma ter verificado que “o grupo nordestino de forma alguma é homogêneo” e que “A Feira se constitui de várias Feiras (...)” (p. 181), o que remete à impossibilidade de fazer generalizações, afirmações que os dados de minha pesquisa corroboram.

Sendo natural do estado do Ceará e tendo vivido em Fortaleza, Morales (1993) conta ter conhecido a Feira somente quando estava no Rio de Janeiro para fazer mestrado, quando a mesma lhe foi apresentada como um local em que se podia encontrar tudo do Nordeste. No entanto, a pesquisadora conta que muito do que viu não fazia parte de seu cotidiano em Fortaleza, embora fosse familiar. Morales (1993) afirma que a Feira era o local em que “a culinária, a dança, a música, o canto e a literatura característicos da chamada cultura nordestina marcam a sua existência e, acima de tudo, viabilizam formas de sociabilidade”, sendo essas trocas as responsáveis por conferir à Feira “a dimensão de uma festa” (p. 64).

A afirmação de Morales (1993) vai ao encontro do reforço da Feira como atração turística, visto na revisão de leis, decretos e resoluções apresentada no Capítulo 3. Um espaço que contém referências a elementos presentes em estados da Região Nordeste, e que por isso são familiares a pessoas originárias dessas localidades, mas que também se distancia delas, se afastando do que acontece no cotidiano de muitos desses locais. Esse entendimento reforça a pertinência de se estudar a Feira em si, não tentando compreendê-la a partir de outros eventos ou outras localidades. Essa percepção compartilhada por Morales (1993) de acordo com sua vivência no Ceará e na Feira também reforça uma ideia que me ocorreu ao visitar a festa de São João na cidade de

Porto, em Portugal, durante o estágio doutoral, na noite de 23 para 24 de junho de 2017.

Durante o evento, vi objetos sendo vendidos que não esperava encontrar em uma festa, como roupas. Isso porque, em festas juninas que costumava frequentar na cidade do Rio de Janeiro não havia esse tipo de oferta, sendo as barraquinhas destinadas a vendas de comidas típicas desses eventos, geralmente aquelas feitas no interior dos estados, e brincadeiras. No entanto, imediatamente me lembrei da Feira de São Cristóvão, pois nela era possível encontrar esse tipo de produto. Foi assim que, naquele momento, vi a Feira como uma festa e fiz essa anotação:

Assim que cheguei à Festa de São João de Porto me lembrei da Feira de São Cristóvão. Primeiro pelo tipo de artigo e serviço que vi sendo vendidos: calçados, roupas, brinquedos. A venda de comida eu já esperava, mas não contava de encontrar venda de frutas e muitos menos a venda de calçados e roupas, o que mais me surpreendeu.

Assim como na Feira de São Cristóvão, vi preços de produtos escritos à mão e inscrições nos nomes das barracas remetendo a família e regionalidade. Vi também muitas famílias, além de casais namorando e gente se divertindo. Vi grupo de música se apresentando e música eletrônica. Vi gente em restaurantes na orla, gente em volta de churrasqueiras montadas na rua, comendo e bebendo produtos comprados nas barraquinhas, gente que levou sua comida e sentou na calçada. Vi muita alegria também, nas pessoas e na decoração da rua, com bandeirinhas coloridas e estruturas luminosas nas ruas de acesso à parte da festa. Tudo isso me fez pensar: a Feira de São Cristóvão pode não ser mais tão semelhante a uma feira destinada à venda de produtos, mas para mim ela tem muita semelhança com a festa de São João que vi no Porto. A partir dessa experiência na festa de São João de Porto, fiquei pensando na Feira de São Cristóvão não como uma feira, mas como uma festa, uma festa de São João (diário extracampo, 23 para 24/06/2017).

Ainda em Portugal, durante conversa com uma pessoa que mora em um dos estados da Região Nordeste, ela me disse que nas festas realizadas no interior, geralmente atreladas ao calendário de celebrações da Igreja Católica e a colheitas, são comuns a venda, não apenas dos alimentos cultivados em maior quantidade na época, mas também de roupas e calçados. Ela disse que em sua família as pessoas inclusive esperam a realização dessas festas para comprar esses artigos com preços mais baixos.

Durante o período em que fez sua pesquisa, a Feira ainda funcionava no Campo de São Cristóvão, o que levou Morales (1993) a afirmar que se tratava de “uma forma de diversão em espaço aberto e público, onde não se paga para entrar e no qual se pode dançar, sem necessariamente ter que gastar dinheiro”

(p. 3), caracterização que hoje não é mais pertinente devido à necessidade de pagamento de ingresso, pelo menos nos fins de semana.

Assim como outros pesquisadores, Morales (1993) também afirmou que o público frequentador da Feira era formado “basicamente” por “nordestino de origem rural e de classe baixa” (p. 3). Apesar disso, a pesquisadora não restringe o público a esse perfil, registrando a presença de “pessoas da classe média e turistas”, mas afirmando estar longe de ser proporcional à presença do “nordestino pobre” (p. 3). Sobre os feirantes, Morales (1993) afirmou que “predomina, também, o nordestino embora haja muitos cariocas e pessoas de outros estados” (p. 3).

Percebe-se nessas afirmações a mistura de pessoas na Feira, seja em relação a frequentadores ou a comerciantes. A descrição de Morales (1993) deixa claro que, ainda funcionando no Campo de São Cristóvão, era possível encontrar em meio aos feirantes pessoas naturais do Rio de Janeiro, não do Nordeste, o que evidencia que a composição da Feira tem essa mistura em sua base. Além disso, Morales (1993) afirma que a mistura também se dava no campo da música, sendo possível encontrar “rock, bolero, samba, sertaneja, música romântica e forró” (p. 3), e nos objetos à venda, que incluíam “brinquedos do Paraguai” (p. 182).

Essas informações compartilhadas pela pesquisadora ajudam a evidenciar a dificuldade de elencar elementos nos quais se basear para uma reivindicação de um retorno às origens da Feira como puramente nordestina. Morales (1993) registrou que esse tipo de crítica já estava presente enquanto a Feira ainda funcionava no Campo.

Em um dos depoimentos que reproduziu, um membro da Associação de Moradores do bairro de São Cristóvão disse:

Aos sábados aquela coisa meio doida de alimentação ainda é de nordestino, mas aos domingos não é mais. É de conhecimento de que nestes bares ao redor do Campo há venda do direito de barraca. Essas sapatarias e lojas contratam camelô. Camelô é mão-de-obra contratada por esses atacadista (p. 29).

A presença de turistas de fora do Brasil foi um dos pontos ressaltados por Morales (1993) ainda não evidenciado por outros pesquisadores, assim como a visita feita na companhia de guias de turismo. Em outro depoimento reproduzido pela pesquisadora, uma feirante afirma: “Vem turista, pessoal de

São Paulo, daqui do Rio, gringo” (p. 35). Essas informações confirmam a relação com o turismo desde o início da Feira.

Outro aspecto registrado pela pesquisadora ainda na década de 1990 foi a diferença entre os estabelecimentos, visível pela forma de ocupar o espaço, assim como acontece atualmente na Feira. Morales (1993) descreveu áreas compostas por barracas mais ou menos estruturadas, às quais ela denominou “região central”, “região periférica” e “região acentuadamente periférica”. Sobre esta última, descreveu um comportamento que é possível verificar hoje em dia em algumas barracas, em que comerciantes ficam “parados e calados diante deles [objetos à venda], enquanto os possíveis compradores examinam” (p. 28). A pesquisadora explica que essa era uma prática comum entre os comerciantes que vendiam objetos usados, para os quais os clientes ofereciam um preço que o feirante em geral considerava muito baixo, dando início a “trato ríspido”, “silêncio aborrecido” e “olhar desconfiado” (p. 28).

Essa descrição de Morales (1993) evidencia que já no Campo a Feira apresentava questões quanto à territorialidade das quais tratou Park (1926), com áreas sendo mais valorizadas do que outras. Mostra ainda um modo peculiar no trato com clientes encontrado até hoje em alguns estabelecimentos, conforme registrei em minhas primeiras idas a campo, antes de iniciar as gravações na Loja do China.

Já em suas considerações finais, Morales (1993) faz um registro interessante relacionando o nome Feira de São Cristóvão, como era chamada pelas pessoas naturais do Nordeste, com uma ideia de se ter o bairro de São Cristóvão como destino. O bairro era conhecido como “o local, dentro da cidade do Rio de Janeiro, para onde se dirige a fim de fazer compras e se divertir” (p. 181), além de matar a saudade, aspecto que a investigadora destaca em todo o seu trabalho.

Claudia Barcellos Rezende coordenou uma pesquisa sobre os significados da amizade que incluiu o estudo de redes de amigos<sup>91</sup>. Uma dessas redes era composta por amigos e conhecidos que frequentavam a Feira de São Cristóvão. Os dados foram obtidos por meio de observação participante e

---

<sup>91</sup> Os dados da pesquisa e de sua tese de doutorado originaram o livro “Significados da amizade: duas visões de pessoa e sociedade” (2002), publicado pela editora FGV, em que Rezende estuda os significados da amizade no Rio de Janeiro e em Londres.

entrevistas semiestruturadas realizadas por Martha Nogueira, então bolsista no projeto. Os entrevistados foram jovens universitários entre 18 e 25 anos que moravam com seus pais em bairros das Zonas Norte, Sul e Oeste do Rio de Janeiro. Em artigo publicado sobre o estudo, Rezende (2001) explora a possibilidade de a sociabilidade, enquanto prática de confraternização, ao mesmo tempo realçar diferenças e promover separações, especialmente quando há a questão da afirmação de certas identidades. O estudo é feito no contexto de uma redescoberta da cultura nordestina e do forró por “jovens cariocas de segmentos médios”, que os faziam frequentar com mais intensidade não apenas a Feira, mas também shows de forró em casas noturnas (REZENDE, 2001, p. 169).

Rezende (2001) evidenciou que a aproximação entre cariocas e nordestinos na Feira de São Cristóvão não era nova e remetia a uma discussão clássica a respeito de haver na sociedade brasileira uma convivência harmônica entre diferentes, tendo-se como pano de fundo uma sociedade extremamente hierárquica e desigual. Sua pesquisa mostrou que na Feira de São Cristóvão havia uma aproximação espacial entre grupos sociais distintos em torno do forró, mas que a distância social mantinha-se de várias formas.

Dentre outros pontos, Rezende (2001) destacou o uso de categorias tipificadoras e generalizantes, como nordestino e cultura nordestina, e a referência ao corpo, como barriga e aspecto meio sujo, como formas de essencialização de diferenças. Diferente de outros trabalhos sobre a Feira, como o de Pandolfo (1987), Rezende (2001) evidencia os dados que utiliza para fazer tais afirmações. Assim, Rezende (2001) explicitou que a ideia de que a Feira pode aproximar cariocas e nordestinos envolve uma tensão com uma visão hierárquica das diferenças sociais, reforçada no discurso e também em ações, como nos impedimentos à dança. Esses aspectos destacados por Rezende (2001) são importantes para esta investigação sobre a Feira especialmente no tocante ao uso da expressão “Fala, patrão”, usada por China. O comerciante parece fazer uso justamente do conhecimento dessa hierarquização, de que também trata Rezende, para incentivar os clientes a comprarem em seu estabelecimento, conforme explicado no Capítulo 7.

Ruth Helena de Souza Britto (2002) desenvolveu a dissertação “A feira e o shopping de cultura popular” no Programa de Pós-graduação em Ciências

Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Britto (2002) descreve sua investigação como uma “etnografia de mobilização coletiva ocorrida em 1993” (p. 5). Seu trabalho de campo foi realizado de julho a outubro de 1993 na Feira e na Câmara de Vereadores, que ela afirma ter sido o “lugar em que a contenda, de fato, se efetivou” (p. 9). Isso porque, sua pesquisa é realizada no momento em que a Associação Fluminense de Pequena e Média Empresa (Flupeme) assina um contrato com o município do Rio de Janeiro para usar o pavilhão por 26 anos, em concorrência promovida pela Riotur em 1992. O projeto era construir um shopping centre no local, o Pavilhão Center, com 500 lojas, praça de eventos e funcionamento como centro permanente de exposições. O espaço do Campo não estava previsto no contrato, mas, segundo Britto (2002), o presidente da Flupeme, Benito Paret, afirmou que precisaria da área para canteiro de obras e depois estacionamento.

A Flupeme tinha o apoio de moradores do bairro de São Cristóvão, que reclamavam da realização da Feira, referida como “falsa feira típica”, devido a problemas como sujeira, barulho, prostituição, violência, venda de armas e objetos roubados, contrabando, jogatina e venda de carnes de procedência duvidosa (BRITTO, 2002, p. 18 e 19). A comissão de defesa da Feira rebatia afirmando que as irregularidades estavam associadas à falta de atuação do poder público, “que os havia relegado à própria sorte” (BRITTO, 2002, p. 19). A reclamação parece ter semelhanças com o que acontece atualmente, visto a reclamação de China de que aqueles que não pagam condomínio não recebem qualquer punição. A proposta dos feirantes era uma conciliação entre os interesses, pois afirmavam que no Campo havia espaço para Flupeme, moradores e feirantes.

Este é o primeiro trabalho em que um envolvimento mais explícito entre políticos e feirantes é registrado. Apesar disso, Britto (2002) afirma que entre os feirantes já havia um entendimento de que a realização da Feira envolvia a existência de “alianças de interesses” com políticos (p. 16). A pesquisadora reproduziu o seguinte comentário de um representante de feirantes: “nós temos força para eleger um deputado estadual” (p. 16).

Britto (2002) conta que o feirante José Guilherme, que trabalhava com conserto de relógios há mais de 20 anos na Feira, procurou a vereadora Jurema Batista em 1993 para falar sobre a ameaça de remoção e o abandono do local.

Após esse encontro, o feirante e um assessor da vereadora, Eric, iniciaram o cadastramento de feirantes e a conscientização sobre a importância de se organizarem para lutarem contra a remoção.

São interessantes os registros das dificuldades apontadas por José Guilherme e Eric na tarefa de conscientização. Diferente do que apontou Pandolfo (1987) e mais condizente com os dados que obtive nesta pesquisa, ambos relacionaram a resistência de feirantes ao modo como os mesmos estavam entendendo a situação. José Guilherme destacou como entrave uma “diversidade ideológica, expressa em distintos posicionamentos político-partidários”, que “explicava tanto o que considerava um desinteresse de seus pares pela ‘causa’ quanto uma suposta ausência de organização política entre eles” (BRITTO, 2002, p. 25-26). Eric destacou “indiferença” e “desconfiança”, pois muitos o viam como cabo eleitoral da vereadora para quem trabalhava, não sendo convencidos pela explicação de que o mesmo já tinha sido camelô e que tinha envolvimento com uma militância política que privilegiava a organização dos grupos na defesa de seus interesses (BRITTO, 2002, p. 26).

A pesquisadora registrou ainda a formação da “comissão de defesa da feira nordestina do Campo de São Cristóvão”, criada em uma reunião informal em meados de 1993 e sem a convocação prévia de feirantes, que passou a se apresentar diante de autoridades legislativas como porta-voz dos feirantes (p. 10). A comissão tinha o papel de convencer outros feirantes a aderir à causa. O grupo foi formado por 24 pessoas, sendo 20 feirantes; o presidente do órgão representativo dos feirantes na época, a Associação de Proteção ao Nordeste do Estado do Rio de Janeiro (Apronorde), Antônio Mota; três frequentadores, sendo um artista, o cantor Raimundo Fagner, um agente comunitário, o Agamenon de Almeida, que depois foi presidente da Coopcampo, e seu assistente.

Britto (2002) destacou que todos os feirantes que compunham a comissão tinham bastante tempo de atuação na Feira, em média 20 anos, e estavam ou já tinham estado à frente de alguma associação ligada a ela. Essa característica é apontada pela pesquisadora como possível justificativa para desfrutarem de uma posição privilegiada perante seus pares. Entre esses feirantes, além de José Guilherme, estavam nomes como Marcos Lucena, que participava do programa “Fala Povo”, de José Messias, na rádio Metropolitana AM 1090, onde

denunciava a situação da Feira, e Francisca Alda, conhecida atualmente como Chiquita. Britto (2002) destacou que Chiquita tinha uma das maiores barracas da Feira, em localização privilegiada, contando com oito a 10 funcionários, sendo a única em que os feirantes usavam traje padronizado com a marca da casa. Ela se tornou uma das líderes da mobilização dos feirantes, inclusive na Câmara de Vereadores. Chiquita usava sempre um chapéu de couro semelhante ao de cangaceiros.

Mas entre os integrantes da comissão as informações que mais chamam a atenção são aquelas referentes a Agamenon. Britto (2002) registrou as explicações de Agamenon sobre sua aproximação com a Feira, visto que não era comerciante. Agamenon teria dito que largou seu trabalho como assessor do subprefeito da Zona Norte, João Mendes, por discordâncias quanto ao tratamento político em relação à ameaça de retirada da Feira do Campo e por entender que os feirantes estavam precisando de ajuda naquele momento porque “estavam muito fraquinhos” (BRITTO, 2002, p. 31). José Guilherme e outros, no entanto, teriam afirmado que Agamenon teria sido demitido da subprefeitura.

Britto (2002) afirmou que durante a votação do Projeto na Câmara nenhum vereador discursou contra a Feira. Assim, a disputa teve como desdobramento a aprovação do Projeto de Lei N.º 236/93, que viabilizou a criação do Espaço Turístico e Cultural Rio/Nordeste no Campo de São Cristóvão pela Lei Ordinária N.º 2.052, de 26/11/1993 (RIO DE JANEIRO, 1993). Logo após a votação do Projeto, cabos eleitorais dos vereadores Jurema Batista e Pedro Porfírio distribuíram panfletos se apresentando como aqueles que haviam garantido sozinhos a vitória da Feira. Agamenon, vestido de cangaceiro, também passou a se autopromover. A comissão se desfez, substituída por outra, “composta pela ‘velha-guarda’ da feira” (BRITTO, 2002, p. 142). Um ano depois, Britto (2002) afirma ter presenciado um discurso em um evento que denunciava que o poder público não tinha cumprido com sua parte, permanecendo a Feira sem banheiro, água e luz. Os moradores reclamavam de barulhos e perigos.

Em seu estudo, Britto (2002) identifica o que os dados de minha pesquisa também evidenciam: disputas e ausência de busca de uma solução conjunta entre os feirantes sobre o destino da Feira. Mas, diferente do que defendo,



Britto (2002) acredita em uma falta de vida associativa na Feira. Como trato no Capítulo 7, entendo que a associação exista, mas não o senso de comunidade.

Maria Fernanda Dias de Almeida Marques (2002) desenvolveu a dissertação “A valorização cultural de áreas urbanas: a Feira de São Cristóvão e a Feira da Rua do Lavradio” no Mestrado em História e Preservação do Patrimônio Cultural do Programa de Pós-graduação em Arquitetura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). O objetivo de Marques foi mostrar como “eventos populares”, como ela considera a Feira de São Cristóvão, podem “valorizar culturalmente” lugares antigos da cidade detentores de “exemplares arquitetônicos que fazem parte do patrimônio histórico e artístico do Rio de Janeiro” (p. 1). Para isso, a pesquisadora utilizou pesquisa bibliográfica em jornais, revistas e *websites*; observação de campo, com anotações e fotos, e questionário, aplicado a comerciantes, expositores e feirantes.

Tendo estudado a Feira a partir da Arquitetura, Marques (2002) se interessou por aspectos que diferem bastante do estudo aqui empreendido. Mesmo assim, sua investigação traz informações importantes para a compreensão de entendimentos a respeito da Feira. Uma dessas informações é o enquadramento da Feira na área de turismo, como “parte do roteiro turístico de artes e artesanato da cidade”, segundo o Guia do Rio Verão 2001 da Riotur, e “atração de cultura popular”, segundo o Guia Amoroso do Rio (p. 1). Assim, Marques (2002) é mais uma entre outros pesquisadores que registrou o aspecto de atração turística como parte da gênese da Feira.

Marques (2002) estudou a Feira quando a mesma ainda era realizada no Campo de São Cristóvão e entendeu que sua permanência no local e eminente transferência para o pavilhão era fruto de vantagens percebidas pelos órgãos públicos com aquele evento popular. Vislumbrando o que viria a ser a Feira dentro do pavilhão, a pesquisadora afirmou que os comerciantes sairiam da informalidade do mercado e ingressariam no mercado formal de trabalho e de tributações. De acordo com observações de campo, percebo que muitos aspectos de informalidade ainda estão presentes na Feira, como a não emissão de nota fiscal, evidenciando que este ponto não foi plenamente desenvolvido até os dias de hoje.

Entre as especulações em torno da transferência para o pavilhão, Marques (2002) registrou o temor de alguns comerciantes de não conseguir arcar com os custos da mudança; a possibilidade de mudança de público da feira, das camadas mais populares para a classe média, e o receio de que a Feira perdesse sua “alma” genuinamente nordestina e popular, pontos que também foram apontados por outros pesquisadores como temor e ação concreta (p. 123).

A pesquisadora afirmou ainda que a Feira não exerceu influência na venda de produtos típicos ao redor do Campo de São Cristóvão, o que não se confirma atualmente. Nas ruas em torno da Feira, é possível encontrar estabelecimentos comerciais com nomes que remetem ao Nordeste, como na Rua Senador Alencar, que possui a loja de artigos diversos denominada “Casa dos Nordestinos” e o restaurante “Cabana do Norte”. Em uma padaria da Rua Bela, é possível encontrar vários sabores de tapioca, alimento típico da culinária da região Nordeste. Na feira livre realizada aos domingos na Rua General Bruce, é possível encontrar a goma da tapioca, o que não é tão comum em outras feiras da cidade.

Valéria Mariz Loreto (2003) desenvolveu a dissertação “Televisão e nordestinos: identidade regional e leitura diferenciada” no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). O estudo de recepção dos discursos televisivos por migrantes nordestinos de camada popular, com ênfase para a telenovela, foi o ponto de partida da pesquisadora. Loreto (2003) considera mediações de identidade, cultura e classe social para verificar se a identidade regional interfere na leitura dos conteúdos massivos e na negociação de sentido por parte desses sujeitos.

Loreto (2003) fez uma pesquisa qualitativa com estudo de caso a partir de 24 entrevistas gravadas, de 15 a 30 minutos cada, orientadas por um questionário padrão com 53 perguntas. Seu trabalho de campo foi realizado de julho a novembro de 2002. A pesquisadora também comparou um grupo de migrantes nordestinos com ligação com a Feira, sendo trabalhadores no local, e outro sem essa ligação, tendo como objetivo verificar se o vínculo reforçava a identidade regional nordestina e se essa identidade provocava uma leitura diferente em relação aos migrantes que não eram ligados à Feira. Loreto (2003)

estava interessada em saber se os migrantes se viam retratados na TV e qual papel a telenovela desempenhava na relação com os meios.

Tendo pontos de partida e abordagens radicalmente diferentes e até mesmo opostas à pesquisa que desenvolvo, como o uso de entrevistas e, assim como Pandolfo (1987), a categorização de membros como integrantes de uma camada popular, para citar apenas alguns aspectos, são interessantes no trabalho de Loreto (2003) dados pontuais que ajudam a compreender como se apresentava a Feira naquele momento. Um deles é a venda de artigos que não eram típicos de estados da Região Nordeste, como material escolar, o que é registrado com frequência nas investigações sobre a Feira e o que também é visto atualmente. Outro é o horário de funcionamento, das 13h de sábado às 16h de domingo, o que foi ampliado com a transferência para o pavilhão. Loreto (2003) registra ainda a variedade no perfil do público, o que também observei em campo. Sobre o assunto, reproduz a fala de uma entrevistada que explica a composição dos clientes de acordo com os horários, o que parece se repetir em parte ainda hoje.

(...) cada horário é um público diferente, se você vim agora (se referindo à manhã de sábado) são pessoas que fecham o comércio esse horário de meio dia e ficam até 4 horas, 5 horas, 5 horas chega família até 10 horas, depois de 10 horas é a garotada, assim 11 horas os artistas fecham os espetáculos e vêm, aí quando chega na madrugada já é o pessoal que trabalha na noite e que fecha os estabelecimentos e vem, vem às vezes até com os funcionários, aí quando for amanhã de manhã (domingo), a gente tem o contêiner de obra, o dia da folga, aí vem comprar roupa que é popular, vem comprar ferramenta e daí vai (...) (LORETO, 2003, p. 82).

Interessante perceber nessa descrição a menção à compra de roupas, caracterizando a Feira como um local não apenas de venda de alimentos e exibição de shows.

Martha Carvalho Nogueira (2004), que participou do projeto de Rezende (2001), fez a dissertação “Estado, mercado e cultura popular no centro Luíz Gonzaga de tradições nordestinas” no Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Primeiro dos trabalhos aqui reunidos que trata da mudança para o pavilhão, o estudo teve como foco as consequências para alguns trabalhadores da transformação da Feira em um Centro de Tradições administrado pela Prefeitura da Cidade, com a parceria de empresas privadas. Para tanto, analisou depoimentos e situações que acompanhou no decorrer do processo, durante seis meses, assim como

discursos que justificavam a iniciativa da Prefeitura. O *corpus* da pesquisa inclui 15h de filmagens, entrevistas, materiais impressos, consulta a documentos oficiais e cerca de 300 fotos. Nogueira (2004) manteve contato com 15 barraqueiros, um cantor, um sanfoneiro e duas dançarinas. Também entrevistou cordelistas, músicos de forró eletrônico, frequentadores, profissionais de marketing, administradores da Prefeitura e o presidente da cooperativa.

É interessante o registro de Nogueira (2004) sobre as qualificações e as atividades desenvolvidas previamente por Agamenon, a essa altura já presidente da cooperativa: formado em administração e engenharia civil, tendo trabalhado como radialista e policial federal por cinco anos. A pesquisadora também afirmou que o presidente da cooperativa era dono da barraca Chique & Xique, uma das maiores da Feira.

Entre os aspectos já registrados por outros pesquisadores e importantes para esta pesquisa, Nogueira (2004) aborda o favorecimento de alguns comerciantes na transferência para o pavilhão, citando especificamente o restaurante Baião de Dois, que teria escolhido a localização e o tamanho que ocuparia; as críticas quanto à venda de produtos que não eram típicos do Nordeste e manifestações de feirantes que ficaram de fora do pavilhão. A pesquisadora registrou que cerca de 100 barraqueiros realizaram uma manifestação pacífica em 15/09/2003 pedindo que o município liberasse o Largo do Gasômetro para que continuassem trabalhando.

Em relação às novidades que sua investigação apresenta sobre a Feira naquele momento estão a divulgação de alguns valores de barracas dentro do pavilhão, R\$ 6 mil (pouco mais de € 1.200) para barracas pequenas e R\$ 33 mil (aproximadamente € 6.850) para barracas de 12x8m, que seriam financiados pelo Fundo Carioca da Prefeitura em 12 parcelas a partir de janeiro de 2004. A cobertura, que justificava os preços mais altos, apresentou defeitos. Além disso, outros acabamentos prometidos acabaram ficando a cargo dos feirantes. A pesquisadora relaciona à realização de eleições municipais o fato de a Prefeitura ter aberto mão do valor das prestações e do período em que essa decisão foi informada. Na época, César Maia, prefeito quando a Feira foi transferida para o pavilhão, concorria à reeleição.

Nogueira (2004) também mencionou as oficinas oferecidas pelo Sebrae aos feirantes, durante um ano, desde antes da transferência, no Colégio Pedro II, em frente ao pavilhão; a gestão da Feira a cargo de uma empresa da área de recursos humanos, a Novezala, que seria a administradora da Coopcampo; e o contrato de exclusividade com a Feira firmado entre a cooperativa e a cervejaria Schinkariol em troca de freezers, mesas, cadeiras e uma cota de bebidas gratuitas. Esse contrato começou a ser questionado pelos feirantes quando muitos não ganharam o prometido e perceberam que o preço das bebidas não estava sendo vantajoso.

Entre os pontos de afastamento em relação à pesquisa que desenvolvo estão os entendimentos sobre cultura, com ênfase para a cultura popular; o estabelecimento de categorias analíticas pela pesquisadora, sem apresentar elementos êmicos que a sustentem, e adjetivações que não são evidenciadas como tendo partido os próprios membros, como as roupas “insinuantes” de Silvana e sua mãe (NOGUEIRA, 2004, p. 17).

Nogueira (2004) considera que a defesa da preservação e do resgate da tradição nordestina e da cultura popular estavam atrelados a uma política de desenvolvimento empresarial e embelezamento urbano. Ela argumenta que havia no Brasil o interesse de forjar a ideia de identidade nacional, sobretudo nos projetos elaborados a partir de uma visão estatal de preservação de patrimônios culturais.

A pesquisadora registra o sábado, 06/09/2003, como o último da Feira fora do pavilhão. No dia da inauguração, estavam presentes uma equipe da Rede Globo, a socialite Vera Loyola e dezenas de fotógrafos e operadores de câmera. Houve discursos de políticos, a celebração de uma missa e o discurso do presidente da cooperativa. Apesar da transferência, Nogueira (2004) afirma terem sido mantidas as mesmas tendências de comportamento descritas por Britto (2002) quando a Feira ainda era realizada no Campo:

Quase todos estão insatisfeitos, no entanto há aqueles que não querem se envolver porque não querem brigar ou que realmente brigam, contra um presidente que se crê poderoso por ser ‘macho’; há aqueles que se omitem porque não foram convidados, e dizem não conhecer ‘essa gente’ que passou a mandar lá dentro; e há aqueles que são cooptados em troca de ‘favores’. Poucos são aqueles que conhecem seus direitos enquanto cooperativados e conseguem expor suas críticas às decisões tomadas pelo presidente, devido à ausência de uma cultura política democrática em um espaço que tem sido palco de muitas brigas de faca e juras de morte (NOGUEIRA, 2004, p. 28-29).

Em relação às resoluções de conflitos por meio da violência, e até da morte, Nogueira (2004) registrou a fala de Agamenon sobre o papel da Coopcampo sobre o assunto.

Foi de 1996 pra cá é que a gente começou a mudar esse perfil. Porque antes era morte todo final de semana, 3, 4 mortes, e aí a partir da entrada da COOPCAMPO, ela em vez de ser a feira da morte, passou a ser a feira da vida (NOGUEIRA, 2004, p. 32).

Esse registro vai ao encontro de uma conversa que tive com um motorista de Uber que tinha chegado de Recife, estado do Nordeste, há pouco tempo e ainda se adaptava ao Rio de Janeiro. O motorista contou que em várias situações no trânsito considerou ter sido desrespeitado e que se estivesse em Recife teria resolvido a situação por meio da violência física. O motorista afirmou que lá, ainda hoje, as discordâncias são resolvidas com briga ou bala e que por isso as pessoas pensam duas vezes antes de desrespeitar alguém (diário extracampo, 15/11/2018).

Semelhante ao que os dados de minha pesquisa mostram, Nogueira (2004) também identifica a falta de envolvimento dos comerciantes com os assuntos administrativos, tendo afirmado que “a maior dos barraqueiros estava alheia às principais discussões sobre as mudanças que se encaminhavam e atingiriam a todos” (p. 15-16). A pesquisadora explicou que sempre era orientada a procurar o presidente da Feira quando perguntava sobre como estava o andamento do processo de mudança para o pavilhão e de que forma estavam participando.

Maria de Fátima Ribeiro (2005) desenvolveu a dissertação “Nem feira de Paraíbas, nem shopping dos Nordestinos: um estudo sobre o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas” no Programa de Pós-graduação em Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), utilizando especialmente observação de campo, questionários, conversas e entrevistas. O foco de Ribeiro (2005) está nas relações da Feira e dos feirantes com o que ela denomina “setores formais da economia, privados e públicos” (p. 3).

Nesse percurso, além de tratar do histórico da Feira, fez um mapeamento de sua composição em termos de perfil dos comerciantes, considerando informações como naturalidade, tempo de migração, faixa etária, gênero, motivações para trabalhar na Feira, dentre outros, e também do perfil dos

estabelecimentos, como tipo de produto vendido, origem dos produtos, forma de obtenção pelos comerciantes, número de pessoas trabalhando, tamanho da barraca, dentre outros. Destaca como aspectos importantes da Feira a criatividade e o conhecimento do cotidiano, do “se virar”, que preenchem um espaço que seria dado ao treinamento, como tendo papel fundamental para a competitividade (p. 119). Essa afirmação da pesquisadora reforça a importância de se tentar ter acesso aos conhecimentos dos próprios membros na realização das atividades na Feira.

Ribeiro (2005) analisa o local como fruto de redes de relações variadas, como pessoais, familiares e políticas. Afirma que o modo de condução dos empreendimentos não segue métodos gerenciais padronizados usados em grandes empresas, sendo baseados em experiências vividas em empreendimentos de pequeno porte. No entanto, Ribeiro (2005) não explicita claramente o modo de gerenciamento de estabelecimentos da Feira, o que distinguiria esse *modus operandi* de outros tipos de empreendimentos. A pesquisadora recomendou o fortalecimento da capacidade organizativa dos feirantes para a consolidação bem sucedida da Feira como arranjo produtivo local (APL) e, em termos mais amplos, defendeu o desenvolvimento de políticas especialmente para micro e pequenas empresas.

Nesse estudo, além de considerar aspectos já mencionados por outros pesquisadores, como a formação da Feira atrelada à imigração e ao turismo, o entendimento da Feira como espaço também de lazer e identidade, a venda de produtos entre os próprios comerciantes, a condução dos estabelecimentos por familiares, as diferenças de estrutura entre os comerciantes, os custos repassados aos comerciantes no momento da transferência para o pavilhão e depois abonados, Ribeiro (2005) traz outros elementos importantes para a compreensão da atual configuração da Feira.

Um deles, assim como apontam algumas gravações que fiz, diz respeito às relações entre os comerciantes em que se destaca a autonomia dos estabelecimentos em relação uns aos outros. Diferente de outros pesquisadores que enfatizaram a reunião dos feirantes, Ribeiro (2005) identificou a separação, apesar de não usar esse termo. A pesquisadora define a configuração da Feira como “um arranjo produtivo” composto por “unidades produtivas

relativamente autônomas associadas em uma cooperativa de trabalho bastante peculiar” (p. 4-5).

Ao descrever a Feira, Ribeiro (2005) menciona iniciativas que teriam sido pensadas em benefício da coletividade, mas que não se concretizaram ou foram desenvolvidas em caráter individual. Um exemplo é o uso coletivo dos alojamentos construídos na Feira e que passaram a ser ocupados somente por alguns feirantes. Essa situação permanece nos dias de hoje, conforme relato de uma comerciante com quem conversei.

No primeiro dia de gravação em vídeo na Feira, ao solicitar autorização para gravar em uma barraca, a funcionária informou que não podia autorizar porque o dono não estava, pois tinha ido descansar em um box na Feira. A funcionária descreveu o espaço como “bom, confortável, com ventilador e roupa de cama” e afirmou que nem todas as barracas tinham boxes (diário de campo, 10/12/16). O comerciante que não tinha box e optava por não ir embora dormia na própria barraca, como é o caso do comerciante China. Ribeiro (2005) também registra a intenção de disponibilização de um serviço coletivo que não se concretizou, a instalação de uma creche, o que poderia ser útil para as famílias que atualmente levam seus filhos para as barracas enquanto trabalham, como é o caso de Josine em alguns momentos do fim de semana.

Outra contribuição importante de Ribeiro (2005) para esta pesquisa é abordar os arranjos envolvidos no processo de formalização da Feira, mencionando membros até então não apontados por outros pesquisadores. Um desses membros é o coronel Oscar Silva, que, como representante da presidência da república, assina um ofício em 1959 endereçado ao chefe do setor de feiras livres João da Costa solicitando a legalização da Feira, não sua extinção. Esse ofício, como apontou Ribeiro (2005), mostra que a legalização da Feira não envolveu somente providências no âmbito da cidade ou do estado do Rio de Janeiro e não foi reivindicado somente pelos comerciantes, vereadores da cidade, artistas e frequentadores, tendo apoio de instâncias federais.

Ribeiro (2005) trata ainda da criação da Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão e do Conselho Orientador, instituídos pela Lei Ordinária nº 2.052, de 26/11/1993, que cria o Espaço Turístico e Cultural Rio/Nordeste no Campo de São Cristóvão,



regulamentando assim a realização da Feira no Campo. Não apenas a menção à criação da Comissão e do Conselho é importante para esta pesquisa, mas também as mudanças desses grupos ao longo dos anos e possíveis entendimentos sobre sua presença na legislação sobre a Feira.

Se inicialmente a Comissão devia ser presidida por um representante da Apronorde, depois extinta, redações posteriores da Lei nº 2.052 primeiramente retiram da Associação o papel da presidência e depois a retiram da Comissão, mantendo apenas representantes dos feirantes, sendo interessante observar que nenhum feirante possuía *status* de presidente.

Também é importante perceber no trabalho de Ribeiro (2005) ações públicas que, se desconectadas do trabalho de campo, poderiam ser compreendidas como medidas unilaterais ou sugestões do poder público, como formalização da Comissão pela Lei nº 2.052: “Segundo relato de feirantes, desde 1992 uma comissão informal já havia sido criada com o objetivo de negociar a permanência da Feira frente as [sic] constantes ameaças do poder público de extingui-la” (p. 22). Ribeiro (2005) explica ainda que são alguns integrantes da Comissão que decidem criar a Coopcampo, que também viria a ser extinta, evidenciando assim a recorrência de dissolução de instâncias representativas dos feirantes, como aconteceu em 2017.

Sobre a Coopcampo, Ribeiro (2005) destaca o que parece ser uma versão da Cooperativa sobre sua ação quanto aos comerciantes que fariam ou não parte da Feira. Ribeiro (2005) afirma que a Coopcampo teve participação ativa na inclusão de nomes em listas oficiais com o intuito de não deixar ninguém de fora. Em trabalho posterior, Cardoso (2006) inclui essa atitude como um dos argumentos para a solicitação de extinção da Cooperativa pelo Ministério Público, sob a alegação de que comerciantes que nunca estiveram no Campo de São Cristóvão abriram seus negócios no pavilhão. Ribeiro (2005) destaca que a Coopcampo foi a responsável por firmar os primeiros convênios com empresas prestadores de serviços, como de gás e telefonia, o que mais tarde Cardoso (2006) também apontou como parte das acusações que levaram ao afastamento e à extinção da cooperativa. Ribeiro (2005) também mencionou o carisma do presidente da Cooperativa, mais tarde acusado de corrupção, como registrou Cardoso (2006).

Interessante observar que Ribeiro (2005) reproduz em sua caracterização da Feira um argumento usado pelos representantes dos comerciantes até os dias atuais para destacar a importância do local: a superação do número de visitantes do Pão de Açúcar e do Corcovado, famosos pontos turísticos da cidade. Essa comparação mostra, dentre outros aspectos, o trabalho de elevar a importância da Feira para a cidade pela vinculação aos equipamentos turísticos, sendo ela própria considerada uma opção turística no Rio de Janeiro.

Movida pela atitude etnometodológica, interessa o acesso aos entendimentos dos membros em cada uma dessas épocas, mostrando como em um momento a pesquisadora retrata a Cooperativa como exercendo um papel de defesa dos comerciantes, ao incluir os nomes dos ausentes nas listas oficiais, e como em outro o pesquisador registrou essa ação como parte de uma prática indevida da Cooperativa pela inclusão de comerciantes que não trabalhavam no Campo de São Cristóvão. O mesmo acontecendo em relação aos convênios firmados com empresas, também alvo de denúncias de favorecimento. Esses diferentes registros em relação à Cooperativa ilustram não apenas problemas com as instâncias de representação, mas o dinamismo da Feira, com relações em constante atualização, assim como as dificuldades em se fazer afirmações generalistas.

Mesmo tendo registrado entendimentos favoráveis à Cooperativa, Ribeiro (2005) também destacou o descontentamento de feirantes com os custos das contas de água, gás e luz, divididos entre os comerciantes de acordo com o tamanho de seus estabelecimentos, já que não havia a cobrança individualizada. Até os dias de hoje, a cobrança permanece desta maneira, sendo os gastos embutidos no valor do condomínio que os comerciantes devem pagar mensalmente. Mas o ponto mais interessante registrado por Ribeiro (2005) neste aspecto diz respeito à forma que os comerciantes tinham para protestar contra os valores praticados:

A discordância do feirante em relação a decisões tomadas ou a indignação em relação a [sic] falta de providências esperadas, longe de se constituir em atitudes participativas, costuma ser materializada no não pagamento da mensalidade da Cooperativa ou de tributos, como luz ou gás (RIBEIRO, 2005, p. 31).

Essa explicação retira de dificuldades financeiras vivenciadas pelos comerciantes a justificativa exclusiva para o não pagamento dos encargos devidos. Essa prática pode ter se repetido nos dias de hoje, contribuindo para a

interrupção da prestação dos serviços de água e energia elétrica, o que afirmo com base em conversas com comerciantes, conforme já mencionado.

Sobre esse ponto, mais uma vez, é pertinente destacar a contribuição da atitude etnometodológica. O interesse em compreender as situações a partir do ponto de vista dos membros protege o pesquisador de elaborar explicações a partir de suas próprias concepções e de, assim, cometer equívocos em relação ao que se passa em dada configuração social. A hipótese de falta de recursos para o pagamento das taxas pode ser considerada plausível se for levado em conta, por exemplo, o pequeno tamanho de alguns estabelecimentos em relação a outros, bem maiores. No entanto, a atitude de tentar compreender os entendimentos dos membros faz com que a hipótese de protesto em relação aos valores, e não a falta de recursos, também seja considerada como uma justificativa para o não pagamento do condomínio, em que as taxas estão incluídas. A confirmação desta hipótese, assim como outras explicações, precisa ser encontrada nos membros, não no pesquisador.

A força que a Coopcampo assumiu é evidenciada por Ribeiro (2005) ao registrar que o termo de autorização de uso do pavilhão foi assinado entre a Secretaria Especial de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur) e a cooperativa, com quem também a Prefeitura firmou convênio para o financiamento das barracas aos feirantes. Assim como outros pesquisadores, Ribeiro (2005) registrou a responsabilidade da cooperativa quanto ao uso e conservação do pavilhão e custeio do que fosse necessário para a realização da Feira. E, nesse sentido, em uma postura que se distancia da atitude etnometodológica por motivos já explicados anteriormente, Ribeiro (2005) cita Pandolfo (1987) para afirmar que os nordestinos não teriam consciência de seu papel na história da Feira e por isso delegariam sua administração à cooperativa.

Ribeiro (2005) menciona ainda em relação à cooperativa uma prática também vista atualmente na Feira: a posse de um depósito de bebidas por parte do órgão representativo dos feirantes. Ribeiro (2005) afirma que a Coopcampo mantinha um depósito como este na Feira para a venda aos comerciantes. O presidente da Associação dos Feirantes, antes que a mesma tivesse sido destituída no fim de 2017, também era proprietário de um depósito de bebidas na Feira.

Outra situação registrada por Ribeiro e por outros pesquisadores e que se manteve diz respeito à venda de produtos que não têm origem em estados da região Nordeste. Ribeiro (2005) reproduz a fala de um feirante em que ele afirma que comerciantes compravam a carne de sol que vendiam na Feira em Nova Iguaçu ou Bonsucesso e que outro a fazia em seu frigorífico em Caxias. Em gravações realizadas para esta pesquisa, registrei a presença de uma fornecedora que produzia no Rio de Janeiro biscoitos disponibilizados aos comerciantes para venda na Feira (diário de campo, 30/04/2017).

A existência dessa situação já no momento da transferência da Feira para o pavilhão evidencia que esse tipo de arranjo não é uma novidade entre os comerciantes e que, portanto, o Centro de Tradições Nordestinas desde seu início possui a característica de venda de produtos produzidos, por exemplo, no Rio de Janeiro e em estados vizinhos. Além disso, ao registrar que 32% dos feirantes eram naturais do Rio de Janeiro, Ribeiro (2005) evidencia que pouco depois da entrada da Feira no pavilhão o número de comerciantes não naturais de estados do Nordeste era expressivo, o que pode explicar a ênfase em uma necessidade de reforço de uma identidade nordestina, criticada por outros pesquisadores, como Cardoso (2006).

Outra contribuição importante de Ribeiro (2005) é a distinção que ela faz entre os propósitos de uma associação e de uma cooperativa, sendo esta voltada para interesses econômicos. A mudança de associação para cooperativa, portanto, evidencia a própria forma como os comerciantes passaram a se compreender enquanto um coletivo. Ribeiro (2005), no entanto, não oferece elementos sobre os entendimentos dos comerciantes em relação a esse aspecto. Destaca, por um lado, as possibilidades de parcerias que a mudança de constituição jurídica na representação dos feirantes possibilitava e, por outro, afirma que a maior parte das compras para os estabelecimentos era feita individualmente, ainda que os pedidos fossem feitos para o mesmo fornecedor, mas não evidencia explicações dos feirantes para essa situação. As informações a respeito da cooperativa são importantes por evidenciarem que as formas como os comerciantes se reuniram desde sua gênese são permeadas por tensões e individualismos.

Ribeiro (2005) registrou ainda iniciativas de capacitação dos comerciantes desenvolvidas por ocasião da transferência para o pavilhão pelo

Sebrae, conforme Nogueira (2004) também mencionou, pela Secretaria de Vigilância Sanitária e por outras organizações, fruto de um convênio com a Secretaria Municipal de Trabalho e Renda. A menção a essas instituições evidencia novas relações estabelecidas com a Feira, com um viés, por um lado, de oferta de subsídios e orientação, e, por outro, de serviços cobrados a juros, como no caso dos financiamentos. Esses são alguns dos sentidos em que pode ser entendida a instalação no pavilhão, segundo relatou Ribeiro (2005), de uma agência da Caixa Econômica Federal, uma casa lotérica, uma unidade do Sebrae e outra da Sedect. No entanto, Ribeiro destaca que os conhecimentos desenvolvidos na Feira têm como base o cotidiano dos envolvidos, não parâmetros gerenciais comumente empregados em grandes empresas.

Também é importante a contribuição de Ribeiro (2005) no sentido de evidenciar que entre os principais motivos que levaram os comerciantes à Feira, a tradição familiar e a oportunidade de abrir um negócio próprio superaram motivações como desemprego e complementação de renda, comumente associadas aos comerciantes da Feira de São Cristóvão. Esse ponto reforça a importância da pesquisa junto aos membros e o questionamento de impressões baseadas nos relatos de pesquisadores sobre a formação da Feira. Mostra também que iniciativas econômicas não têm como motivações únicas a geração de lucro (MAUSS, 1923; POLANYI, 1944).

Entre as informações contextuais registradas por Ribeiro (2005), o fato de não ser cobrada entrada na Feira merece destaque. Ribeiro (2005) reproduziu a fala de uma comerciante elogiando o oferecimento de uma estrutura melhor para o desenvolvimento das atividades e o acesso gratuito, o que poderia atrair mais público. No entanto, atualmente, nos fins de semana, é preciso pagar para entrar. Em âmbito maior, Ribeiro (2005) destaca a importância para a inclusão social de micro e pequenas empresas, como ela afirma ser a maioria dos estabelecimentos da Feira, por serem criadoras de postos de trabalho e geradoras de renda, contribuindo para a ampliação do mercado interno e para o exercício da cidadania.

André Luiz Carvalho Cardoso (2006) fez a dissertação “Arquitetura encapsulando a informalidade: da Feira dos Paraibás ao Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas” no Programa de Pós-graduação em Arquitetura da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de

Janeiro (UFRJ). O pesquisador estudou a criação do Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas a partir dos esforços de requalificação urbana do Campo de São Cristóvão, procurando entender como projetos que se valem da cultura e têm interesse turístico procuram fixar através da arquitetura ícones de identidade, engessando as manifestações culturais que enfatizam. Cardoso estava interessado em estudar a requalificação arquitetônica de um espaço popular implementada pelo poder público como geradora de impactos sociais para os agentes envolvidos e de que maneira esses impactos produziram um novo espaço. Nesta investigação, Cardoso utiliza observação, registro fotográfico e entrevistas.

As considerações que Cardoso faz sobre os mercados populares como espaços de apropriação de práticas informais, como as feiras livres, são interessantes para a compreensão da transferência do comércio realizado no Campo de São Cristóvão para o pavilhão. Cardoso aborda a arquitetura dos mercados como tentativa de formalizar a informalidade, denunciando o histórico de apropriação de espaços informais pelo poder público no Rio de Janeiro e no Brasil em termos socioeconômico e estético-arquitetônico, como tentativa de oficializar o domínio econômico e político da atividade.

Cardoso (2006) faz um paralelo entre a transferência da Feira para o pavilhão e o Mercado da Candelária, do qual hoje resta apenas uma torre usada como restaurante, mas que teria sido construído a partir de 1835 para a venda de peixes e outros gêneros de alimentação em substituição às barracas de madeira da Praia do Peixe, correspondente ao trecho entre a Praça XV de Novembro e a Rua da Alfândega. O Mercado da Candelária foi substituído definitivamente em 1908 pelo Mercado Central e este, por sua vez, pelo Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara (Cadeg), no início da década de 1960, por diferentes inspirações arquitetônicas para as políticas públicas. Além de oferecer uma contextualização para a transferência do comércio realizado no Campo de São Cristóvão para o pavilhão baseada em uma prática governamental recorrente no Rio de Janeiro, nessa discussão, Cardoso (2006) faz um retorno na história e afirma que a chegada dos portugueses ao Brasil estava inserida em um quadro de interesses mercadológicos europeus, destacando “que a conquista das terras brasileiras está intrinsecamente ligada à idéia [sic] de mercado” (p. 23). Essa afirmação de Cardoso (2006) vai ao

encontro da reflexão que faço no Capítulo 3, para a qual recorro a contribuições de Park (1926) sobre a formação do Rio de Janeiro como intimamente ligada a dinâmicas de mercado.

Ao abordar o histórico da Feira de São Cristóvão, Cardoso (2006) destaca o ponto de vista das duas associações que pretendiam representar os comerciantes, ambas contrárias à legalização da Feira. Esse é um dos pontos em que o pesquisador explicita entendimentos dos próprios membros, os dirigentes das cooperativas, aos quais têm acesso a partir de ação realizada contra o processo de legalização: a divulgação de que a Feira perderia suas características nordestinas se passasse a ser administrada pela Prefeitura.

Cardoso (2006) também registra, assim como fizeram outros pesquisadores, o reforço da identidade nordestina feito pelos comerciantes como característica do comércio realizado no Campo de São Cristóvão. No entanto, ao mesmo tempo em que destaca o reforço de uma identidade nordestina empreendido por membros da Feira, Cardoso (2006) critica o esforço de se fixar pela arquitetura essa identidade nordestina com cunho turístico. Nesse processo, o pesquisador afirma ter havido uma espetacularização da cultura popular com objetivos turísticos e a fragmentação de identidades.

Essas premissas constituem aspectos em que o trabalho de Cardoso (2006) se afasta da investigação que desenvolvo. Assim como outros pesquisadores, Cardoso (2006) critica o reforço de uma identidade nordestina, no entanto, dados que obtive em campo e informações dadas pelo próprio pesquisador mostram que esse entendimento estava presente entre os membros como um importante diferencial da Feira. Um exemplo é o uso desse argumento por representantes da associação contra a legalização da Feira e a submissão à Prefeitura.

Cardoso (2006) critica uma espetacularização da identidade nordestina, passando a ideia de que essa ênfase teria sido imposta pelo poder público por meio da arquitetura e de outros elementos construídos na Feira, como a estátua de Luiz Gonzaga na entrada. “O Centro de Tradições agora participa de uma identidade espetacularizada pela cultura de massa e manipulada pelo poder público” (p. 6). Cardoso (2006) também registra a ênfase dada pelos comerciantes a essa identidade, afirmando que os comerciantes embarcaram

em uma encenação da identidade nordestina que remetia a um Nordeste inexistente, algo inventado pelos comerciantes, “mais real do que a própria realidade” (p. 140).

Outro ponto de afastamento em relação ao trabalho de Cardoso (2006) se refere a uma crítica em relação à postura dos feirantes no processo de mudança para o pavilhão. Ao analisar o cordel distribuído na inauguração do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, por exemplo, Cardoso (2006) afirma que “a poesia popular se rende aos ‘heróis’ da política governamental” (p. 6). O cordel elogiava a “obra de César Maia”, então prefeito da cidade, e afirmava que a beleza arquitetônica ajudaria a atrair mais turistas (p. 6). Diferente de Cardoso (2006), entendo que este documento pode oferecer indícios dos entendimentos de alguns feirantes em relação à mudança para o pavilhão.

Um aspecto interessante mencionado por Cardoso (2006) nesse processo é a inclusão da Coopcampo como tendo um papel importante no processo de transferência da Feira para o pavilhão, ao lado da Caixa Econômica Federal e da Prefeitura do Rio de Janeiro, e como se deu sua atuação.

Sobre a Coopcampo, além de destacar a recusa à legalização da Feira pela suposta perda de privilégios dos responsáveis, Cardoso (2006) registra, anos depois, o afastamento da cooperativa solicitado pelo Ministério Público por irregularidades desde a sua composição. Pesaram denúncias de facilitação de instalação de estabelecimentos que nunca funcionaram no Campo de São Cristóvão e atraso nas contas de água e luz, com ameaça de corte pelos fornecedores. O relato de Cardoso (2006) evidencia que a situação pela qual passa atualmente a Feira não é nova. Em 2017, a diretoria da Feira foi afastada pela Prefeitura sob a alegação de má gestão, após, dentre outros fatos, terem sido suspensos por falta de pagamento o abastecimento de energia e água.

Outras tensões registradas por Cardoso (2006) e já relatadas por outros pesquisadores são importantes para a compreensão de configurações atuais da Feira. Uma delas diz respeito a terem ficado de fora da transferência para o pavilhão “cerca de 285 feirantes, além de artistas e ambulantes” (p. 6). Segundo a reprodução de uma entrevista feita por Cardoso (2006), uma comerciante que construía os muros de sua barraca com a família informou que muitos não quiseram se transferir para o pavilhão devido ao custo, “mais de R\$ 30 mil” (cerca de € 6.225), com prestações pagas pelos comerciantes para a



Caixa Econômica Federal, dívida posteriormente perdoadada pela Prefeitura (p. 114). Enquanto isso, comerciantes de grandes restaurantes, como Chiquita e Baião de Dois, contrataram uma arquiteta para montar seus estabelecimentos, que foram entregues pela Prefeitura sem paredes e alguns sem cobertura.

Cardoso (2006) especifica ainda as diferenças entre os estabelecimentos ainda no Campo, o que também foi registrado em outras pesquisas: “Destes restaurantes, alguns chegavam a ter mais de 120 lugares, com muitos empregados, palcos para shows e pistas de dança” (p. 71). Em relato da comerciante Chiquita reproduzido por Cardoso (2006), mais um aspecto das diferenças entre os estabelecimentos, alguns sendo vendidos porque os comerciantes não conseguiam arcar com os custos enquanto outros “têm grandes empresários como donos” (p. 124).

Conforme já mencionado, as disparidades entre os comerciantes se repetem atualmente. Nas gravações feitas na Feira, é possível ver que alguns têm recursos para usar geradores de energia enquanto outros permanecem no escuro ou compartilhando o equipamento de outra barraca.

Além de tensões, as modificações estruturais pelas quais passaram a Feira também são importantes contribuições do trabalho de Cardoso (2006) para esta investigação. A mudança para o pavilhão não representou apenas a ocupação de um novo espaço físico, mas a disponibilização de facilidades aos comerciantes, como a oferta de sistema de gás, energia elétrica, telefone, controle de incêndio, espaços fixos para as barracas, banheiros pagos para o público e palcos para shows. Neste momento também houve a ampliação do horário de funcionamento do fim de semana para terça-feira a domingo.

Outro aspecto importante do trabalho de Cardoso (2006) é ter enfatizado em seu histórico sobre mercados em geral, não somente no tocante à Feira de São Cristóvão, a relação entre estes e sociabilidade, sendo os mercados espaços também de celebração coletiva e lazer já na Idade Média.

A sonoridade da sanfona foi o ponto de partida de Joana de Cássia Santos Araujo (2010) ao estudar as manifestações ao vivo realizadas com o uso desse instrumento musical na Feira de São Cristóvão e em outros espaços da cidade do Rio de Janeiro. Sua dissertação “A sanfona na cena musical carioca” foi desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Música do Centro de Letras e Artes da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) por meio

especialmente de entrevistas, observação participante, registros fotográficos e em vídeo. Araujo (2010) teve como objetivo investigar a presença da sanfona na cena musical carioca após o declínio do forró universitário e descobriu ser um equívoco considerar seu uso como restrito ao forró e aos migrantes do Nordeste.

A ligação de sua pesquisa com a Feira de São Cristóvão foi feita pelo fato de o local reunir músicos que usavam esses instrumentos, sendo a Feira considerada por Araujo (2010) como “reduto primeiro e/ou passageiro de todo e qualquer sanfoneiro carioca” (p. 58). Araujo (2010) afirma que era possível encontrar “experientes sanfoneiros que tocavam com seus trios de sanfona, triângulo e zabumba nas redondezas do Pavilhão” (p. 3) e que depois da transferência para o espaço fechado continuou a ser possível ver o uso desse instrumento na Feira, mesmo que de diferentes formas, como a execução de forró por “carioca da zona sul” (p. 41) e o “forró eletrônico com instrumentalização ‘tradicional’” (p. 109).

Ao tratar da Feira como reduto de sanfoneiros, Araujo (2010) evidencia os usos do espaço por grupos até então pouco abordados por outros pesquisadores, com exceção de Rezende (2001), os “jovens de classe média”. Essa e outras categorizações presentes no trabalho de Araujo (2010), feitas não apenas pela pesquisadora, mas por jornalistas que assinam notícias reproduzidas por ela na dissertação, evidenciam uma distinção entre os imigrantes com idade mais avançada e moradores mais jovens do Rio de Janeiro que costumavam se divertir dançando forró na Feira realizada no Campo de São Cristóvão e depois dentro do pavilhão. Ainda hoje é possível perceber a presença de grupos de jovens que frequentam a Feira especialmente nas noites de sexta-feira e sábado, não somente para dançar forró, mas para cantar nas máquinas de karaokê disponíveis em vários estabelecimentos.

É interessante observar que, se ao registrar a presença de jovens cariocas como frequentadores da Feira Araujo (2010) não destaca qualquer desconforto, ao relatar esses jovens como músicos, a pesquisadora menciona, por meio de relato de um dos músicos, um comportamento de desconfiança por parte do público. Além disso, ao evidenciar o estranhamento causado em alguns frequentadores pelo desenvolvimento de uma atividade geralmente feita por naturais do Nordeste, como tocar sanfona, por pessoas não provenientes dessa

região, Araujo (2010) oferece elementos para explicar o porquê de uma evidencição de autenticidade nordestina ser perseguida por alguns comerciantes como apelo de venda.

A Feira como local de “contínuo aprendizado” é outro ponto destacado por Araujo (2010), referindo-se a músicos que são convidados a fazer breves apresentações, em geral em palcos mais afastados do grande público (p. 75). Araujo (2010) também destaca diferentes formas de tocar sanfona que observou na Feira e o aprendizado de músicos não baseado em instrução formal, mas ouvindo outros tocarem. Assim, se aproxima do que Ribeiro (2005) abordou sobre a produção de saber no cotidiano. Araujo (2010) apresenta, portanto, a Feira como local em que é possível fazer improvisos e experimentações, mas dentro de limites. Isso porque, Araujo (2010) também destaca que na Feira costumam ser valorizados pelos frequentadores os trios de forró pé de raiz e as bandas de forró urbano.

Um dos registros mais importantes de Araujo (2010) para a pesquisa que realizou foi sua experiência de executar a atividade que estava pesquisando ao tocar sanfona na Feira de São Cristóvão. Ao fazer isso, Araujo (2010) afirma ter tido acesso a entendimentos que não seriam possíveis por meio de observação e entrevista. Um deles diz respeito à remuneração dos músicos logo após a apresentação, tendo ela própria recebido algumas notas de R\$ 2 após tocar na Praça Frei Damião. Outro se refere a regras e negociações quanto ao uso do palco, tendo sua apresentação quase sido cancelada devido ao desconhecimento do responsável pelo palco a seu respeito. Todas essas informações compartilhadas por Araujo (2010) a partir de sua experiência desempenhando a atividade que estava estudando são preciosos registros de entendimentos de campo profundos e que ajudam a compreender uma configuração social de forma detalhada e baseada nos entendimentos dos membros.

Em termos de contextualização mais geral, são interessantes no trabalho de Araujo (2010): a relação entre o sucesso do forró universitário e o aumento do interesse pela Feira de São Cristóvão, que teria alcançado inclusive “certo destaque na mídia carioca” (p. 47); o registro de que a entrada na Feira custava R\$ 2, mostrando assim que em 2010 já se pagava para ter acesso ao local; as tensões em torno da escolha das bandas para se apresentar nos palcos

principais, que, segundo Gilberto Teixeira, seguia o gosto dos comerciantes, não dos frequentadores que costumavam gastar mais na Feira. Interessante observar que Teixeira é apresentado por Araujo (2010) como gestor cultural do pavilhão. Hoje ele é responsável pelo Jornal da Feira e está envolvido com a composição da administração provisória do espaço enquanto não são feitas novas eleições.

Aline Rocha Nery (2011) estudou o imaginário e as representações sociais de comerciantes da Feira de São Cristóvão relacionadas ao turismo para entender a atividade turística em si e o próprio meio urbano. Sua dissertação “Bem-Vindos ao nosso Nordeste”! Um estudo sobre Representações Sociais e Turismo na Feira de São Cristóvão – Rio de Janeiro” foi desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) com o uso de Etnografia e observação participante.

O trabalho de Nery (2011) se afasta da pesquisa feita a partir da atitude etnometodológica pela opção da pesquisadora por “desvendar, de algum modo, um mundo por trás das falas”, tendo como objetivo “ir além das falas dos sujeitos” e assim “captar, através da Etnografia, elementos que dêem [sic] sentido ou contradigam as versões apresentadas” (p. 15). Portanto, o caminho percorrido por Nery é oposto ao que trilho nesta pesquisa. As informações gerais sobre a Feira compartilhadas por Nery (2011) já foram mencionadas nos trabalhos de outros pesquisadores.

Sylvia Regina Bastos Nemer (2012) usou folhetos de cordel, depoimentos e acervos pessoais de cordelistas nordestinos em atividade na cidade do Rio de Janeiro entre a segunda metade do século XX e a primeira década do século XXI para entender os processos de transmissão de memórias e o uso do espaço urbano associados à experiência da migração. Sua tese de doutorado “Feira de São Cristóvão: contando histórias, tecendo memórias” foi feita no Programa de Pós-graduação em História Social da Cultura da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)<sup>92</sup>.

Em termos de informações gerais sobre a Feira, além daquelas já abordadas por outros pesquisadores, Nemer (2012) reproduz um trecho de um

<sup>92</sup> Identifiquei dois livros publicados por Nemer sobre a Feira: “Feira de São Cristóvão: a história de uma saudade” (2011), publicado pela editora Casa da Palavra, e “Espaço urbano e migrações: Feira de São Cristóvão – os desafios da memória” (2016), pela Editora Prismas.

cordel que menciona a retenção da mala dos imigrantes no local de destino, ou seja, no Campo de São Cristóvão, até que o pagamento pela viagem fosse feito, afirmação que foi questionada por um participante da oficina que ministrei no Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra, em fevereiro de 2018. Segundo Nemer (2012), a bagagem era uma espécie de “calção” (p. 24). Nemer (2012) também destaca a existência de várias versões sobre a origem da Feira, afirmando que prevaleceu como oficial a versão de Raimundo Santa Helena. Nela, a Feira teria sido criada em 1945 pela leitura feita por ele do folheto “Fim da Guerra”, em homenagem ao término da II Guerra Mundial (NEMER, 2012, p. 25).

A respeito da Feira já instalada no pavilhão, Nemer (2012) registra a presença nos anos de 1990 de “um novo público”, formado por “personagens completamente estranhos ao seu quadro original”, os “jovens da classe média carioca” (p. 50). No entanto, conforme já mencionado, Araujo (2010) e Rezende (2001) já haviam descrito a presença desses jovens na Feira.

Nemer (2012) destacou também a expressão que a Feira passou a ter na sociedade carioca, tendo sido tema de samba enredo de escola de samba e ganhado um selo comemorativo em seu aniversário de 50 anos (p. 51). Assim como outros pesquisadores, Nemer (2012) também afirmou que ao passar para dentro do pavilhão os elementos da cultura nordestina foram espetacularizados, como apelo de marketing, afirmando que o que se tem na Feira é “o espetáculo da tradição nordestina” (p. 65).

Diferente de Pandolfo (1987), que não explicitou os elementos que usou para afirmar que a Feira de São Cristóvão reproduzia características de feiras realizadas na região Nordeste, Nemer (2012) usou trechos de cordéis e canções para mostrar características dessas feiras que passaram a ser reproduzidas no comércio realizado pelos imigrantes em São Cristóvão. Ao se basear nesses elementos, o trabalho de Nemer (2012) se aproxima da investigação que desenvolvo no sentido de se pautar por dados para a compreensão da configuração social estudada.

No entanto, considerar que os versos de cordéis eram a expressão de todo imigrante frequentador da Feira de São Cristóvão, e não daqueles que o escreveram ou de alguma pessoa em particular que tenha lido e expressado suas impressões, é um dos exemplos da forma como sua pesquisa se distancia

desta investigação desenvolvida pela atitude etnometodológica. Apesar de afirmar que os trechos de cordéis “atuam como uma tomada de posição do cordelista na história que está sendo narrada, ainda que isto não signifique nenhuma garantia de autoridade concedida a sua fala”, em seu trabalho, Nemer (2012) faz generalizações baseadas nos cordéis e nos autores dos cordéis (p. 82). No entanto, não mostra a reação de leitores a essas produções. Assim, sem usar dados que mostrem o contrário, uma das leituras possíveis é que as impressões registradas sobre o papel dos cordéis, como a recuperação de “lembranças esquecidas”, são da própria pesquisadora, não de possíveis leitores (p. 43).

Os repentistas da Feira de São Cristóvão constituíram o objeto de estudo de Vitor Rebello Ramos Mello (2012), que desenvolveu a dissertação “Memórias repentinas: a construção poética do Nordeste pelos repentistas da Feira de São Cristóvão (RJ)” no Programa de Pós-graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio). Mello (2012) esteve interessado em compreender a importância da música para os imigrantes vindos do Nordeste e de que forma a produção e a reprodução de memórias da terra natal interferem na representação de uma identidade nordestina enfatizada na Feira de São Cristóvão. Para isso, usou observação de campo, com registros, fotográficos, em áudio e em vídeo, pesquisa bibliográfica, questionários e entrevistas.

Um aspecto interessante em seu trabalho foi a anexação de um CD à sua tese contendo as gravações feitas durante a pesquisa. O intuito foi compartilhar o material usado para análises que não se referia a conteúdo textual.

Mello (2012) também contou a história de formação da Feira de São Cristóvão, como fizeram outros pesquisadores. Em sua descrição, registrou o valor da entrada em R\$ 3, aumentando em R\$ 1 desde o trabalho de Araujo (2010). O pesquisador mencionou uma regulação do valor da entrada, explicando que antes disso o preço cobrado podia variar de R\$ 2 a R\$ 40 de acordo com a programação dos palcos. Percebe-se, portanto, que essa regulação não durou muitos anos, pois em 2017 podia-se pagar bem mais do que R\$ 3 para entrar na Feira em dias de shows maiores, conforme mostrado no Capítulo 3.

Mais específico que outros investigadores, para Mello (2012) a Feira possui “identificação com a cultura sertaneja nordestina” devido ao potencial econômico que a mesma oferece em relação a outras possíveis representações da Região Nordeste (p. 107). Seguindo a linha de outros pesquisadores, Mello (2012) também destacou que na Feira se cria “um Nordeste saudoso, idealizado, fictício” (p. 185).

Mello (2012) trata ainda dos excluídos da Feira, referindo-se à feira que é realizada aos domingos nas imediações do Pavilhão como formada em grande número por pessoas de estados da Região Nordeste. Acrescento que essa feira é conhecido pelos moradores do bairro como Feira do Rolo, dentre outros nomes.

Assim como outros pesquisadores, Mello (2012) também faz generalizações sem fornecer os dados usados para tais. Um exemplo é a afirmação de que, apesar das mudanças, a Feira “continua sendo encarada pelos próprios nordestinos como um espaço da saudade” (p. 117). É também o que faz Marcella Sulis (2015), que teve os doces da Feira como ponto de atenção, analisando o contexto de sua produção e comercialização para perceber as características tradicionais e inovadoras.

Sulis (2015) desenvolveu a dissertação “Doçaria Brasileira: A Feira de São Cristóvão e os Doces Tradicionais” no Programa de Engenharia de Produção da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e ao longo de seu trabalho também fez generalizações sobre os integrantes da Feira. Uma delas é a afirmação de que “estar na Feira, para seus atores, é sempre desafiador (...) já é uma vitória para muitos. São pessoas trabalhadoras que amam o que fazem, amam estar na Feira e fazer parte dela” (p. 90). A pesquisadora também descreve a Feira como “Um lugar onde valores como solidariedade, reciprocidade, amizade e cumplicidade estão intrínsecos em seus atores”, como se essas características se referissem a todos os integrantes da Feira, o que minhas observações de campo não confirmam (p. 90-91).

A cobertura da Feira de São Cristóvão feita pelo jornal O Globo ao longo de 70 anos foi objeto de estudo de Rafael Cuba Mancebo (2016), que se interessou particularmente pelos temas discurso, ideologia e mídia de massa. Mancebo (2016) desenvolveu sua dissertação “Mídia, discurso e operação ideológica: A história da feira de São Cristóvão nas páginas do Jornal O

Globo” no Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Mancebo usou entrevistas, fotos e vídeos, reportagens de jornais, documentos oficiais e textos sobre a Feira. Ao usar análise crítica do discurso, o trabalho de Mancebo (2016) se afasta da investigação desenvolvida com a atitude etnometodológica por não ter como foco as reações dos membros aos textos.

Além desses trabalhos, encontrei livros feitos sobre a Feira, como o “Feira de São Cristóvão” (1999), publicado por Gilmar Chaves pela Editora Relume Dumará, “Territórios culturais no Rio de Janeiro: a Feira de São Cristóvão” (2017), de Elis Regina Barbosa Angelo e Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros, pela Editoria Autografia, e uma série de cinco obras produzida por Gilberto Teixeira em 2018.

Todos esses trabalhos oferecem subsídios importantes para o estudo que desenvolvo na medida em que evidenciam características da Feira presentes ao longo de sua formação e que ajudam a explicar certas configurações atuais. Um dos exemplos é a ênfase da Feira como ponto turístico, destacada por uma feirante já no trabalho de Pandolfo, em 1987, e presente nas gravações feitas atualmente nas barracas em estudo. Isso mostra que tal ênfase não é uma novidade, fruto da atuação de políticos atuais ou algo imposto aos feirantes, mas sim que durante todo o processo de formação da Feira é um aspecto enfatizado por eles. Apesar disso, as gravações evidenciam que os turistas não constituem a principal clientela para todos os estabelecimentos, já que no caso de China os moradores da cidade constituem parte expressiva dos compradores, o que ilustra a existência de diferentes públicos e motivações entre os comerciantes.

Os trabalhos realizados sobre a Feira mostram ainda que enfatizá-la como uma feira nordestina não foi uma iniciativa apenas dos órgãos públicos, mas também dos comerciantes. Mesmo assim, os pesquisadores em geral criticam uma suposta criação de um Nordeste na Feira, sem que as características desta região sobressaíssem de modo espontâneo, como acontecia quando a mesma era realizada no Campo de São Cristóvão.

Os trabalhos também evidenciam as tensões envolvendo os membros que compõem a Feira, como as instâncias de representação dos feirantes. Mostram ainda o dinamismo da Feira, que se modifica ao longo dos anos em função das



relações que a compõem e que constituem a própria sociedade. Evidenciam a mistura que parece estar na gênese da Feira, com a presença de comerciantes não apenas do Nordeste, mas também da própria cidade do Rio de Janeiro, e a venda de produtos não exclusivos de estados do Nordeste.

Os trabalhos aqui relacionados, aliados ao trabalho de campo, me encorajam a afirmar que tentar caracterizar a Feira de São Cristóvão como um todo homogêneo só pode levar o pesquisador a incorrer em inverdades e em generalizações incompletas.

## 5

### Etnometodologia e Análise da Conversa

Durante um evento no Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra no período do estágio doutoral, um palestrante afirmou que as iniciativas sugeridas por pesquisadores que trabalhavam com grupos em situação de vulnerabilidade social, na qual ele se inseria por meio da universidade em que lecionava, não estavam sendo eficientes. O palestrante disse considerar que a solução passava pela construção de estratégias em conjunto com as pessoas envolvidas naquela situação. Logo em seguida, o palestrante se apressou em dizer que não estava defendendo a adoção de uma postura de etno alguma coisa de que as pessoas sabem o que estão fazendo e não precisam ser ajudadas.

Entendendo que a Etnometodologia e a Análise da Conversa oferecem mudanças de postura em relação à investigação social que podem contribuir em grande medida para a melhor compreensão das configurações sociais estudadas e, portanto das sociedades; considerando que ambas ainda não são amplamente usadas nas pesquisas sociais devido, em grande medida, a um desconhecimento quanto a suas propostas e possibilidades e visando contribuir para sua difusão nesse sentido, especialmente em investigações desenvolvidas em cursos de Comunicação Social, tento reunir neste capítulo informações que ajudem no entendimento da Etnometodologia e da Análise da Conversa e que contribuam para dirimir equívocos e preconceitos como o demonstrado pelo palestrante quanto ao estudo a partir de etnométodos.

Para tanto, inicio abordando as bases da Etnometodologia, explicando um pouco mais a Fenomenologia, desenvolvida por Husserl, que defendeu a compreensão dos fenômenos considerando a subjetividade, sem o que não seria possível fazer ciência, e mencionando o trabalho de Schütz, já tratado no Capítulo 2. Em seguida, apresento, a partir de Garfinkel, a Etnometodologia, que constitui a atitude norteadora desta investigação, e a postura de compreender as configurações sociais a partir dos membros. Explico também

que cultura é entendida nessa investigação conforme sugeriu Garfinkel: como método, *know-how*. Devido à complexidade das propostas de Garfinkel, recorro a Wes Sharrock, com quem tive a oportunidade de estar por algumas horas durante o estágio doutoral, apresentando uma pequena parte das gravações feitas na Loja do China.

Em seguida, reúno mudanças propostas pela Etnometodologia em relação a métodos anteriormente usados em Sociologia que privilegiavam explicações totalizantes descontextualizadas e baseadas nos entendimentos de especialistas, não dos membros. Desta vez, além de Garfinkel e Sharrock, recorro também, dentre outros, a Rod Watson, com quem tive a oportunidade de me reunir em algumas ocasiões durante o estágio doutoral. Incluo nesta parte uma explicação sobre a Etnometodologia não ser uma teoria ou uma metodologia e algumas críticas feitas a essa atitude de pesquisa.

Depois, explico que a Etnometodologia não se confunde com outros campos de análise da sociedade que desconsideram os conhecimentos de senso comum como fenômenos, utilizando-os apenas como recursos. É o caso dos métodos predominantes na lógica e na linguística no momento em que Garfinkel apresentou a Etnometodologia, da Etnografia, do Interacionismo Simbólico, do Marxismo e da Análise do Discurso.

Incluo neste capítulo alguns desenvolvimentos da Etnometodologia ao longo dos anos, como suas reespecificações, feitas pelo próprio Garfinkel em obras de 1970 e 1986, reforçando as características dessa política de estudo e afastando-a ainda mais das análises sociológicas profissionais, e de 2002, quando argumenta que a Etnometodologia é uma especificação mais correta do aforismo de Durkheim de que a realidade objetiva dos fatos é o princípio fundamental da Sociologia, dentre outros textos. Apresento ainda alguns estudos realizados com a atitude etnometodológica, mostrando possibilidades de investigação com esta política de estudo. Neste ponto, uso com ainda mais intensidade contribuições das reuniões que tive durante o estágio doutoral com os professores Rod Watson e Andrew Carlin e também da reunião que tive durante uma tarde com o professor Christian Heath.

Por fim, trato da Etnometodologia combinada à Análise da Conversa. Inicialmente esclareço que esta pesquisa é realizada com uma inspiração na Análise da Conversa, visto que não utiliza todo o seu potencial. Depois explico

a pertinência da combinação entre ambas, abordando nesse ponto o conceito de contexto gestáltico. Em seguida, apresento a Análise da Conversa em si, descrevendo os elementos que compõem as interações conversacionais, mostrando a quais aspectos o analista da conversa precisa ficar atento para compreender os entendimentos dos membros em interação e destacando contribuições da Análise da Conversa que entendo como mais úteis para essa investigação.

Antes de tratar da Etnometodologia e da Análise da Conversa, ressalto a importante contribuição da professora orientadora desta pesquisa, Adriana Braga, em todo o esforço empreendido nesta investigação no sentido de utilizar a Etnometodologia como atitude de pesquisa. Foi durante o curso “A Escola de Chicago e a Comunicação”, ministrado pela professora no segundo semestre de 2015, no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, que primeiramente tive contato com a Etnometodologia. Posteriormente, as reuniões individuais de orientação e os encontros do grupo de pesquisa coordenado pela professora (Grid) contribuíram para que eu confirmasse o interesse em desenvolver esta investigação considerando os etnométodos. Além disso, foi a professora Adriana Braga quem viabilizou as reuniões com os professores Rod Watson e Andrew Carlin, na Inglaterra, e Adriano Duarte Rodrigues, em Portugal, momentos tão importantes no esforço de compreensão da Etnometodologia e da Análise da Conversa.

## **5.1.**

### **Bases da Etnometodologia**

A principal base filosófica da Etnometodologia deriva da Fenomenologia, ramo da Filosofia desenvolvido por Edmund Husserl no fim do século XIX. Husserl defendeu a necessidade de nos mantermos afastados de pré-definições nas investigações. “As teorias entram em nossa esfera apenas como fatos de nosso mundo circundante, não como unidades de validade, efetivas ou supostas” (HUSSERL, 2006, p. 77). Husserl defendeu o uso da

*epoché*, ou seja, da contemplação desinteressada, em uma atitude que se caracteriza pela abertura da consciência à experiência. Não se trata de defender uma ciência livre de teoria, mas de colocar entre parênteses nossa atitude natural.

Husserl se opôs a conferir à ciência de sua época, mais valorizada por muitos do que a razão, o *status* de explicadora universal. Assim, criticou fortemente a ideia de objetividade da ciência, propondo que “os objetos do mundo são constituídos pelos modos como as pessoas atuam intencionalmente com relação a eles” (WATSON e GASTALDO, 2015, p. 18). O projeto fundamental de Husserl era entender como a humanidade usa a ferramenta da razão (LIBERMAN, 2013). Para Husserl, a principal tarefa da Filosofia seria ajudar nessa investigação dos modos e métodos do desenvolvimento da razão. Nessa tarefa, seria fundamental reconhecer que as técnicas de análises não poderiam ignorar o papel da subjetividade na constituição e estabilização da inteligibilidade das investigações científicas. Isso porque, o raciocínio dos lógicos não é garantia de uma reflexão científica. Fazer ciência também envolveria a capacidade de reconhecer as formas pelas quais construímos continuamente o sentido do mundo que estudamos. O caminho proposto por Husserl nesse sentido foi a descrição meticulosa das coisas. É nisso que se baseia o método fenomenológico de Husserl: “descrever exatamente o que é testemunhado, sem embelezamento conceitual excessivo ou distração por interesses teóricos estranhos” (LIBERMAN, 2013, p. 269)<sup>93</sup>.

A fenomenologia de Husserl nos incentiva a olharmos por trás de nossa absorção ingênua no mundo e examinar a natureza e o papel desempenhado pelo pensamento que organizou e mantém organizada a inteligibilidade desse mundo (LIBERMAN, 2013). Sem esse autoentendimento radical não seria possível fazer ciência. Isso porque, a ciência demanda que se prove por referência a coisas e fatos, no modo como são dados na experiência real. Percebe-se, portanto, que objetividade e subjetividade estão presentes no pensamento de Husserl. Liberman (2013) afirma que o interesse principal de Husserl é no objeto, mas que o autor reconhece que o objeto é sempre entendido subjetivamente.

---

<sup>93</sup> Tradução livre. No original: (...) *describing just what is witnessed, without excessive conceptual embellishment or distraction by extraneous theoretical interests* (LIBERMAN, 2013, p. 269).

Alfred Schütz, seguidor de Husserl, estava interessado em estender a Fenomenologia ao estudo da vida social quando começou a trabalhar em um modelo praxiológico, ou seja, baseado nas práticas sociais, partindo do trabalho de Max Weber, para quem a ação social poderia ser entendida como ações culturalmente significantes orientadas para os outros. Schütz aplicou a Fenomenologia de Husserl à Sociologia de Weber e desenvolveu sua própria teoria da ação social, que resultou no livro de 1932, “The phenomenology of the social world”, já abordado no Capítulo 2. A Etnometodologia começou justamente com a leitura que Garfinkel fez dos textos de Schütz entre o fim dos anos de 1950 e início dos anos de 1960<sup>94</sup>. Garfinkel estava interessado em uma Sociologia que não se baseasse em uma técnica única. Acreditava que, para estudar a ação social em contextos distintos, seria necessária uma abordagem que permitisse máxima sensibilidade ao contexto (WATSON e GASTALDO, 2015).

A Etnometodologia foi apresentada por Garfinkel pela primeira vez no livro “Studies in Ethnomethodology”, de 1967, em que ele a descreveu dessa forma:

Eu uso o termo “etnometodologia” para me referir à investigação das propriedades racionais de expressões indexicais e outras ações práticas como realizações contínuas e contingentes de práticas engenhosas da vida cotidiana (GARFINKEL, 2009, p. 118).

A proposta da Etnometodologia, portanto, não era, por exemplo, entrevistar pessoas para que elas dissessem o que estavam compreendendo das situações em que estavam envolvidas, pois suas respostas seriam discursos sobre determinado assunto, não uma prática sobre ele (BINET, 2018<sup>95</sup>). A Etnometodologia de Garfinkel se referia ao estudo dos entendimentos dos membros a partir da observação de suas expressões e ações compreendidas como práticas habilidosas do dia a dia realizadas de modo contínuo e circunstancial.

A proposta de Garfinkel (2009) foi considerar as atividades cotidianas, situações do dia a dia e formas de lidar com elas como objeto de pesquisa,

---

<sup>94</sup> Rodrigues e Braga (2014) afirmam que Garfinkel seguiu as propostas não apenas de Schütz, mas também de Georg Simmel e George Herbert Mead, distanciando-se das correntes estruturo-funcionalistas que eram dominantes na época. Liberman (2013) afirma que Aron Gurwitsch também influenciou o trabalho de Garfinkel.

estudando-as de modo a ter acesso aos entendimentos dos próprios membros para assim compreender o que se passa em determinada “situação social” (GARFINKEL, 1996c, p. 129). Garfinkel (2009) defendeu que as pessoas desenvolvendo suas atividades cotidianas informam sobre essas atividades ao escrever que

as atividades pelas quais os membros produzem e gerenciam situações de afazeres cotidianos organizados são idênticas aos procedimentos empregados pelos membros para tornar essas situações relatáveis (GARFINKEL, 2009, p. 113).

Os estudos etnometodológicos, para Garfinkel (2009), consistem:

(1) na distinção programática não satisfeita e na substituíbilidade entre expressões objetivas (livres de contexto) e expressões indexicais; (2) na reflexividade essencial ‘desinteressante’ de relatos de ações práticas; e (3) na analisabilidade de ações-em-contexto enquanto realização prática (GARFINKEL, 2009, p. 114).

A “distinção programática não satisfeita” e a “substituíbilidade entre expressões objetivas (livres de contexto) e expressões indexicais” têm relação com o fato de que os relatos podem ser entendidos por expressões e sentenças que dependem do contexto para a compreensão do sentido que a pessoa quis dar e que terão significados distintos se empregadas por outras pessoas, em outros tempos e espaços. Dependem também de conhecimentos prévios por parte de quem participa da interação, como em relação ao sentido das palavras usadas, informações trocadas anteriormente e o tipo de relação estabelecida entre participantes da interação.

O tempo, para uma expressão indexical temporal, é relevante para aquilo que nomeia. De forma semelhante, a região exata que uma expressão indexical espacial nomeia depende da localização de sua elocução. Expressões indexicais e proposições que as contêm não podem ser livremente repetidas; em um dado discurso, nem todas as réplicas são também traduções delas (GARFINKEL, 2009, p. 115).

A reflexividade essencial “desinteressante” de relatos de ações práticas diz respeito ao fato de que quem está envolvido na atividade não está preocupado em analisar sua forma de agir, o que não significa que a ação não seja racional, e que o conhecimento dos demais integrantes da interação é tido como dado pelos integrantes. Para compreender melhor, primeiramente é importante entender como Garfinkel (2009) definiu as ações e circunstâncias práticas: “questões sérias e organizacionalmente importantes” realizadas pelos

---

<sup>95</sup> Minicurso “Introdução à Análise da Conversa” ministrado pelo prof. Michel Binet, em 21 e 22/10/2018, na PUC-Rio.

membros, sendo referentes a “recursos, objetivos, desculpas, oportunidades, tarefas e, é claro, a bases para discutir ou predizer a adequação dos procedimentos e dos achados que produzem” (GARFINKEL, 2009, p. 116). Ou seja, são as próprias circunstâncias da vida.

Os membros envolvidos nessas ações não estão interessados em entender “o que compõe essas tarefas enquanto ações práticas”, e isso se dá porque elas dizem respeito ao próprio cotidiano (GARFINKEL, 2009, p. 116). Não há uma reflexão a respeito da ação, assim como não há dúvidas em relação ao conhecimento do outro sobre a forma de agir, já que os membros de um grupo tomam como dado o conhecimento dos demais a respeito das situações em que estão envolvidos.

Isso significa dizer que, diante de uma pausa logo após um convite para um jantar, o membro que não produziu logo a resposta não necessariamente pensou em usar esse recurso para demonstrar que tinha alguma restrição para aceitar aquele convite. Ou que, ao se dirigir a uma pessoa olhando prateleiras e usando uniforme em uma farmácia do Rio de Janeiro para pedir uma informação sobre um produto, o cliente pense que está categorizando aquela pessoa como funcionária daquele estabelecimento devido ao seu conhecimento de que funcionários daquele tipo de comércio no Rio de Janeiro usam uniforme e têm entre suas atividades a arrumação de produtos em prateleiras.

Garfinkel (2009) explica que os relatos e as ações dos membros se vinculam reflexivamente, devido a suas características racionais, às ocasiões socialmente organizadas em que são usados, pois são características dessas ocasiões. Por isso, observar os relatos e as ações dos membros permite compreender as lógicas presentes na configuração social da qual fazem parte.

Há uma influência mútua entre quem realiza as práticas e as práticas em si, umas interferindo nas outras, o que quer dizer que:

(...) as práticas são realizadas pelas partes daquelas situações, de cuja habilidade, conhecimento e direito ao funcionamento detalhado daquela realização (sua competência) elas obstinadamente dependem, reconhecem, usam e tomam como dados (GARFINKEL, 2009, p. 113).

A “anlizabilidade” (GARFINKEL, 2009, p. 114) de ações-em-contexto enquanto realização prática tem relação com o conhecimento prévio que os membros têm sobre as atividades que desempenham. Isso significa que os membros fazem Etnografia a todo o momento, sem se dar conta. Quem faz



etnometodologia tem interesse nessas realizações comuns dos membros, pois elas são usos que os membros fazem das “atividades cotidianas consertadas como métodos”, os quais evidenciam “as propriedades racionais de expressões indexicais e ações indexicais” e também porque essas realizações formam a “analizabilidade” de ações em contexto, já que não existe um “conceito de contexto - em geral”, e que “todo uso de ‘contexto’ é por si, sem exceção, essencialmente indexical” (GARFINKEL, 2009, p. 117). Cabe ao etnometodólogo estranhar as atividades práticas cotidianas para que seja possível transformá-las em tópico de investigação sociológica.

Wes Sharrock (2001), referência importante nos estudos com a atitude etnometodológica, explica que o interesse da Etnometodologia está nas competências que os membros possuem para lidar com as situações do dia a dia, desde as decisões mais corriqueiras até as que exigem maior especialização. Como essas competências são socialmente organizadas, ou seja, exigem um conhecimento sobre a sociedade para que sejam manejadas, os etnometodólogos defendem que os membros da sociedade agem como sociólogos. Ou seja, eles conhecem a sociedade por meio de sua vivência aprofundada, a interpretam. É a partir disso que desenvolvem suas competências e estratégias para viver.

Para colocar de outra forma, o interesse reside nas competências que são necessárias para executar questões práticas, competências que, é claro, vão desde aquelas que são ubíquas e comuns e que é esperado que ‘qualquer um’ possa ter, àquelas de um tipo muito mais especializado e sobre as quais poucos possam ter pleno domínio. A posse e a aplicação dessas competências requer uma compreensão sobre o fato de que elas são socialmente organizadas, e a condução eficaz desses assuntos envolve a gestão prática do curso de ação em e através de um ambiente socialmente organizado (SHARROCK, 2001, p. 250)<sup>96</sup>.

Sharrock (2001) menciona o exemplo de Garfinkel (2009) sobre o trabalho no Centro de Prevenção ao Suicídio de Los Angeles para explicar que a realidade social é produzida no reconhecimento de fenômenos como ocorridos, como reconhecer “que a pessoa realmente está morta e realmente

<sup>96</sup> Tradução livre. No original: *To put it another way, the interest resides in the competencies that are required to execute practical affairs, competencies that, of course, range from those that are ubiquitous and commonplace and which ‘anyone’ might be expected to do, to those of a much more specialized kind and over which only a few might be expected to possess full mastery. Possession and application of these competencies require a grasp upon the fact that they are socially organized, and the effective conduct of these affairs involves the practical management of the course of action in and through a socially organized setting* (SHARROCK, 2001, p. 250).

morreu por suas próprias mãos” (SHARROCK, 2001, p. 253)<sup>97</sup>. Sharrock (2001) exemplificou as diversas interferências na condução de suas atividades que influenciam nos resultados obtidos e sobre as quais os trabalhadores têm conhecimento e com as quais precisam lidar. São exemplos dessas interferências a política praticada no escritório em que trabalham, a administração do departamento em que desenvolvem suas atividades, a carga de trabalho, a programação, o orçamento e as relações cordiais, assim como as competências que os trabalhadores desenvolvem para reportar o resultado de seu trabalho. Isso porque, dentre outros pontos, os profissionais precisam escrever o que foi feito de modo que a conclusão seja considerada plausível.

Sharrock (2001) também esclarece que a competência sociológica dos trabalhadores do Centro é formada por sua compreensão dessas inúmeras interferências em sua atividade, das interferências que os resultados que eles obtiverem terão e do fenômeno em questão, no caso, o suicídio.

É a compreensão sobre essas considerações inúmeras, variadas, detalhadas, específicas e localizadas, e das maneiras em que figuram como motivo para mais inferência e ação, que compõe a competência sociológica dos ocupantes do escritório do legista, a competência que os permite ver o fenômeno de uma pessoa morta por suicídio em primeiro lugar. O suicídio é, nesse sentido, um fenômeno organizacional. (...) o tema é o suicídio, o oficial, fato legalmente estabelecido (...) a averiguação desse fato legalmente estabelecido é o trabalho regular do escritório do legista e de investigadores associados. (...) As circunstâncias invocadas são as realidades, como investigadores suicidas as conhecem, do trabalho de identificação de mortes suicidas, e a morte suicida é a origem e o resultado do processo de investigação conduzido sob e através de tais circunstâncias, com essas circunstâncias sendo gerenciadas pelo investigador na montagem da investigação em curso e em relação às decisões a respeito do que concluir, até agora, e o que fazer em seguida (SHARROCK, 2001, p. 251)<sup>98</sup>.

Esse exemplo tem relação com o entendimento de Garfinkel (2009) de que as pessoas usam métodos culturais para dar sentido ao mundo e para

<sup>97</sup> Tradução livre. No original: (...) *the enquiry into the 'production of social reality' equates with the assignment of (for brevity) factual status to certain phenomena — such as that this person really is dead and really died by his or her own hand* (SHARROCK, 2001, p. 253).

<sup>98</sup> Tradução livre. No original: *It is the grasp upon these innumerable, multifarious, detailed, specific and localized considerations, and of the ways in which they figure as grounds for further inference and action, that makes up the sociological competence of the occupants of the coroner's office, the competence which enables them to see the phenomenon of a person dead by suicide in the first place. Suicide is, in this sense, an organizational phenomenon. (...) the topic is suicide, the official, legally established fact (...) the ascertaining of this legally established fact is the regular work of the coroner's office and associated investigators. The circumstances invoked are the realities, as suicide investigators know them, of the work of identifying suicidal deaths, and the suicidal death is both the origin and the outcome of the investigative process conducted under and through those circumstances, with those circumstances being managed by the investigator in assembling the course investigation and in respect of decisions as to what to conclude thus far and what to do next* (SHARROCK, 2001, p. 251).

converter esses sentidos em ações, o que o levou a perceber a competência cultural dos membros de uma sociedade, ou seja, que as pessoas interpretam umas às outras e frequentemente se monitoram, avaliando ou julgando suas ações.

Nesse sentido, ao envolver o senso comum dos membros da sociedade e o saber prático, a cultura é vista como um método, como *know-how*, ou seja, como forma das pessoas saberem se guiar na sociedade (GARFINKEL, 2009). Em termos sociológicos, a cultura comum consiste nos “fundamentos socialmente sancionados de inferência e ação que as pessoas usam em seus afazeres cotidianos e assumem que os outros usam da mesma maneira” (GARFINKEL, 2010, p. 84). Assim, o etnométodo é o método cultural, o método da cultura. Esse é o sentido em que o termo cultura é usado nesta pesquisa na Feira de São Cristóvão.

A Etnometodologia, portanto, está interessada na cultura comum, o que significa considerar a existência do conhecimento de senso comum das estruturas sociais a partir de dentro da sociedade. Conhecer de dentro implica em considerar o conhecimento e os procedimentos que os membros da sociedade usam para compreender uma determinada configuração social (GARFINKEL, 2010, p. 84). Este sentido de configuração envolve considerar que se trata do momento e do local em que determinados “arranjos sociais” acontecem (Garfinkel, 1967, p. 33). Portanto, o foco está nas interações que as pessoas realizam aqui e agora. O interesse do pesquisador é entender as lógicas presentes nessas interações específicas. As formas como as pessoas lidam com as situações a partir da compreensão do que está se passando e de seus entendimentos sobre a melhor forma de falar e agir naquela situação, os “métodos situados de racionalidade prática” (Garfinkel, 1967, p. viii).

## 5.2.

### **Mudanças propostas pela Etnometodologia e afastamentos de outros modos de entendimento da sociedade**

A Etnometodologia surgiu como uma recusa ao que na época estava sendo empregado para se fazer pesquisa social. Por isso, na literatura etnometodológica há grande destaque para o fato de a Etnometodologia se apresentar como oposta a outros métodos anteriormente usados em Sociologia. Uma das rupturas diz respeito à consideração do contexto específico defendida pela atitude etnometodológica. Citando Helmer e Rescher, Garfinkel (2009) explica o equívoco de métodos e resultados para tornar atividades práticas observáveis, que seriam “como-lei”, porque restritas no espaço e no tempo, e “frouxas”, pois, por mais que tenham uma forma lógica intencionalmente condicional, a natureza das condições faz com que muitas vezes elas não possam ser completamente explicadas (p. 113-114). Garfinkel (2009) usa o exemplo de leis históricas para explicar esses pontos, afirmando que o historiador usa o que é típico do lugar e do período para elaborar as condições históricas sob as quais declarações se sustentam. Isso significa que as declarações são válidas, no mínimo, naquele lugar e naquele período. Por isso, Garfinkel (2009) afirma que as condições usadas na formulação de leis históricas podem ser indicadas somente de uma forma geral, não sendo necessariamente articuladas de forma exaustiva. Essa característica de tais leis é o que Garfinkel (2009) denomina de frouxidão. Devido a essa frouxidão, leis históricas não são universais, são “meramente quase-gerais” porque admitem exceções (p. 114). Considerar o contexto específico significa recursar essa frouxidão nas análises sociais.

Os métodos usados anteriormente em Sociologia também se dedicavam à observação de situações práticas com base em opiniões de especialistas, empreendendo uma espécie de tradução feita pelo pesquisador, que se colocava no papel de compreender o que estava por trás daquilo que era dito ou realizado. Conforme explica a professora Adriana Braga (2015), teorias sociais dos séculos XIX e XX são falhas por não considerarem as interações cotidianas. A Etnometodologia busca justamente focar nas pessoas singulares em seu cotidiano e como, por interação, dão sentido ao mundo:

Em vez de impor sobre a realidade um quadro teórico abstrato elaborado pelo(a) cientista, o que importa para a Etnometodologia são os pontos de vista das pessoas, as maneiras como elas, coletivamente, produzem saberes sociológicos e teorias sociais na prática, isto é, os entendimentos dessas pessoas sobre o que seja a sociedade e como ela se manifesta na vida cotidiana (BRAGA, 2015, p. 8).

Exemplos usados por Rod Watson (2008) em artigo em que trata dos problemas envolvidos em fazer coleções em investigações sociológicas ajudam a explicar o que significa considerar os membros como sociólogos. Watson (2008) reproduz três conversas que têm em comum comparações feitas pelos falantes. Em lugar de analisar se as comparações são pertinentes ou não, cabe ao analista descrever em que bases aquelas comparações são feitas. Uma das formas é ter atenção às “atividades ligadas a categorias”, ou “category-bound activities”<sup>99</sup>, um termo de Harvey Sacks (1972) que será melhor explicado mais adiante e que tem relação com as atividades esperadas por pessoas categorizadas de determinada forma. É o caso de se esperar que uma pessoa identificada como vendedora em uma loja ofereça ajuda para a localização de um produto nas prateleiras.

Sharrock (2001) afirma que a Etnometodologia é o resultado de discordâncias a respeito “do que a sociologia pode ser”, criticando a posição de que apenas os sociólogos compreendem a sociedade e que os membros agiriam sem consciência de seus atos (SHARROCK, 2001, p. 249).

Pode-se tomar o comentário de Holmwood (1995) sobre a maneira como os teóricos agora apreciam o fato de que os membros da sociedade são participantes 'conhecedores' no mesmo empreendimento de teorizar com os seus colegas sociológicos profissionais como um reconhecimento, especialmente, da crítica da etnometodologia ao 'dope cultural', da tendência das teorias sociológicas de retratar os membros da sociedade como mais ingênuos do que realmente são (SHARROCK, 2001, p. 249)<sup>100</sup>.

Sharrock (2001) explica que a crítica não está nos membros, mas nos pesquisadores. Trata-se de entender que, ao fazerem parte do grupo, os sociólogos agem muito mais como os membros do que eles supunham. A questão que a Etnometodologia coloca, segundo Sharrock, é:

<sup>99</sup> Tradução livre. No original: *category-bound activities* (SACKS, 1991, p. 335).

<sup>100</sup> Tradução livre. No original: *One might take Holmwood's (1995) comment about the way theorists have now come to appreciate that members of the society are 'knowledgeable' participants in the same enterprise of theorizing with their professional sociological counterparts as an acknowledgement of, especially, ethnomethodology's critique of the 'cultural dope', of the tendency of sociological theories to portray the members of society as more naïve than they actually are* (SHARROCK, 2001, p. 249).

(...) quanto da carga da *análise sociológica* é formada por ‘entendimentos de senso comum’ que são implantados de forma tácita, não efetiva e não sistemática e dependentes no trabalho supostamente analítico do analista? (SHARROCK, 2001, p. 251)<sup>101</sup>.

Assim, para Sharrock (2001), a Etnometodologia precisa rastrear os achados sociológicos para que seja possível identificar o quanto de entendimentos de senso comum está envolvido neles. A “teorização sociológica prática” não está interessada nas questões gerais sobre a sociedade, pois acredita que esse tipo de teorização é falho, mas sim na “compreensão de senso comum das estruturas sociais” para entender situações e ordenamentos específicos e comuns da sociedade, usando um raciocínio que não é um “raciocínio sociológico” especializado ou distinto, pois é o que está envolvido em situações práticas do dia a dia (SHARROCK, 2001, p. 249).

Acredito que Sharrock chame a atenção para ao menos dois pontos nas análises sociais: 1) a necessidade de o pesquisador compreender que seu papel é evidenciar os entendimentos dos membros, não traduzi-los, já que os mesmos são evidentes nos relatos e ações, e 2) a exigência de que o analista evidencie as atividades dos membros em que os mesmos demonstram os entendimentos das situações que o analista transcreve.

Sharrock (2001) destaca que a Etnometodologia não está interessada em “reconhecer o aspecto subjetivo ou de agência” dos membros ou destacar seu “ponto de vista”, como o fazem Giddens, Bourdieu e outros (SHARROCK, 2001, p. 251). Garfinkel (2009) explica esse ponto usando como exemplo o exercício proposto a estudantes de Sociologia no livro “Studies in Ethnomethodology”, destacando que compreender o que se passa em determinada conversa entre pessoas não é tentar descobrir o que se passa em suas mentes naquele momento, já que a isso nenhuma analista social tem acesso. Não é também considerar que há algo que as pessoas realmente queriam dizer e não disseram, cabendo ao analista afirmar o que isso seria com base em suas próprias ideias. Entender o que se passa segundo a Etnometodologia significa prestar atenção em como o que é dito pelas partes é dito. Ao fazer isso, o analista está prestando atenção na estrutura operacional

<sup>101</sup> Tradução livre. No original: (...) *how much of the freight of sociological analysis is carried by the ‘common sense understandings’ which are tacitly, unreflectively and unsystematically*

envolvida no entendimento comum entre as pessoas. Essa é uma proposta etnometodológica.

Para o analista, desconsiderar essa estrutura operacional é usar conhecimento de senso comum da sociedade exatamente da mesma forma como membros o utilizam, quando precisam decidir o que as pessoas estão verdadeiramente fazendo ou sobre o que elas estão realmente “falando” (...) (GARFINKEL, 2009, p. 128).

Sharrock (2001) também explica que a Etnometodologia não se propõe a ser uma teoria ou uma metodologia. Não é uma teoria porque se o fizesse daria continuidade a uma postura de tradução do pesquisador em relação ao integrante do fenômeno, ou seja, à “estrutura da inferência sociológica, da interação inferencial entre o status de analista e membro” (SHARROCK, 2001, p. 252). Não é uma metodologia porque o que está em jogo é uma mudança de lógica, de forma de lidar com o fenômeno: “O tema se torna o de raciocínio – raciocínio sociológico (SHARROCK, 2001, p. 252)”. O que a Etnometodologia pretende, segundo Sharrock (2001), é “re-identificar os fenômenos da ordem social, identificá-los de forma que eles sejam encontrados e gerenciados de forma prática” (SHARROCK, 2001, p. 253).

Apesar de defensores de sua contribuição à pesquisa sociológica, a Etnometodologia também possui críticos. Atkinson (1988) afirma que ao apenas descrever em sequências as ações práticas, a Etnometodologia eliminaria preocupações sociológicas e empregaria uma análise preocupada apenas em recapitular sequências de atividades observadas. Para Collin (1997), a Etnometodologia não teria um ponto de partida.

Segundo Sharrock (2001), as críticas dizem respeito à desconsideração do caráter incorporado das ações sociais e de sua característica reflexiva. Sharrock afirma que a Etnometodologia se preocupa “com fenômenos como eles são encontrados em configurações sociais locais e, portanto, em termos do modo como são ‘conhecidos’ como algo a ser tratado naquela configuração” (p. 9)<sup>102</sup>. A preocupação da Etnometodologia é com “o tratamento prático dos assuntos sociais” (SHARROCK, 2001, p. 253)<sup>103</sup>. A Etnometodologia se

---

*deployed and depended upon in the analyst's purportedly analytical work?* (SHARROCK, 2001, p. 251).

<sup>102</sup> Tradução livre. No original: *Ethnomethodology concerns itself, then, with phenomena as they are encountered from within local social settings, and therefore in terms of the way in which they are ‘known’ as something to be dealt with in that setting* (SHARROCK, 2001, p. 253).

<sup>103</sup> Tradução livre. No original: *the practical handling of social affairs* (SHARROCK, 2001, p. 253).

preocupa em entender como se dá esse gerenciamento e não pretende fazer descobertas sobre a natureza dos fenômenos sociais, mas “recuperar o que já é conhecido (...) pelos membros da sociedade”, o que a torna única (SHARROCK, 2001, p. 258). O estudo segundo a atitude etnometodológica, portanto, destaca aquilo que é considerado como dado e que faz com que se dê sentido ao mundo. Não considera que as pessoas são dominadas pelas regras, mas que são “usuárias astutas das regras” (WATSON e GASTALDO, 2015, p. 14; 15).

A Etnometodologia também não se confunde com outros campos que também lidam com entendimentos sobre a sociedade, mas que não consideram os conhecimentos de senso comum como fenômenos, mas como recursos. Conforme afirma Raymond Gold (1997), muitas pesquisas sociológicas falham justamente em não se basear nas experiências reais dos informantes. Segundo Herbert Blumer (1969), ao não se basear nesse aspecto da realidade social, essas pesquisas não oferecem garantias de que trabalham com elementos válidos empiricamente.

Foi o que Garfinkel (2012) também criticou ao afirmar que os métodos então predominantes de lógica e linguística para a análise social não tinham amparo em estruturas que pudessem ser identificadas em “expressões *reais*” para especificar um sentido de modo definitivo (p. 224-225). A virada proposta pela Etnometodologia diz respeito a tratar as estruturas das atividades da vida cotidiana como fenômeno em si mesmas, não como recursos para formulações do pesquisador. Não é o cientista quem analisa as ações dos membros. O cientista irá observar as análises que os próprios membros estão fazendo dos outros membros e das situações em que se encontram.

Conforme já mencionado, Garfinkel (2012) explicou que o acesso aos entendimentos dos membros se dá pela observação das expressões indexicais, que por sua vez são propriedades ordenadas. Esse ordenamento é uma realização prática contínua de ocasiões de fala e conduta comuns específicas. A tarefa, portanto, é descrever como se dão essas realizações. Esse interesse nas estruturas formais de atividades cotidianas poderia aproximar a Etnometodologia do que Garfinkel (2012) denominou de “análise construtiva”, referindo-se a análises sociológicas profissionais (p. 229). No entanto, Garfinkel (2012) explica que o entendimento desse aspecto por ambas é



diferente e incompatível. Um conceito-chave para exibir essa diferença é o de “indiferença etnometodológica” (p. 229). Usando esse conceito, Garfinkel (2012) esclarece que os estudos etnometodológicos de estruturas formais tentam descrever os relatos dos membros sobre tais estruturas feitos por quem quer que seja, profissional ou leigo, e onde quer que seja, além de se esforçar em evitar julgamentos quanto a esses relatos. As estruturas formais foram entendidas pelos etnometodólogos de um modo que contrastava com o que predominava na Sociologia e nas ciências sociais, a saber, como

atividades cotidianas (a) na medida em que elas exibem sob análise as propriedades de uniformidade, reprodutibilidade, repetição, padronização, tipicidade e assim por diante; (b) na medida em que essas propriedades são independentes da produção específica de agrupamentos; (c) na medida em que a independência de grupos específicos é fenômeno sujeito ao reconhecimento dos membros; e (d) na medida em que os fenômenos (a), (b), e (c) são realização prática e situada de cada agrupamento específico (GARFINKEL, 2012, p. 230).

Outra diferença destacada por Garfinkel diz respeito ao fato de que é pelo domínio da linguagem natural que os analistas construtivos consideram que seus relatos fornecem explicações que singularizam sua tecnologia de pesquisa e teoria. Ou seja, a linguagem é usada como matéria-prima para as análises que os pesquisadores constroem. Já para os analistas etnometodólogos, as práticas por meio das quais são feitos os relatos das estruturas formais constituem os próprios fenômenos a serem estudados, os fenômenos do raciocínio sociológico prático.

A Etnometodologia se distingue também da Etnografia. Apesar, segundo Gold (1997), de ser um método de trabalho de campo que preconiza o estudo da sociedade humana a partir dos pontos de vista de seus membros, a Etnografia não pressupõe o acesso aos entendimentos que os próprios membros têm uns dos outros para ver sentido no que se passa. O analista exerce o papel de analisar o que as ações dos membros querem dizer: “etnógrafos usam suas interações com os informantes para descobrir e criar estruturas analíticas para entender e retratar o que está sendo estudado”<sup>104</sup> (GOLD, 1997, p. 399).

Para os etnógrafos, obter os dados a partir de trabalho de campo já é o suficiente para garantir que a pesquisa está sendo feita a partir das experiências

<sup>104</sup> Tradução livre. No original: *ethnographers use their interactions with informants to discover and create analytical frameworks for understanding and portraying that which is under study* (GOLD, 1997, p. 399).

dos membros. Cabe ao pesquisador adotar os métodos corretos de investigação para obter as descobertas.

Os procedimentos usados neste contato direto e íntimo com o mundo empírico fornecem a garantia de que os dados coletados são fundamentados nas experiências reais dos informantes. As descobertas resultantes são produtos do processo investigativo autocorretivo da etnografia (GOLD, 1997, p. 399)<sup>105</sup>.

No entanto, ao vermos a explicação a seguir de Garfinkel, percebemos que para a etnometodólogo extrair os dados do trabalho de campo não é suficiente para desenvolver a pesquisa a partir do ponto de vista dos membros.

Ao fazer sociologia, leiga e profissional, toda referência ao 'mundo real'... é uma referência às atividades organizadas da vida cotidiana. Desse modo, em contraste com certas versões de Durkheim, que ensinam que a realidade objetiva dos fatos sociais é o princípio fundamental da sociologia, em vez disso, é usada a lição, e usada como política de estudo, de que a realidade objetiva dos fatos sociais como uma realização contínua das atividades combinadas da vida cotidiana, com os modos comuns e astutos dessa realização sendo por membros conhecidos, usados e tomados como garantidos, é, para os membros que fazem a sociologia, um fenômeno fundamental... Os estudos etnometodológicos analisam as atividades cotidianas como métodos dos membros para tornar essas mesmas atividades visivelmente racionais e relatáveis para todos os fins práticos, ou seja, "relatáveis", como organizações de atividades cotidianas comuns (GARFINKEL, 1967, p. vii)<sup>106</sup>.

Ou seja, enquanto o analista etnógrafo compartilha seus entendimentos a respeito do que os membros fazem, o analista etnometodólogo tenta evidenciar os entendimentos dos próprios membros ao fazer o que fazem.

Considero importante destacar que não se trata de desmerecer as investigações etnográficas. Há trabalhos muito sérios e importantes feitos a partir da Etnografia e que se empenham em demonstrar os entendimentos dos membros, minimizando as subjetividades do analista. Trata-se de tentar esclarecer as diferenças em relação à Etnometodologia em termos do que

<sup>105</sup> Tradução livre. No original: *The procedures used in this direct and intimate acquaintance with the empirical world provide assurance that the data collected are grounded in the informants' actual experiences. Resultant findings are the products of ethnography's self-correcting investigative process* (GOLD, 1997, p. 399).

<sup>106</sup> Tradução livre. No original: *In doing sociology, lay and professional, every reference to the 'real world' ... is a reference to the organized activities of everyday life. Thereby, in contrast to certain versions of Durkheim that teach that the objective reality of social facts is sociology's fundamental principle, the lesson is taken instead, and used as a study policy, that the objective reality of social facts as an ongoing accomplishment of the concerted activities of daily life, with the ordinary, artful ways of that accomplishment being by members known, used, and taken for granted, is, for members doing sociology, a fundamental phenomenon.... Ethno-methodological studies analyze everyday activities as members' methods for making those same activities visibly-rational-and-reportable-for-all-practical-purposes, i.e., 'accountable', as organizations of common-place everyday activities* (GARFINKEL, 1967, p. vii).

caracteriza a Etnografia em sua essência, explicando assim os motivos pelos quais esta investigação não se confunde com uma Etnografia.

Os aspectos que distinguem a Etnometodologia da Etnografia também são válidos em relação ao Interacionismo Simbólico, sistematizado por Blumer (1969). Apesar de enfatizar que as condutas humanas não são resultantes de relações de estímulo-resposta, havendo uma interpretação (*self*) das pessoas em suas condutas e que essa interpretação é influenciada pela ação de outras pessoas, aqui e agora, o Interacionismo Simbólico não se preocupa em registrar as interpretações das próprias pessoas. Assim como na Etnografia, cabe ao pesquisador registrar essas interpretações com base em seus pressupostos, não nos entendimentos dos membros.

Rodrigues e Braga (2014) explicam que a Etnometodologia também se distingue de outras formas de explicação da sociedade e do discurso. Em termos de sociedade, afasta-se de tendências de explicação da realidade social que depositam em estruturas do sistema social a explicação dos sentidos que as pessoas atribuem a suas ações. É desse modo, por exemplo, que a Etnometodologia se distingue do Marxismo, pois não considera que a infraestrutura econômica determina os sentidos que as pessoas conferem a suas ações. Em lugar disso, a Etnometodologia procura ver como o entendimento que as pessoas têm de suas ações constituem o próprio sentido que elas mesmas lhe atribuem.

Em termos de discurso, apesar de ter na interação entre os membros um aspecto fundamental de análise, a Etnometodologia não se confunde com outras abordagens de estudo de fenômenos discursivos. Rodrigues e Braga (2014) reforçam a ênfase da Etnometodologia nas dimensões pragmática e interacional dos fenômenos de produção discursiva para distingui-la dos vários modos de análise do discurso. Explicam que os etnometodólogos preferem a observação do modo como as pessoas se comportam em interação umas com as outras em lugar da interpretação do pesquisador e resumem assim as diferenças entre as várias vertentes de análise crítica do discurso e as abordagens etnometodológicas.

A análise crítica do discurso tem sobretudo a preocupação de descobrir e de criticar as ideologias veiculadas e inculcadas pelos discursos estudados, servindo assim propósitos de denúncia de agendas, explícitas ou implícitas. As análises do discurso que obedecem a uma concepção estrutural e funcionalista do discurso têm

a preocupação de averiguação das formas discursivas utilizadas pelas pessoas, assim como a sua maior ou menor conformidade com a estrutura formal da língua. As análises pragmáticas do discurso estão preocupadas com a identificação dos atos de linguagem e partem da ideia de que é possível fazê-los corresponder às formas verbais dos enunciados.

As abordagens etnometodológicas, por sua vez, estão preocupadas em observar o que as pessoas fazem quando interagem umas com as outras, utilizando os recursos da linguagem. Mais do que fazer uma crítica dos discursos observados, a etnometodologia procura constantemente criticar as suas próprias maneiras de olhar, de modo a interferir o menos possível nos fenômenos observados, lutando contra a tendência para projetar as visões do mundo do/a investigador/a sobre o mundo observado (RODRIGUES & BRAGA, 2014, p. 18).

Andrew Carlin (2018)<sup>107</sup> resumiu que o ponto central que distingue a Etnometodologia de outras formas usadas para entender o que se passa no mundo social é o fato de que a Sociologia convencional, a linguística e as análises de discurso não privilegiam critérios das pessoas comuns sobre a situação, mas teorias sobre a situação.

Ao sistematizarem as premissas teóricas da Etnometodologia, Watson e Gastaldo (2015) também reforçam seu afastamento da Sociologia clássica:

1) A EM é uma abordagem radicalmente praxiológica sobre o problema da ordem social. (...) 2) As ações dos membros são definidas pela EM como sendo fundamentadas culturalmente, e não cognitivamente, isto é, elas expressam o saber cultural em vez de serem determinadas pela psicologia individual. (...) 3) A "cultura" é vista na EM não apenas como ordem moral (valores, normas etc.), mas também (e fundamentalmente) como um *corpus* de conhecimentos leigo, com alguns locais especiais e limitados para o saber dos especialistas, mas que tem suas raízes no conhecimento leigo. (...) 4) Em geral, os métodos dos membros envolvem um processo ativo e concatenado de produção de sentido. (...) 5) O domínio da linguagem natural dos membros (seja português, japonês ou quéchua) é fundamental para a produção metódica de sentido. (...) 6) A ordem social é vista pelos membros e pelos etnometodólogos como localmente-organizada, isto é, como um arranjo específico de situações sociais. (...) 7) Para a EM, a sociologia clássica é pouco mais do que "senso comum teorizado" (WATSON e GASTALDO, 2015, p. 22-26).

### 5.3. Desenvolvimentos da Etnometodologia

A literatura sobre Etnometodologia vem sendo desenvolvida há mais de 50 anos, desde a publicação de "Studies in Ethnomethodology", por Garfinkel,

em 1967. A primeira reespecificação desta obra foi feita pelo texto “On Formal Structures of Practical Actions”, publicado em 1970 e novamente em 1986, sendo esta última versão traduzida para o português em 2012. Neste texto, Garfinkel (2012) reafirma a linguagem natural como fonte de investigação para o estudo da sociedade e sua reflexividade, acessada pelas propriedades indexicais dessa linguagem. Garfinkel (2012) critica os métodos de investigação então vigentes ao afirmar que as expressões indexicais frustram os métodos de análise formal da Sociologia, pois não têm seu sentido último, sua “definibilidade de sentido”, baseado em estruturas que possam ser identificadas em expressões reais por meio dos métodos matemáticos em uso. Garfinkel (2012) reforça ainda que o raciocínio sociológico prático busca “remediar as propriedades indexicais do discurso prático” para “demonstrar a relatabilidade racional das atividades cotidianas”, fazendo assim com que as avaliações feitas sejam “garantidas pela observação e relato metódicos de particularidades situadas e socialmente organizadas das atividades cotidianas” (p. 225). Assim, Garfinkel (2012) resume as bases da investigação etnometodológica, diferenciando-a das análises sociológicas profissionais, à qual o autor se refere, conforme já mencionado, pela expressão “análise construtiva”.

As principais diferenças apontadas por Garfinkel (2012) entre a análise construtiva e a Etnometodologia dizem respeito à relatabilidade racional de atividades cotidianas e à tecnologia prática do raciocínio prático sociológico. As expressões indexicais são um dos focos dessas diferenças, pois entre a análise construtiva e a Etnometodologia há diferentes concepções das relações entre expressões objetivas e indexicais e entre os indexicais e o esclarecimento de conexões entre rotina e racionalidade nas atividades cotidianas.

Citando autores que realizaram estudos etnometodológicos mostrando que as propriedades das expressões indexicais são ordenadas e que o fato de serem ordenadas é uma realização prática contínua de ocasiões específicas de fala e conduta comum, Garfinkel (2012) defende que em lugar de uma teoria geral se descreva especificamente essa realização prática em sua variedade

---

<sup>107</sup> Reunião em 04/04/2018, em Leeds – Inglaterra, durante estágio doutoral.

organizacional. É o que ele mostra no artigo ao especificar com se dá essa realização.

Ao fazer isso, Garfinkel (2012) reforça que não há necessidade de se fazer formulações nem de se trocar termos por formulações que não são correspondentes a eles, não fazendo o que eles fazem. Destaca ainda a importância de se basear nos relatos dos membros, não fazendo formulações a partir deles, mas transformando os próprios relatos e condutas em fenômeno.

Em 1991, “Ethnomethodology and the Human Sciences”, editada por Graham Button, reuniu textos sobre o uso da Etnometodologia nas Ciências Humanas, abordando suas especificidades em relação a outras formas de estudo do mundo social. Um dos artigos da obra é escrito pelo próprio Garfinkel, que com a ideia de “reespecificação etnometodológica” enfatiza a Etnometodologia como outra forma de Sociologia, não como mais uma ferramenta teórica para resolver os mesmos problemas. Garfinkel afirma que, diferente das abordagens tradicionais das ciências sociais, a Etnometodologia está interessada na compreensão da ordem social como resultado de práticas e ações sociais localizadas em contextos específicos e comuns, sendo ações e ordens sociais indivisíveis. As contribuições dos demais autores que compõem a publicação também colaboram para uma atualização da Etnometodologia apresentada por Garfinkel 14 anos antes.

Sharrock e Anderson (*apud* BUTTON, 1991) buscam situar novamente o debate sobre critérios epistemológicos no campo da descrição das propriedades da organização social em cenários comuns, questionando os entendimentos do mundo social tomados como dados como questão prévia ao julgamento sobre se o mundo social é o que parece ser. Lynch (*apud* BUTTON, 1991) lida com a questão de medir os atributos de um objeto de estudo nas ciências sociais para defender a transformação da concepção de método que antecede a prática de pesquisa. Isso porque, para a Etnometodologia, a medida compreende um conjunto de práticas mais complexas que a mera atribuição de números às características de um objeto. Tratando sobre evidência e inferência no mundo social, Benson e Hughes (*apud* BUTTON, 1991) argumentam que é necessário realocar a tarefa do pesquisador para que descreva a organização social emergente em vez de impor esquemas através de pressupostos metodológicos preconcebidos.

Completam o livro as considerações de Sharrock e Button (*apud* BUTTON, 1991) sobre ator social segundo a Etnometodologia, que não se confunde com o das grandes tradições estruturalista e subjetivista; de Coulter (*apud* BUTTON, 1991), que aborda a lógica reespecificada pela Etnometodologia como instrumento de investigação no âmbito linguístico e filosófico, defendendo que não sejam dissociadas lógica e razão prática cotidiana; de Lee (*apud* BUTTON, 1991), que discute a relação entre o uso cotidiano da linguagem e o comportamento prático no campo da cultura e no contexto do conhecimento sociológico; e de Jayyusi (*apud* BUTTON, 1991), que tratando do juízo moral aborda os conflitos entre fato e valor e entre relativismo e objetivismo sob a luz da Etnometodologia, defendendo assim a compreensão do vínculo entre prática comunicativa e ordem moral.

Outra obra que reespecifica a Etnometodologia é “Ethnomethodology's Program”, de Garfinkel, editada por Rawls (2002). Nesta obra, Garfinkel (2002) apresenta na introdução a tese central do livro de que a Etnometodologia é uma especificação mais correta do aforismo de Durkheim de que a realidade objetiva dos fatos é o princípio fundamental da Sociologia. Garfinkel (2002) defende que a Etnometodologia oferece uma abordagem direta aos fenômenos de ordem que Durkheim originalmente propôs. A tarefa programática dos estudos de Etnometodologia é, então, fornecer estudos alternativos de ordem social, o que contrasta com os métodos analíticos formais usados pelas ciências sociais para especificar ordenamentos e métodos que assumem uma ausência de ordenação.

Outros textos também oferecem reespecificações da Etnometodologia, como “Text in Context: Contributions to Ethnomethodology”, editado por Graham Watson e Robert M. Seiler (1991); “Reflexivity of Actors Versus Reflexivity of Accounts”, de Marek Czyzewski (1994); “Harvey Sacks' Sociology of Mind in Action”, de Rod Watson (1994); “Re-Specifying Lab Ethnography: An Ethnomethodological Study of Experimental Physics”, de Philippe Sormani (2014); “More Studies in Ethnomethodology”, de Liberman (2013); “Local Educational Order: Ethnomethodological studies of knowledge in action”, editado por Stephen Hester e David Francis (2000); “Garfinkel and Pragmatics”, de Rod Watson (2016); “Etnometodologia & Análise da

Conversa”, de Watson e Gastaldo (2015); e a coleção “Harold Garfinkel”, editada por Michael Lynch e Wes Sharrock (2003).

#### 5.4.

#### Alguns estudos realizados com a atitude etnometodológica

Conforme exposto, a atitude etnometodológica defende o raciocínio sociológico prático (GARFINKEL, 2009). Liberman (2013) afirmou que em um de seus seminários, Garfinkel teria defendido o estudo com as próprias pessoas, não com a prevalência de teorias, ao dizer a seus alunos:

Não segure minhas palavras. Você não pode entender sem as palavras, eu sei, mas nenhum interrogatório das próprias palavras lhe dará o seu significado: você precisa ir para o mundo e descobrir por si mesmo o que eles estão fazendo, encontrar o que estamos falando (LIBERMAN, 2013, p. 8)<sup>108</sup>.

Talvez por isso, considero que a Etnometodologia seja melhor compreendida por meio de exemplos práticos. Segundo Garfinkel (2009), o foco na prática significa entender que circunstâncias e ações práticas envolvem “questões sérias e organizacionalmente importantes” da vida das pessoas, o que elas mobilizam e consideram no dia a dia para lidar com as situações que se apresentam e que é acessado devido ao caráter indexical de suas ações (p. 116).

A própria obra que inaugura a Etnometodologia, o livro “Studies in Ethnomethodology”, de 1967, de Garfinkel, é formada por exemplos que o autor reuniu para explicar a atitude etnometodológica de investigação. Fazendo isso, Garfinkel (2009) se esforça em mostrar como estranhar situações do dia a dia diante de seu caráter de familiar e de relação com estruturas sociais estáveis das atividades cotidianas.

Um dos estudos registrados por Garfinkel (2009) foi feito no Centro de Prevenção ao Suicídio de Los Angeles, que, em 1957, junto com o Gabinete de Médicos Examinadores e Legistas de Los Angeles, empreendeu a tarefa de examinar casos de morte súbita não natural sobre os quais se tinha dúvidas se

---

<sup>108</sup> Tradução livre. No original: *Don't hang on my words. You can't understand it without the words, I know, but no interrogation of the words themselves will give you their meaning: you need*



tratarem ou não de suicídio. A investigação desses casos foi denominada “autópsia psicológica” (GARFINKEL, 2009, p. 118). Nessa investigação, os investigadores recolhem as informações disponíveis, o que envolve objetos, falas e observações, para entender como essas informações foram produzidas, “como a sociedade trabalhou para produzir aqueles restos”, e assim gerar um relato aceitável e verificável do ocorrido (p. 121).

As investigações do CPS começam com uma morte que o médico legista acha duvidosa quanto à causa mortis. Essa morte eles usam como um precedente, através do qual várias formas de viver em sociedade que poderiam terminar com essa morte são descobertas e lidas “no que restou”; nos fragmentos disto ou daquilo, como o corpo e seus pertences, vidros de remédio, bilhetes, pedaços e peças de roupa, e outros memorabilia – coisas que podem ser fotografadas, coletadas e embaladas. Outros “restos” também são coletados: rumores, observações passageiras e histórias – materiais dos “repertórios” de quem quer que possa ser consultado via trabalho comum de conversas. Esses pedaços e peças quaisquer que uma história ou uma regra ou um provérbio podem tornar inteligível são usados para formular um relato reconhecidamente coerente, padrão, típico, necessário, uniforme, engenhoso, ou seja, um relato profissionalmente defensável e por isso, para os membros, um relato reconhecidamente racional de como a sociedade trabalhou para produzir aqueles restos (GARFINKEL, 2009, p. 121).

Nesse estudo, Garfinkel (2009) mostra como diversos constrangimentos e conhecimentos de senso comum interferem no trabalho dos investigadores. Menciona, por exemplo, o constrangimento referente à importância de não haver dúvidas sobre a causa da morte, não apenas por demandas dos envolvidos vivos, mas também para livrar o médico legista e sua equipe de acusações. Outro constrangimento é o fato de o gabinete de médicos legistas ser uma repartição estatal, cujas atividades geram relatórios contínuos, que por sua vez se tornam de registro público para uso de pessoas de quem não necessariamente se tem a completa identificação.

Outro estudo apresentado por Garfinkel (2009) foi um exercício proposto a estudantes de Sociologia em que estes deveriam relatar conversas comuns e escrever o que as partes disseram e o que eles entenderam que elas estavam falando. Garfinkel (2009) conta que os alunos tendiam a distinguir entre o que foi dito e sobre o que se estava falando, sendo a primeira uma versão incompleta da última, em lugar de registrarem o reconhecimento de que uma pessoa estava falando algo e de como estava falando. Assim Garfinkel (2009)

defende o conhecimento a partir do que é obtido entre as partes, não subjetivamente.

Outro ponto destacado por Garfinkel (2009) foi o fato de os estudantes tomarem como dado que ele tinha conhecimentos para entender a que eles estavam se referindo, o que podia ser uma justificativa de sua reclamação de terem que escrever mais. Desse modo, Garfinkel (2009) aborda a noção de “acordo compartilhado” e da conduta cotidiana baseada em regras (p. 128).

Para a conduta de seus afazeres cotidianos, as pessoas tomam como dado que o que é dito será compreendido de acordo com métodos que as partes usam para compreender o que elas estão dizendo (...) (GARFINKEL, 2009, p. 128).

(...)

(...) um entendimento comum (...) necessariamente possui uma estrutura operacional (GARFINKEL, 2009, p. 128).

Diversos estudos já feitos segundo a atitude etnometodológica são úteis para a demonstração de seu uso e das possibilidades de acesso a entendimentos dos membros e, portanto, conhecimento de configurações sociais que ela viabiliza.

Wieder (1974), em “Language and Social Reality: the case of telling the convict code”, estudou os modos como o código de condenado é usado por moradores de um centro de reabilitação para viciados em narcóticos condenados e em liberdade condicional como modelo de senso comum em que seu meio é organizado ordenadamente. Wieder (1974) examina, por exemplo, o uso do código como um dispositivo persuasivo e consequencial com dimensões reflexivas embutidas. O código e configurações ou ações que o código explica são vistas como documentando ou elaborando uma a outra de modo recíproco.

Wieder (1974) propõe um modo alternativo à Sociologia ortodoxa de relacionar regras à ação social, substituindo descrições de regras como explicações de conduta adequadas analiticamente pela consideração das regras como parte dos procedimentos mundanos dos membros para montar e atribuir sentido a ações. Apesar das críticas de Watson (1977), como a análise ser feita em alguma medida ainda considerando uma Etnografia convencional, já que, por exemplo, faltam dados que o leitor possa reconhecer como tendo sido obtidos pela ação dos próprios membros, que poderiam ter sido apanhados caso tivesse recorrido à Análise da Conversa, o livro de Wieder (1974) ajuda a reformular a Sociologia.

Uma importante contribuição de Wieder (1974) é especificar como modos característicos de falar o código são parte das configurações que descrevem ou explicam. O autor mostra, por exemplo, como se pode analisar as propriedades indexicais e reflexivas do código. Especificamente, o uso que os membros fazem do código como um dispositivo persuasivo orientado para a consequencialidade.

Em 2013, Kenneth Liberman publicou o livro “More Studies in Ethnomethodology”, que reuniu estudos feitos a partir de pessoas realizando atividades do dia a dia analisadas segundo o que o autor denominou a “‘velha escola’ de etnometodologia” (p. 1). Segundo Liberman (2013), trata-se de pesquisas que mantêm “a qualidade radical original de investigações” de modo a compreender como as pessoas reúnem significado e produzem ordenamento local em seu cotidiano, sendo o “radical” referente a ir profundamente no modo como as pessoas compreendem o mundo em que vivem (p. 1). Liberman (2013) afirma ainda que ao reunir essas pesquisas seu intuito foi contribuir com o projeto de Husserl de investigar como a humanidade usa a ferramenta da razão, argumentando que os métodos etnometodológicos podem ajudar nesse intuito.

Uma das pesquisas registradas no livro de Liberman é uma investigação que não se baseia em conversas ou falas, como também procedo em alguns momentos nesta investigação na Feira de São Cristóvão<sup>109</sup>. Trata-se de um estudo que mostra como o aparente caos mencionado em relação ao fluxo de veículos e pedestres na Rua Kincaid, perto da Universidade de Oregon, nos Estados Unidos, quando considerado em termos de organização social, não requer qualquer correção.

A afirmação é feita com base no entendimento de que aquela configuração provavelmente é essencial para que pedestres e motoristas que cruzam a via o façam de modo eficiente e seguro. Liberman afirma:

Na sua maior parte (...) os pedestres e o tráfego motorizado trabalham bem em conjunto na coordenação de uma ordem local e as suas travessias são eficientes e ordenadas<sup>110</sup> (LIBERMAN, 2013, p. 12).

<sup>109</sup> Liberman menciona na página 42 do livro pesquisas feitas por Garfinkel que possuem a mesma característica.

<sup>110</sup> Tradução livre. No original: “For the most part (...) pedestrians and motorized traffic work well together in coordinating a local orderliness, and their crossings are efficient and orderly” (LIBERMAN, 2013, p. 12).

A afirmação é feita também segundo o reconhecimento de que cruzar a Rua Kincaid é um procedimento produzido localmente baseado em conhecimento natural e aprendido das pessoas. É, portanto, um exemplo de que há muitos locais em nosso cotidiano em que, junto com regras e leis, as práticas localmente consertadas das pessoas contribuem para o ordenamento. Liberman (2013) afirma que, na maioria das vezes, as práticas localmente consertadas são mais importantes do que as regras.

Também atento a imagens, Christian Heath (2013) estudou as dinâmicas envolvidas em leilões, fazendo uma análise detalhada de seu funcionamento. Heath (2013) percebeu, dentre outros pontos, que, mesmo em meio a várias vozes oferecendo lances, o condutor do leilão tendia a manter apenas dois licitantes na disputa por vez, abrindo para a entrada de um novo interessado somente após a desistência de uma dessas pessoas. Heath (2013) também demonstrou com detalhes os momentos em que licitantes manifestavam seu interesse em dar um lance e a percepção do condutor dos leilões em relação a movimentos tão discretos, como um levantar de mão na altura do peito.

Outro estudo envolvendo a observação de movimentos foi feito por Rod Watson (2005), que estudou modos de andar em espaços públicos. São interessantes especialmente as contribuições a respeito de “arquivos de fluxo” (*flow-files*), organizações locais de pedestres que se deslocam pelo espaço público (p. 202). Trata-se dos arquivos que contêm as informações sobre a movimentação de pedestres, o fluxo de pedestres. Ao desenvolver essa análise, em que o espaço público é tomado como um campo fenomenal, o autor mostra que orientações intersubjetivas locais construídas entre as ações dos pedestres podem ser analiticamente descritas em termos sequenciais e categoriais estreitamente vinculados. Nesta investigação, Watson (2005) concorda com Ryave e Schenkein (1974) que andar não é um assunto casual, mas uma prática culturalmente metódica, conjunta e ordenada desenvolvida pelos próprios pedestres.

Sobre a análise etnometodológica de sinalizações, Rod Watson e John Lee (WATSON, 2016), dentro de uma pesquisa maior, fizeram um estudo em pontos de ônibus em um subúrbio de Paris e descobriram diversas ações que as pessoas realizavam em função da chegada de um ônibus com determinadas

inscrições de destino e número naquele local. Perceberam, dentre outros aspectos, que pessoas que não entrariam naquele ônibus se deslocavam para dar lugar a outras que o aguardavam, que outras faziam perguntas aos demais passageiros ou ao motorista e, ainda, que um grupo não aguardava ônibus algum, pois não mudavam seu comportamento em função da chegada dos ônibus.

Andrew Carlin (2017) associou observação e prática. Carlin (2017) desenvolveu uma investigação como parte de um projeto maior sobre como a observação, e relevâncias relativas a elas, pode dar suporte ao argumento de Garfinkel de que somos todos “metodologistas práticos”<sup>111</sup> (GARFINKEL, 1967, p. 180). Carlin (2017) registrou sua experiência de ser ensinado a vender a revista “The Big Issue” por um de seus vendedores em uma estação de trem e, ao fazer isso, categorizar os passantes segundo a preocupação imediata de vender uma revista e assistir a trajetórias de pedestres de dentro do fluxo de tráfego de pedestres. Após observar o vendedor em sua atividade, o próprio Carlin tentou vender a revista, sendo orientado para tal pelo vendedor. Ao dar as orientações para Carlin, o que o vendedor estava fazendo em termos de análise social era formular os recursos e entendimentos mobilizados para o desempenho daquela tarefa.

Watson e Carlin (2017<sup>112</sup>) explicam que o teste para o pesquisador saber se entendeu os fenômenos é verificar se consegue reproduzir as atividades realizadas pelos membros. Ou seja, o pesquisador precisa aprender as ações que os membros desempenham, tanto pela observação quanto por instruções dos próprios membros, e ser capaz de reproduzi-las. Daí a importância de tentar desempenhar as atividades dos membros, o que foi feito não apenas por Carlin, mas por outros pesquisadores, como Philippe Sormani (2014), e como eu mesma tentei fazer durante as horas em que China me permitiu trabalhar com ele em sua Loja.

Estava envolvido no processo de venda da revista que Carlin (2017) analisou o ajuste de posicionamento e a categorização de pessoas como possíveis compradoras, além da produção de primeiras partes de pares adjacentes pelo vendedor (SCHEGLOFF, SACKS, 1973). Carlin (2017)

<sup>111</sup> Tradução livre. No original: *practical methodologists* (GARFINKEL, 1967, p. 180).

<sup>112</sup> Reunião realizada em 09/01/2017, durante o período de estágio doutoral no exterior.

afirmou que não comprar uma revista podia tomar diferentes formas, como não olhar para o vendedor, olhar para o vendedor, fazer um sinal de recusa, justificar o fato de não comprar, entre outros.

Nessa investigação, Carlin (2017) cunhou o termo “cultura do pavimento”<sup>113</sup>, que diz respeito à visibilidade das ordens mundanas, organizações e reorganizações, pelas próprias pessoas, no espaço público e que explica atividades de categorização de membros, assim como os aspectos sequenciais do espaço público.

Entre as descobertas compartilhadas por Carlin (2017) estão o entendimento de que não se tratava de apenas ficar parado, mas de ser visto parado, ou seja, ficar visível. Também não se tratava de passar a conhecer as pessoas que frequentavam aquele espaço, mas de reconhecer categorias de pessoas. Carlin (2017) também percebeu que o vendedor era capaz de descrever - com precisão e com detalhes eloquentes - a configuração visual em que estava e quem constituía o cenário, fazendo assim a tarefa etnográfica de descrever a organização da rua, ou seja, a cultura do pavimento, de dentro.

Outro pesquisador que se dedicou à análise de movimentos foi David Sudnow (1972), que estudou a observação interpessoal. O autor afirmou que para um grande número de interações sociais realizadas no dia a dia é crucial a habilidade das pessoas para decifrarem “num relance”<sup>114</sup>, em muitas ocasiões com uma “única olhadela”<sup>115</sup> as ações umas das outras, tendo em conta, entre outros aspectos da vida cotidiana, as características das cenas, os *status* categoriais, dentre outros aspectos (p. 259).

Sudnow sugere que as pessoas exibem por meio de suas ações uma orientação para construir aparências de si, atividades, relacionamentos, humor etc. que terão uma correspondência entre o sentido pretendido de uma representação e o que é observável naquela representação para um observador de relance. Sudnow também argumenta que uma pessoa confronta tarefas especiais de produção de aparência quando orienta a disponibilidade de sua aparência para um outro olhar de relance e sugere algumas características possivelmente interessantes dessas tarefas. Sugere ainda que a situação de

---

<sup>113</sup> Tradução livre. No original: *pavement culture* (CARLIN, 2017).

<sup>114</sup> Tradução livre. No original: *at a glance* (SUDNOW, 1972, p. 259).

<sup>115</sup> Tradução livre. No original: *single glance* (SUDNOW, 1972, p. 259).

“olhadela em”<sup>116</sup> e “quem olha de relance”<sup>117</sup> coloca-os cada um em uma posição de sensibilidade interacional em relação ao outro (p. 260).

A gama de tópicos específicos possíveis de serem analisados a partir da Etnometodologia é bastante ampla, mas boa parte das pesquisas ainda é feita fora dos cursos de Comunicação Social. Combinadas com Análise da Conversa, Psicologia Discursiva, estudos de narrativas, dentre outras ferramentas, a Etnometodologia tem sido empregada, além da Sociologia, em estudos das mais diversas áreas do conhecimento, como Administração (BISPO; GODOY, 2012), Educação Física (DEVIDE, 2001; SILVA et al., 2015), Estudos Organizacionais (MACIEL et al., 2014), Educação (MACHADO, 2012; BARBOSA, 2008; ARAÚJO, 2012; CARVALHO; THERRIEN, 2008; FERNANDES et al., 2012; ARAÚJO; FRANÇA, 2013), Direito (COSTA, 2010), Saúde (BERARDINELLI et al., 2014), Engenharia (BRAMBILLA, 2012), Ciência da Informação (DUMONT; PINHEIRO, 2015), entre outras.

Em Comunicação Social, é possível encontrar alguns poucos estudos usando essa perspectiva, sendo a investigação pioneira aquela desenvolvida por Braga, publicada no livro “Personas Materno-Eletrônicas: feminilidade e interação no Blog Mothern” (2008). Braga também dirigiu e roteirizou o filme-documentário “Howie e os Outsiders” (2019). Também foi possível identificar em Comunicação pesquisas sobre perspectivas naturalistas em comunicação (BRAGA; GASTALDO, 2010), a Escola de Chicago e estudos de recepção (BRAGA; GASTALDO, 2009), redes sociais (BRAGA, 2013), *blogs* (DANTAS; GOMES, 2008), coluna social (PEREIRA; MESQUITA, 2012), análise do discurso (RODRIGUES, BRAGA, 2014), análise de categorização de pertencimento (BRAGA et al., 2016; GUIMARÃES<sup>118</sup>, 2017; BRAGA; GASTALDO, 2018) e histórias em quadrinhos (RAMOS, 2017). Nenhum estudo envolvendo feiras ou mercados no Brasil foi encontrado.

<sup>116</sup> Tradução livre. No original: *glanced at* (SUDNOW, 1972, p. 260).

<sup>117</sup> Tradução livre. No original: *glancer* (SUDNOW, 1972, p. 260).

<sup>118</sup> Guimarães desenvolveu a pesquisa de doutorado “O Campo Jornalístico e a Lei Anti-homofobia: uma análise das categorizações de pertencimento sobre o Projeto de Lei da Câmara 122 nos jornais impressos brasileiros”, no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio entre 2012 e 2017, orientada pela professora Adriana Braga.

## 5.5.

### Etnometodologia combinada à Análise da Conversa

Tendo a investigação etnometodológica o potencial de permitir identificar a forma como os membros “contam o código”<sup>119</sup>, conforme escreveu Wieder (1974), ou seja, de ver uma ação ou ouvir um enunciado como fazendo algo para além do que está sendo visto ou dito, a fala ajuda o etnometodólogo a entender e evidenciar como os membros dão certo sentido às situações em que se envolvem. Por esse motivo é utilizada uma inspiração de Análise da Conversa nesta investigação.

Ressalto, no entanto, que esta não é uma pesquisa feita em Análise da Conversa. Há uma inspiração na Análise da Conversa com o intuito de melhor evidenciar os entendimentos dos membros. No entanto, reconheço que seu uso é feito de forma limitada e que a Análise da Conversa oferece recursos de análise mais aprofundados do que aqueles empregados nesta investigação.

Defendendo esse uso combinado de Etnometodologia e Análise da Conversa, Watson (2008) lembra que as pertinências originais de ambas são sociológicas, afirmando, portanto, que sua combinação deriva em grande parte de semelhanças em suas origens. Chama ainda a atenção para a preocupação da Análise da Conversa com a organização local da fala em interação, o que vai ao encontro de aspectos centrais da Etnometodologia no tocante ao domínio dos próprios membros da linguagem natural e à preocupação da Etnometodologia com a análise de práticas, incluindo práticas conversacionais, como naturalmente incorporadas em um “contexto gestáltico”<sup>120</sup> local (WIEDER, 1974).

A ideia de “contexto gestáltico” é importante porque empreender uma investigação com a atitude etnometodológica significa, entre outras posturas, considerar que toda conduta dos membros acontece dentro de um contexto, que Garfinkel (1967) e Weider (1974) denominaram “contexto gestáltico”. Apesar de ter sido abandonado posteriormente, entender a importância da ideia de “contexto gestáltico” requer compreender o “método documentário” abordado inicialmente por Garfinkel.

---

<sup>119</sup> Tradução livre. No original: *telling the code* (WIEDER, 1974).

<sup>120</sup> Tradução livre. No original: *gestalt-contexture* (GARFINKEL, 1967; WEIDER, 1974).



O “método documentário de interpretação” foi desenvolvido por Karl Mannheim (1952) como um processo para lidar com o problema de se fazer uma descrição adequada dos eventos culturais. Consiste em relacionar realizações diferentes a um padrão comum, como fez Weider (1974) ao identificar em diferentes ações e falas de moradores de um centro de reabilitação sua relação com um código, como o fato de não obedecerem aos integrantes da equipe de staff do centro ou de serem leais a outros moradores. Por isso, Garfinkel (2010) afirmou que, segundo o método documentário, uma fala, uma ação, é um “documento de”, “aponta para” (p. 85). Através do método documentário se pesquisa e determina padrões usados pelos membros para gerenciar as suas condutas. Apesar de suas contribuições, o modelo depois foi considerado inapropriado para a Etnometodologia por Garfinkel, que o considerou muito genérico, e, portanto, uma concessão às análises formais, e optou pelo modelo de “contexto gestáltico” (WATSON & GASTALDO, 2015, p. 40-42).

O contexto gestáltico foi caracterizado por Gurwitsch (1957), que entendeu contexto não como a soma de suas partes, redutível a elas ou maior que as mesmas. Ele é composto por constituintes que coexistem em relação, exigindo-se mutuamente e apoiando-se uns nos outros. Gestalt se refere ao sistema, o tecido que as partes formam em interdependência e interdeterminação. Gurwitsch (1957) explicou que cada constituinte se refere não apenas uns aos outros, mas à totalidade formada por esse sistema de referências. O todo é o sistema de partes mutuamente interdependentes e de referência cruzada, não havendo importância diferenciada entre todo e parte.

Não somente toda parte se refere a todas as outras partes, mas o todo é inerente a todo o constituinte; cada parte, precisamente em virtude de seu significado funcional específico, “realiza” de maneira específica toda a contextura. Esse sistema de constituintes articulados e referenciados mutuamente é o significado da coerência da Gestalt, e é exatamente isso que a análise de Husserl da “autossuficiência” falhou em apreender. Além disso, porque não pode haver qualquer questão de prioridade entre “parte” e “todo”, não pode haver qualquer explicação dualista defensável (seja cartesiana, ou envolvendo processos não sensoriais, ou invocando a ideia de Stumpf de “fusão” como de nível superior, embora ainda sensorial) (GURWITSCH, 2010, p. xxxi)<sup>121</sup>.

<sup>121</sup> Tradução livre. No original: *Not only does every part refer to every other part, but the whole is itself inherent to every constituent; each part, precisely in virtue of its specific functional significance, “realizes” in its own specific way the whole contexture. Just this system of articulated, mutually referential constituents is the meaning of Gestalt-coherence, and just this is what Husserl’s analysis of “self-sufficiency” failed to apprehend. Furthermore, just because there*

Segundo Watson (2008), o termo contexto gestáltico talvez nos permita ter a concepção de contexto mais fenomenologicamente sensível, mais intersubjetivamente adequada e

(...) refere-se, na apropriação de Garfinkel de Gurwitsch, ao detalhe fenomenal *in vivo* de identificação específica que compõe apenas essa configuração e nenhuma outra, aqui e agora, apenas nesse campo fenomenal específico. Cada detalhe fenomenal de uma só vez obtém seu sentido a partir de sua afiliação com uma textura de outros detalhes e empresta-lhes o sentido: e esse sentido emerge, se desenvolve e se transforma sobre uma *durée* textual específica como endogenamente percebida pelos participantes. Tal contexto pode abranger itens de conhecimento especializado, motivações ou normas específicas, bem como os recursos "contextuais" mais óbvios. (...)

O ponto sobre um contexto gestáltico é sua distinção: cada campo fenomenal específico é composto de uma matriz de detalhes fenomenológicos distintamente identificáveis, muito da mesma maneira que um caleidoscópio fornece um padrão novo e distinto após cada mexida<sup>122</sup> (WATSON, 2008, p. 231).

A fala é uma parte desse contexto, está entrelaçada nele e é orientada para ele como tal pelos interlocutores, que se orientam como partes integrantes do mesmo contexto de entrelace. É uma forma bastante aprofundada de acesso às falas dos membros considerando detalhes importantes para o entendimento da configuração social estudada é empregar a Análise da Conversa.

\*\*\*

Foi a afirmação de que “as atividades pelas quais os membros produzem e gerenciam situações de afazeres cotidianos organizados são idênticas aos procedimentos empregados pelos membros para tornar essas situações relatáveis”, escrita em 1967 por Garfinkel (1996, p. 113) que gerou, dentre outros desdobramentos, a Análise da Conversa. Harvey Sacks levou a contribuição de Garfinkel para a sociolinguística.

---

*cannot be any question of priority between “part” and “whole,” there cannot be any defensible dualistic account (whether Cartesian, or one involving non-sensory processes, or one invoking Stumpf’s idea of “fusion” as a higher-level, though still sensory process) (GURWITSCH, 2010, p. xxxi).*

<sup>122</sup> Tradução livre. No original: (...) refers, in Garfinkel’s “take” on Gurwitsch, to the distinctively-identifying *in vivo* phenomenal detail composing just this setting and no other, here and now, just this particular phenomenal field. Each phenomenal detail at once gains its sense from its affiliation with a texture of other detail and lends its sense to them: and this sense emerges, develops and transforms over a texture specific *durée* as endogenously apperceived by participants. Such a contexture may encompass items of specialised knowledge, specific motivations or norms, as well as the more obvious ‘contextual’ features. (...)

The point about a gestalt contexture is its distinctiveness: each specific phenomenal field is composed of a distinctively identifying array of phenomenological detail, much in the way that a kaleidoscope furnishes a new, distinctive pattern after each shake (WATSON, 2008, p. 231).

O artigo “A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation”, de 1974, de autoria de Harvey Sacks, Emanuel Schegloff e Gail Jefferson, apresentou como os participantes se organizam de forma a serem capazes de manter uma conversa, demonstrando assim a maquinaria da tomada de turno e que a conversa, também denominada “fala em interação”, segue uma estrutura organizada socialmente (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 2003, p. 40).

Os autores explicaram que a troca de turno organiza o sistema de troca de fala e que os turnos sugerem uma economia, ou seja, há uma hierarquia de valor, com turnos sendo valorizados e meios de alocá-los afetando sua distribuição. A análise sociológica de atividades organizadas em turnos, segundo os autores, envolve a determinação da “conformação do dispositivo de organização da tomada de turnos e como ela afeta a distribuição dos turnos nas atividades em que opera” (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 2003, p. 12). Dispositivo consiste nos conjuntos de práticas e recursos sistematicamente empreendidos que podem ser observados nas interações e que podem ser de diversas espécies, como o da tomada de turnos ou de categorização de pertencimento (SCHEGLOFF, 2007).

Antes de proceder à forma como a análise da troca de turnos oferece recursos para o entendimento da compreensão dos participantes, é útil recorrer aos elementos que compõem a organização hierárquica da estrutura da conversa: interação, sequências, troca, intervenção e ato de linguagem (RODRIGUES, 2005). A interação é o mais alto nível, sendo difícil determinar sua delimitação. Alguns critérios podem ser usados, como o esquema participativo, as unidades de lugar e tempo, a unidade temática, as sequências de abertura e fecho da interação, sendo estas últimas consideradas por Rodrigues (2005) como os melhores recursos para a delimitação de uma interação conversacional. O autor destaca que há interações, como as menos formais, que iniciam sem uma sequência de abertura explicitamente formulada e terminam sem sequência de despedida. Assim entramos no papel das sequências em relação à conversa: elas constituem uma interação. Há três sequências principais em uma interação, a abertura, o corpo e o fecho.

A troca pode compreender várias intervenções, sendo seu modelo paradigmático composto por uma intervenção iniciativa, uma reativa e uma

avaliativa. A intervenção é cada uma das contribuições de um locutor na conversa e pode realizar vários atos de linguagem. Estes constituem a menor unidade pragmática de uma interação, sendo seu valor ilocutório<sup>123</sup> dependente da interação. Assim, uma conversa seria “uma interação, constituída de sequências que, por sua vez, são formadas por permutas e estas compreendem atos de linguagem” (RODRIGUES, 2005, p. 208).

Um recurso metodológico central para a investigação da conversa, fornecido por seu caráter fundamentalmente interacional e em consequência da organização da tomada de turnos, é o fato de ela “obrigar seus participantes a exibirem uns aos outros, na fala de um turno, sua compreensão da fala dos outros turnos” (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 2003, p. 53). São essas compreensões na fala dos turnos subsequentes que o analista da conversa quer acessar, pois permitem não apenas a análise de turnos anteriores, mas constituem um procedimento de prova para a análise profissional de turnos anteriores, sendo “recursos intrínsecos aos próprios dados” (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 2003, p. 53).

Empenhados em ajuda a entender como a fala é compreendida, Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) propuseram uma sistemática referente à organização da tomada de turnos na conversa. Os autores afirmaram que um modelo para isso seria pelo menos, “gerenciado localmente, administrado pelas partes, controlado interacionalmente e sensível a ajuste ao interlocutor” (2003, p. 11). Assim, os autores destacaram que todas as operações no sistema são locais, ou seja, direcionadas para o ‘turno seguinte’ e para a ‘transição seguinte’ e que, sendo gerenciado localmente, administrado pelas partes, o sistema se molda à interação conversacional, sendo a fala de uma das partes em uma conversa constituída ou projetada segundo uma orientação e sensibilidade ao(s) outro(s) que é/são coparticipante(s) (2003, p. 49; 51).

O sistema de tomada de turnos na conversa pode ser descrito pelo componente da construção de turno e pelo componente da alocação de turnos, além de regras. A composição de turnos consiste nas unidades com que o turno é construído, e alocação de turnos, é referente às possibilidades de selecionar

---

<sup>123</sup> Um enunciado adquire valor interlocutório pelas circunstâncias sociais envolvidas na interlocução, podendo o mesmo enunciado ter o valor interlocutório de resposta em uma ocasião e de promessa em outra, por exemplo (RODRIGUES, 2005).

quem será o próximo falante. Ao governarem a construção de turno, alocando um turno seguinte a uma parte e coordenando a transferência, as regras minimizam intervalos e sobreposições. São elas:

(1) Para qualquer turno, no primeiro lugar relevante para a transição de uma primeira unidade de construção de turno:

(a) Se o turno até aqui está construído de modo a envolver o uso de uma técnica de ‘falante corrente seleciona o próximo’, então a parte assim selecionada tem o direito e é obrigada a tomar o turno seguinte para falar; nenhuma outra parte possui tais direitos ou obrigações, e a transferência ocorre naquele lugar.

(b) Se o turno até aqui está construído de modo a não envolver o uso da técnica de ‘falante corrente seleciona o próximo’, então a autosseleção para a próxima vez de falar pode ser instituída, mas não necessariamente; quem inicia primeiro adquire o direito ao turno, e a transferência ocorre naquele lugar.

(c) Se o turno até então é construído de forma a não envolver o uso da técnica de ‘falante corrente seleciona o próximo’, então o falante corrente pode, mas não precisa continuar, a menos que outro se autosseleccione.

(2) Se, no primeiro lugar relevante para a transição de uma primeira unidade de construção de turno, nem 1a e nem 1b operaram, e, seguindo a provisão 1c, o falante corrente continuou, então o conjunto de regras a–c reaplica-se no próximo lugar relevante para a transição e recursivamente a seguir em cada lugar relevante para a transição, até a transferência ser efetivada (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 2003, p. 17).

É aplicada a opção pela regra 1b (autosseleção), caso a opção pela regra 1a (parte selecionada fala), que é prioritária em relação a 1b, não tenha sido empregada. Assim, o uso metodicamente assegurado da opção pela regra 1a depende de que ela seja empregada antes do primeiro lugar relevante para a transição de uma unidade inicial. É dessa forma que a operação da opção pela regra 1a é limitada pela presença da regra 1b no conjunto, sendo a regra 1b empregada ou não. Assim como dada a presença da regra 1c (falante continua), para que a regra 1b, que é prioritária em relação a 1c, seja metodicamente assegurada, ela precisa ser empregada no primeiro lugar relevante para a transição de uma unidade inicial e antes de ser invocada a opção pela regra 1c. Se 1c é invocada, a regra 2 (falante continua e reaplica-se a-c) se aplicará.

Os turnos de fala contêm unidades mínimas, que são as Unidades de Construção de Turno (UCT) (SCHEGLOFF, 1974). Considero que as UCTs são melhor compreendidas pela explicação de Ostermann e Frezza (2017).

(...) as UCTs não são determinadas por sua classe gramatical apenas, mas por sua adequação e completude, o que lhes é atribuído pelos/as próprios/as participantes, com base em seu formato sintático, entoacional, semântico-

pragmático e em sua posição sequencial. As UCTs também projetam um local possível para a troca de falantes (OSTERMANN; FREZZA, 2017, p. 38).

Binet (2018<sup>124</sup>) também afirma que essas unidades podem incluir falas e/ou gestos.

Ao final de cada uma dessas unidades, chega-se a um ponto possível de finalização do turno, podendo haver a troca de falantes. Esse ponto é percebido pelos participantes, o que faz com que se afirme que a UCT tem a propriedade de projetabilidade, ou seja, os participantes conseguem projetar que está completa uma ideia fornecida por outro interagente (SILVA, ANDRADE, OSTERMANN, 2009). Quando isso acontece, é aberto um lugar relevante para a transição, comumente referido pela sigla LRT.

Assim, um lugar relevante para a transição (LRT) é o ponto da possível conclusão de um turno, no qual é relevante a transição possível para um próximo orador. O espaço de transição pode começar um pouco antes do possível ponto de conclusão e ainda durar um pouco no começo de um próximo turno (SACKS et al, 1974, p. 702-706).

Usando gravações em áudio de conversas que ocorreram naturalmente, Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) categorizaram os métodos usados pelos integrantes para organizar suas interações, sendo estes os mecanismos pelos quais as partes de uma conversa geralmente se orientam para que uma interação ocorra.

- (1) A troca de falante se repete ou pelo menos ocorre.
- (2) Na grande maioria dos casos, cada um fala de uma vez.
- (3) Ocorrências de mais de um falante por vez são comuns, mas breves.
- (4) Transições de um turno para o próximo sem intervalos e sem sobreposições são comuns. Junto com as transições caracterizadas por breves intervalos ou ligeiras sobreposições, consistem na grande maioria das transições.
- (5) A ordem dos turnos não é fixa, mas variável.
- (6) O tamanho dos turnos não é fixo, mas variável.
- (7) A extensão da conversa não é fixa, previamente especificada.
- (8) O que cada um diz não é fixo, previamente especificado.
- (9) A distribuição relativa dos turnos não é fixa, previamente especificada.
- (10) O número de participantes pode variar.
- (11) A conversa pode ser contínua ou não.
- (12) Técnicas de atribuição de turnos são obviamente usadas. O falante atual pode selecionar um falante seguinte; as partes podem se autosselecionar, começando a falar.
- (13) Várias unidades de “construção de turno” são empregadas. (...)

<sup>124</sup> Minicurso “Introdução à Análise da Conversa” ministrado pelo prof. Michel Binet, em 21 e 22/10/2018, na PUC-Rio.

(14) Mecanismos de reparo para lidar com erros na troca de turno e violações obviamente estão disponíveis para uso. Por exemplo, se duas partes se encontram falando ao mesmo tempo, uma delas irá parar prematuramente, assim reparando o problema (SACKS, SCHEGLOFF e JEFFERSON, 1978, p. 10 e 11).

Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) explicam cada um dos 14 itens de como a conversa em geral é organizada. Neste estudo, com base nos dados obtidos em campo, interessa especificar alguns desses itens.

Um deles é o 3: Ocorrências de mais de um falante por vez são comuns, mas breves. Interessa especificamente destacar algumas bases sistemáticas para a ocorrência de sobreposição: a regra 1b, que estimula o começo mais rápido possível por um autosselecionador; e a projetabilidade de possíveis lugares de finalização ou relevantes para a transição. A variação na articulação da última parte projetada de um componente que se projeta como último da fala de um turno produzirá uma sobreposição de turnos. O acréscimo de elementos opcionais, que podem se encaixar após uma primeira finalização possível, sem a intenção de continuação, como formas de tratamento, também produzirá sobreposições.

Em trabalho mais recente, Schegloff (2000) especificou quatro ocorrências de sobreposições de vozes que, em um primeiro momento, não são problemáticas em relação à tomada de turnos e que foram abordadas por Garcez e Stein (2015):

- a. Sobreposições terminais – ocorrem quando um falante inicia sua fala antes que o outro acabe, por projetar precocemente o término do turno do interlocutor;
- b. Continuadores – demonstrações de atenção do interlocutor para a fala em andamento;
- c. Acesso condicional ao turno – casos de busca de palavras e construção colaborativa de um turno;
- d. Vozes em coro – risos, saudações coletivas, despedidas, parabenizações, cantorias etc. Atividades que são tratadas pelos participantes como produções (...) em simultaneidade (GARCEZ; STEIN, 2015, p. 171-174).

Outro item a respeito de como a conversa em geral é organizada que trato com mais detalhes é o 12: Técnicas de atribuição de turnos são obviamente usadas. O falante atual pode selecionar um falante seguinte; as partes podem se autosselecionar, começando a falar. Interessa sobre esse item a explicação sobre os “pares adjacentes”, que são enunciados associados entre si (SCHEGLOFF, SACKS, 1973). Por provocarem certas respostas, alguns

enunciados operam de acordo com a propriedade denominada “relevância condicional”.

Por relevância condicional de um item sobre outro, queremos dizer: dada a primeira, a segunda é expectável; em sua ocorrência, pode ser visto como um segundo item para o primeiro; na sua não ocorrência, pode ser visto como oficialmente ausente - tudo isso fornecido pela ocorrência do primeiro item (SCHEGLOFF, 1968, p. 1083)<sup>125</sup>.

A relevância condicional explica por que um próximo falante é levado a responder de modo esperado em termos de conteúdo e forma. Ou seja, perguntas são seguidas por respostas e cumprimentos são seguidos por cumprimentos, por exemplo. Os enunciados que formam pares adjacentes operam de acordo com essa propriedade. Em termos de estrutura, são compostos basicamente por uma primeira parte do par (PPP) e uma segunda parte do par (SPP). Muitas vezes, há expansões relacionadas aos pares, já que são necessárias mais informações até que a primeira parte do par seja completada. As expansões podem ser pré, quando estão antes da PPP, inseridas, quando estão entre a PPP e a SPP, e pós, quando vêm depois da SPP.

Para facilitar a compreensão, pode-ser pensar na situação em que uma cliente entra em uma loja, diz “bom dia” (pré-expansão) ao vendedor e em seguida pergunta se “tem o tênis preto tamanho 36” (PPP), ao que o vendedor responde “vou verificar” (expansão inserida) e depois afirma “Sim, tem” (SPP), ao que a cliente responde “obrigada, vou avisar a minha amiga” (pós-expansão).

É importante destacar que um enunciado pode desempenhar mais de um papel em termos de pares adjacentes, dependendo do enunciado ao qual é relacionado. Isto ocorre porque um mesmo enunciado pode desencadear e ser desencadeado, podendo ser ao mesmo tempo SPP, PPP de mais de uma SPP e expansão. Da mesma forma, PPPs, SPPs e expansões podem ter continuação em turnos diferentes.

Voltando ao tópico de que técnicas de alocação de turno são usadas em uma conversa, Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) afirmaram que o caso óbvio de uma pergunta sendo dirigida a alguém é um caso de uma classe de tipos de

<sup>125</sup> Tradução livre. No original: *By conditional relevance of one item on another we mean: given the first, the second is expectable; upon its occurrence it can be seen to be a second item to the first; upon its nonoccurrence it can be seen to be officially absent -all this provided by the occurrence of the first item* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1083).



elocuções que compartilham a propriedade de possivelmente selecionarem o falante seguinte. Portanto, a pergunta é um exemplo da primeira parte de uma unidade sequencial denominada par adjacente. Primeiras partes de par são o componente básico para selecionar o falante seguinte, pois é principalmente por associação a uma primeira parte de par que o dispositivo aparentemente mais eficaz para selecionar o falante seguinte realmente funciona.

Apesar de estabelecerem restrições em relação ao que deve ser feito no turno seguinte, primeiras partes de par não alocam o turno seguinte para algum candidato a falante. Associar a uma primeira parte de par um dispositivo de requisição de atenção, como uma forma de tratamento ou o direcionamento do olhar, consiste em uma técnica geral importante através da qual o falante seleciona o próximo. No entanto, o fato de se dirigir a uma parte não irá necessariamente selecioná-la como falante seguinte.

Uma forma de selecionar um falante seguinte sem uso de uma técnica de se dirigir a ele é o emprego do dispositivo formado por uma variante da pergunta. Trata-se de um tipo de primeira parte do par que pode ser formado por repetições de partes de uma elocução anterior com a entonação de pergunta, por perguntas de apenas uma palavra, como *quê?*, *quem?*, além de outras técnicas de “reparo”<sup>126</sup>, que será explicado mais adiante (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977).

Entre as técnicas de alocação de turno usadas em uma conversa, outro tipo é a “pergunta-apêndice”<sup>127</sup>, que faz uma ligação com o turno seguinte e é formada por perguntas do tipo ‘Você sabia?’, ‘Não concorda?’, ‘Né?’ (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974, p. 37). A pergunta-apêndice é considerada a ‘técnica de saída’ para um turno disponível, podendo ser usada quando um falante corrente construiu a fala de um turno até um possível lugar relevante para a transição, não selecionou um falante seguinte e não encontrou um falante que tivesse se autoselecionado para ser o próximo. Logo, as perguntas-apêndice vêm depois de um lugar relevante para a transição.

<sup>126</sup> Tradução livre. No original: *repair* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977).

<sup>127</sup> Tradução livre. No original: *tag question* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974, p. 37).

Assim como as perguntas-apêndices são dispositivos de saída de turno ou pós-finalizadores, existem os “inícios acessórios”<sup>128</sup>, como ‘bem’, ‘mas’, ‘e’, ‘então’..., que também são mecanismos importantes de organização dos turnos, como será tratado mais adiante (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974).

O último item que merece um destaque maior nesta investigação é o 14: Mecanismos de reparo para lidar com erros na troca de turno e violações obviamente estão disponíveis para uso. Ele permite esclarecer que o reparo na conversa age no que é “reparável”<sup>129</sup> ou “fonte de problema”<sup>130</sup>, podendo ser feito pelo próprio falante, quando é denominado “autorreparo”<sup>131</sup>, o preferido dos participantes, ou por outra pessoa, denominado “reparo do outro”<sup>132</sup> (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977, p. 363). A ação menos preferida é o reparo iniciado e levado adiante por outro (POMERANTZ, 1984).

Outras características importantes na operação de reparo são que esforços nesse sentido podem falhar, que quem o realiza não é necessariamente quem o iniciou e que sequências de reparo podem sofrer reparo. É útil destacar ainda que reparo, em termos de Análise da Conversa, não se refere necessariamente a uma correção ou substituição. A procura por uma palavra pelo falante, por exemplo, é um exemplo de reparo. Assim, a correção é um tipo particular dentro do domínio mais amplo do reparo.

É importante destacar também que a interação tem caminhos preferidos e não preferidos (SACKS, 1987). Esses conceitos são de natureza social. Quando fazemos uma pergunta, por exemplo, conforme mencionado, esperamos uma resposta de determinado tipo, ou seja, há uma sequência preferida. Para um “bom dia”, espera-se como resposta um “bom dia” ou algo similar, não um “obrigado”. Se o tipo de resposta preferida não vem, diz-se que houve uma situação não preferida, o que no exemplo do “bom dia”, seria, por exemplo, uma resposta como “bom dia para quem?” ou até mesmo o silêncio, ou seja, a ausência de resposta. A não existência de uma resposta preferida requer que o

<sup>128</sup> Tradução livre. No original: *appositional beginnings* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974).

<sup>129</sup> Tradução livre. No original: *repairable* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977, p. 363).

<sup>130</sup> Tradução livre. No original: *trouble source* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977, p. 363).

<sup>131</sup> Tradução livre. No original: *self-repair* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977, p. 363).

<sup>132</sup> Tradução livre. No original: *other-repair* (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1977, p. 363).

pesquisador atente para os motivos que levam a tal caminho, o que salienta a importância das partes não preferidas.

Há situações em que algo que é dito exige uma resposta ou reação para o bom andamento da interação, mesmo que não se trate de uma pergunta. Diante de uma reclamação, por exemplo, espera-se uma resposta, seja em forma de desculpa ou justificativa. Da mesma forma, ao cumprimentarmos alguém, esperamos um retorno da saudação ou da despedida. Essas são as respostas preferidas. Respostas ou ações não preferidas, que incluem silêncios, podem gerar problemas nas relações sociais, comprometendo ou levando ao fim uma interação e até mesmo uma relação. Anita Pomerantz (1984) trata dessa constatação, tendo descrito o sistema de “organização de preferência”.

Pomerantz (1984) explica que a participação em atividades sociais envolve a produção de “avaliações”<sup>133</sup>, que são construídas com base no conhecimento do falante a respeito do que ele avalia. Uma avaliação pode ser negada quando o participante não tem acesso ou informação suficiente para fazê-la. É o caso de quando se pergunta a alguém por determinada pessoa e esse alguém não teve contato com a referida pessoa para saber como ela está. Isso porque, a avaliação tem como base o conhecimento do falante.

Avaliações são eventos conversacionais produzidos sequencialmente. São constituídas, mas também constituem interações. Assim, parte da participação interativa inclui fazer avaliações. Além disso, as avaliações também ocorrem quando falantes reportam sua participação em atividades. São casos, por exemplo, em que o pronunciamento de participação em alguma atividade não é suficiente para descrever o evento, sendo necessário um relato ou uma consideração do participante acerca de sua experiência. Contar a um coparticipante da interação que se esteve pela primeira vez na Feira de São Cristóvão, por exemplo, exige que seja explicitada a impressão dessa primeira visita.

Pomerantz (1984) também explica que uma forma de coparticipação com alguém que fez uma avaliação é produzir “segundas avaliações”<sup>134</sup> (p. 59). As segundas avaliações são avaliações produzidas por destinatários de primeiras avaliações que usam em suas segundas avaliações os mesmos referentes das

---

<sup>133</sup> Tradução livre. No original: *assessments* (POMERANTZ, 1984).

<sup>134</sup> Tradução livre. No original: *second assessments* (POMERANTZ, 1984, p. 59).

primeiras. Sendo “concordâncias e discordâncias”<sup>135</sup> ações relevantes após primeiras avaliações, elas são em grande medida executadas com segundas avaliações (p. 63).

Uma avaliação inicial, embora forneça a relevância de concordância ou discordância, pode ser estruturada de forma a “convidar” uma próxima ação, denominada de “próxima ação preferida”<sup>136</sup>, sendo sua alternativa uma “próxima ação não preferida”<sup>137</sup> (POMERANTZ, 1984, p. 63). Assim, a concordância é uma próxima ação preferida entre diversas avaliações iniciais, o que não significa que a concordância seja sempre uma próxima ação preferida. Casos de autodepreciação são exemplos em que a preferência por concordância não opera, sendo não preferida uma concordância com uma autodepreciação.

Ao estudar segundas avaliações, Pomerantz (1984) identificou uma associação entre uma ação de *status* preferido e o formato do turno em que é produzida, tendo reunido as características gerais do respectivo turno e formato da sequência:

1. Concordância tem componentes de concordância que ocupam todo o turno de concordância; discordâncias são frequentemente prefaciadas.
2. Concordâncias são realizadas com componentes de concordância declarados; discordâncias podem ser realizadas com uma variedade de formas, variando de discordâncias não declaradas a declaradas. Frequentemente, discordâncias, quando afirmadas, são formadas como concordâncias parciais/discordâncias parciais; elas são formas fracas de discordâncias.
3. Em geral, as concordâncias são realizadas com uma minimização do intervalo entre a conclusão do turno anterior e o início do turno de concordância; os componentes de discordância são frequentemente atrasados em um turno ou em uma série de voltas.
4. Ausências de concordâncias ou discordâncias futuras por parte dos destinatários com lacunas, pedidos de esclarecimento e similares são interpretáveis como casos de discordâncias não declaradas ou ainda não declaradas<sup>138</sup> (POMERANTZ, 1984, p. 65).

<sup>135</sup> Tradução livre. No original: *agreements and disagreements* (POMERANTZ, 1984, p. 63).

<sup>136</sup> Tradução livre. No original: *preferred next action* (POMERANTZ, 1984, p. 63).

<sup>137</sup> Tradução livre. No original: *dispreferred next action* (POMERANTZ, 1984, p. 63).

<sup>138</sup> Tradução livre. No original: *1. Agreement have agreement components occupying the entire agreement turns; disagreements are often prefaced.*

*2. Agreements are accomplished with stated agreement components; disagreements may be accomplished with a variety forms, ranging from unstated to stated disagreements. Frequently disagreements, when stated, are formed as partial agreements/partial disagreements; they are weak forms of disagreements.*

*3. In general, agreements are performed with a minimization of gap between the prior turn's completion and the agreement turn's initiation; disagreement components are frequently delayed within a turn or over a series of turns.*

*4. Absences of forthcoming agreements or disagreements by recipients with gaps, requests for clarification, and the like are interpretable as instances of unstated, or as-yet-unstated, disagreements* (POMERANTZ, 1984, p. 65).

Entre os tipos de concordância preferida estão a “atualização”<sup>139</sup>, o uso da mesma avaliação e o “rebaixamento”<sup>140</sup>. A atualização consiste em uma avaliação que incorpora termos de avaliação atualizados em relação ao primeiro (POMERANTZ, 1984, p. 65). A atualização é considerada forte concordância. Duas técnicas comuns nesse caso são o uso de um termo avaliativo mais forte e a inclusão de uma intensificação modificando o descritor avaliativo anterior. Um exemplo de atualização é quando um primeiro falante afirma que a Feira de São Cristóvão é legal e o segundo, em resposta, diz que é sensacional ou muito legal.

O uso da mesma avaliação diz respeito à repetição de termos avaliativos que um primeiro falante usou marcando-os como segundos com o uso de termos como ‘também’. Diferente da atualização, é uma forma fraca de concordância, podendo ser encontrada inclusive no caso de discordâncias futuras, sendo, portanto, prefácios de discordâncias. Um exemplo é o caso em que um falante afirma que está achando o show bom e o outro afirma que está achando bom também.

O rebaixamento, outro formato de turnos e sequências de concordância preferida, se refere ao uso do mesmo referente com avaliação enfraquecida em relação à primeira (POMERANTZ, 1984, p. 68). Um exemplo é o uso do adjetivo ‘linda’ por um primeiro falante e ‘bonita’ por um segundo referindo-se à mesma pessoa, como na situação hipotética em que A diz ‘Ela não é linda?’ e B responde ‘Sim, ela é bonita’. Em resposta a avaliações do tipo downgrade, frequentemente os participantes fazem avaliações mais fortes. Assim como o uso da mesma avaliação, é uma forma fraca de concordância.

De outro modo, os turnos e as sequências em que a discordância é realizada quando a concordância é preferida costumam ser caracterizados por atrasos e inclusão de componentes de discordância fraca. Os atrasos podem ser manifestados por meio de ausência de fala, solicitações de esclarecimentos, repetições parciais e outros iniciadores de reparo, prefácios de turno e similares, como os “inícios acessórios” tratados por Sacks, Schegloff e Jefferson (1974). Os componentes de discordância em geral assumem a forma de concordâncias parciais ou discordâncias parciais. Um tipo de dispositivo de

<sup>139</sup> Tradução livre. No original: *upgrade* (POMERANTZ, 1984, p. 65).

<sup>140</sup> Tradução livre. No original: *downgrade* (POMERANTZ, 1984, p. 65).

atraso é “nenhuma fala imediatamente a seguir”<sup>141</sup> (POMERANTZ, 1984, p. 70).

Uma forte discordância é uma que contém uma avaliação diretamente contrastante com a primeira avaliação. Tais discordâncias ocorrem em turnos contendo exclusivamente componentes de discordância e não em combinação com componentes de concordância. Ocorrendo junto com concordâncias, os componentes de discordância são formados como concordâncias parciais/discordâncias parciais, como qualificações, exceções, adições, dentre outras.

Quando discordâncias não declaradas ocorrem, como silêncios, o primeiro falante pode escolher resumir a fala no intervalo que surgiu, orientando-se para seus coparticipantes como discordando ou provavelmente discordando. Essa orientação pode ser identificada pela observação de modificações feitas pelo primeiro falante, como a afirmação de novas posições que diminuam as diferenças entre suas próprias posições e posições contrárias presumidas. Nesses casos, podem ser usados “reversos”<sup>142</sup> e/ou “voltas”<sup>143</sup> (POMERANTZ, 1984, p. 76). Um exemplo é quando um primeiro falante diz que a Feira de São Cristóvão é longe e, diante de um silêncio do coparticipante, afirma que depende do ponto de partida, ao que o outro responde que sim, que depende do ponto de partida.

Esses recursos agem, em geral, minimizando discordâncias e maximizando concordâncias. Dessa forma, o que vem a ser dito pode ser dito como uma concordância. A organização de turno contendo ação não preferida serve, geralmente, como um recurso para evitar ou reduzir as ocorrências de discordâncias abertamente declaradas de uma ação.

Conforme mencionado, há casos em que a concordância é não preferida, como em autocríticas. Quando a concordância ocorre, ela é entendida como crítica ao primeiro falante. Os turnos ou sequências de críticas são realizados em grande medida com atrasos ou retenções das críticas das primeiras posições, havendo várias sequências até que a crítica seja encaminhada. Além disso, os turnos de crítica costumam ter componentes de crítica do tipo fraco.

<sup>141</sup> Tradução livre. No original: *no immediately forthcoming talk* (POMERANTZ, 1984, p. 70).

<sup>142</sup> Tradução livre. No original: *reversals* (POMERANTZ, 1984, p. 76).

<sup>143</sup> Tradução livre. No original: *backdowns* (POMERANTZ, 1984, p. 76).

Outra contribuição importante para essa pesquisa diz respeito às ocasiões em que um falante interrompe o outro, mas completando o primeiro, constituindo “interruptores”<sup>144</sup> (SACKS, 1972, p. 525). Um tipo de ocorrência de “buscadores de piso interacional”<sup>145</sup> (SACKS, 1972) tem relação com os interruptores. Trata-se das ocasiões em que a tomada de turno ocorre não em um lugar relevante de transição de falante, mas antes dele. Desse modo, um dos participantes da conversa considera que o enunciado que o outro está proferindo está suficientemente completo e começa a proferir o seu. Buscadores de piso interacional são vistos também como modos de ter a oportunidade de contar uma história ou uma “piada/brincadeira”<sup>146</sup> (SACKS, 1972, p. 681).

As piadas também são um recurso bastante usado pelo comerciante China, sendo, portanto, úteis as contribuições de Sacks (1972) sobre o tema. Segundo o autor, piadas têm um tipo de estrutura em que o enunciado não é limitado por sua estrutura de sentença, devendo ser entendido por referência a unidades alternativas. “Quando você diz que vai contar uma piada, você está dizendo que será apresentada uma estrutura que é coerente e que eles não precisam produzir enunciados ligados a partes dela”<sup>147</sup> (SACKS, 1972, p. 684). Além disso, o próximo turno ou algum outro movimento na sequência é seu fim e o fim de tudo. Se alguém conta uma piada, há uma risada em seguida. Piadas também são compostas por mais turnos do que aqueles que normalmente compõem uma conversa e costumam vir em rodadas, abrindo caminho para que outras sejam contadas pelos participantes, sem que a segunda tenha que ser apresentada como piada.

Outra característica é serem não afiliativas, o que tem como base o fato de que piadas são coisas que estão “acontecendo por aí, são citações”, sendo, portanto, difícil relacionar a piada contada por alguém a algum significado especial sobre aquela pessoa, pois esta estaria apenas repassando o que ouviu de alguém. Sacks (1972) afirma ainda que as piadas em geral são precedidas por pedidos de permissão para serem contadas e relaciona essa característica ao

<sup>144</sup> Tradução livre. No original: *interruptions* (SACKS, 1972, p. 525).

<sup>145</sup> Tradução livre. No original: *floor seeker* (SACKS, 1972).

<sup>146</sup> Tradução livre. No original: *joke* (SACKS, 1972, p. 681).

fato de que quem conta a piada não quer somente “ocupar o piso interacional”<sup>148</sup>, mas tê-lo enquanto as outras pessoas a ouvem (SACKS, 1972, p. 683).

Ao tratar de piadas, Sacks (1972) aborda também os “*slogans*”, que, em sua pesquisa, eram usados em pontos da conversa em que ninguém está falando (p. 101). *Slogans* podem ser uma parte de um anúncio, uma música publicitária, citações óbvias ditas de modo sarcástico. Assim como as piadas, os *slogans* também têm caráter não afiliativo.

Piadas não deixam de ser histórias, assunto também tratado por Sacks (1972) e importante nesta investigação. Um aspecto em comum entre elas é o fato de não ser necessário, após as apresentações dos personagens e de seus primeiros enunciados, especificar quem está falando a cada momento. Isso acontece porque os ouvintes monitoram o que está sendo dito e, portanto, são capazes de identificar, por exemplo, uma citação completa e intervalos entre muitas citações, dentre outros casos. Essa identificação não é baseada somente em enunciados completos, mas também em ações completas, como algo ouvido como uma pergunta e depois algo ouvido como uma resposta.

Histórias também podem configurar ocasiões em que os participantes identificam previamente que um enunciado não será composto somente por uma sentença e não sabem o quão longo ele será, apesar de saberem que sua estrutura pode ser encontrada. Anunciar que uma história será contada pode ser um modo de manter as pessoas ouvindo uma estrutura em que elas podem identificar uma conclusão. Sacks (1972) afirma que, no caso de piadas, as pessoas respondem ao seu fim tão rapidamente quanto o fazem em relação a sentenças e que a velocidade com que respondem é uma questão específica. Isso porque, pode indicar se a piada é boa, se o ouvinte tem senso de humor, dentre outros entendimentos.

O autor analisou também casos que não incluem piadas, mas em que as pessoas “contam histórias”<sup>149</sup> durante uma interação, tendo abordado esse recurso sob diversos aspectos. Um deles foi a adequação do que é contado aos

<sup>147</sup> Tradução livre. No original: *When you tell them you're going to tell a joke, you're telling them that a structure will be presented that is coherent, which they need not produce utterances attached to parts of* (SACKS, 1972, p. 684).

<sup>148</sup> Tradução livre. No original: *occupy the floor* (SACKS, 1972, p. 683).

<sup>149</sup> Tradução livre. No original: *storytelling* (SACKS, 1972).



coparticipantes, explicando assim que uma história não é contada ao acaso, mas de acordo com o que serve naquela interação. Outro aspecto importante é a introdução da história com uma requisição, uma espécie de aviso de que será contada uma história, o que gera entre outras consequências o fornecimento de pistas ao ouvinte sobre a identificação do fim, que tem relação com o início da história. Essa identificação de fecho da história também tem relação com o que vem a seguir. Dependendo do que foi contado, uma ação pode ser esperada, como um sorriso, no caso de uma piada, ou uma concordância, no caso de um exemplo. Outro aspecto de contar história importante nesta investigação é o uso desse recurso por um falante de forma que o ouvinte se coloque no lugar do(s) personagem(ns) da história contada.

Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) destacaram que em contextos institucionais a fala em interação pode apresentar especificidades, como no caso de uma entrevista, em que os turnos de fala são pré-definidos, sendo o entrevistador o que pergunta e o entrevistado o que responde. Portanto, um pressuposto importante da Análise da Conversa é analisar interações naturalistas, ou seja, que não se desenvolvam a partir de um roteiro prévio ou de uma situação criada para esse fim, mas que sejam registradas no ambiente em que ocorreram. Isso porque, conforme destacam Heritage e Atkinson (1984), é o objetivo central da Análise da Conversa identificar as competências que os falantes usam para participar de interações, os procedimentos que norteiam seus comportamentos e entendimentos e através dos quais lidam com o comportamento alheio. As competências dizem respeito aos métodos usados pelos participantes para fazer com que suas ações sejam compreendidas uns pelos outros.

O pensamento de Sacks (1992) sobre a Análise da Conversa é baseado no fato de que a conversa natural envolve conhecimento da estrutura social por parte dos envolvidos. Sacks (1992) destaca que o que um analista busca construir é um aparato que mostrará como quaisquer atividades, que membros fazem de modo a ser reconhecível como tal pelos membros, são feitas e feitas reconhecíveis. E o entendimento do que um falante procurou alcançar com um enunciado particular requer familiarização com as categorias sociais que ele usa e as associações culturais que elas carregam para esse falante. Assim Sacks (1992) destaca o “fino poder da cultura”, que não atuaria “meramente

preenchendo cérebros mais ou menos do mesmo modo”, mas fazendo-o de modo que sejam “semelhantes em fino detalhe” (p. 332).

As palavras usadas pelos participantes devem ser analisadas não prioritariamente em termos de seus significados, mas em termos da escolha do participante em adotar aquela categoria de palavra. Por isso, a construção do aparato que permite essa análise envolve o “dispositivo de categorização de pertença”<sup>150</sup> (SACKS, 1992). O termo se refere a qualquer coleção de categorias de pertença que possa ser aplicada a alguma população, usando-se algumas regras de aplicação. Um dispositivo é a junção de uma coleção e regras de aplicação.

Sacks (1992) exemplifica um dispositivo de categorização usando a palavra ‘sexo’, para o que macho e fêmea seriam coleções desse dispositivo, pois são palavras que “vão junto” (p. 201). Como uma mesma palavra pode integrar várias categorias, é necessária a aplicação de regras de relevância para especificar a qual categoria a palavra pertence em cada caso. A primeira delas é a “regra de economia”<sup>151</sup> (SACKS, 1992, p. 246), segundo a qual “uma única categoria de qualquer dispositivo de categorização de membro pode ser referencialmente adequada”<sup>152</sup> (p. 246). Isso significa que não é necessário o uso de várias categorias de dispositivos de categorização para o reconhecimento de que se está fazendo referência a uma pessoa.

A segunda é a “regra de consistência”<sup>153</sup>, segundo a qual

Se alguma população de pessoas estiver sendo categorizada e se uma categoria de alguma coleção de dispositivo tiver sido usada para categorizar um primeiro Membro da população, essa categoria ou outras categorias da mesma coleção poderão ser usadas para categorizar outros Membros da população<sup>154</sup> (SACKS, 1992, p. 246).

<sup>150</sup> Tradução livre acompanhando o que foi ouvido durante os encontros do curso ministrado pelo professor Paulo Gago e nas sessões do II Enace. No original: *membership categorization device* (SACKS, 1992).

<sup>151</sup> Tradução livre. No original: *economy rule* (SACKS, 1992, p. 246).

<sup>152</sup> Tradução livre. No original: *A single category from any membership categorization device can be referentially adequate* (SACKS, 1992, p. 246).

<sup>153</sup> Tradução livre. No original: *consistence rule* (SACKS, 1992, p. 246).

<sup>154</sup> Tradução livre. No original: *If some population of persons is being categorized and if a category from some device's collection has been used to categorize a first Member of the population, then that category or other categories of the same collection may be used to categorize further Members of the population* (SACKS, 1992, p. 246).

Ou seja, a categorização de um membro de acordo com determinada coleção pode levar outros membros daquela população a serem categorizados com o uso de categorias daquela mesma coleção.

Sacks (1992) apresentou tais regras na aula “The baby cried, the mommy picked up”, em que discutiu como ele e a maioria das pessoas que liam essa frase entendia se tratar da mãe do bebê se essa informação não estava explícita. Aplicando as duas regras nesse exemplo, tem-se que: segundo a regra de economia, não é necessária a aplicação de outra categoria do dispositivo ‘família’ para entender que se trata de um bebê; segundo a regra de consistência, é relevante, ou seja, não causa dúvida ou desconforto, o uso da categoria mamãe para se referir a mais pessoas em relação ao bebê, já que ambos os termos pertencem à coleção ‘família’.

O aparato de análise não envolve apenas as regras de relevância, mas também a identificação de “atividades ligadas à categoria”<sup>155</sup>. Sacks (1992), com esse termo, chama a atenção para o fato de que muitas atividades são consideradas pelos membros como sendo feitas por membros de alguma(s) categoria(s). No exemplo, a atividade de chorar é reconhecida como algo comum aos bebês, não gerando, portanto, estranhamento.

As regras de relevância e as atividades ligadas à categoria também possuem um corolário ou máxima de ouvinte, que considera que se são usadas categorias da mesma coleção para categorizar membros da mesma população, então, é preciso ouvi-las desse modo (SACKS, 1991, p. 337-339). Além disso, as regras de relevância não servem apenas para palavras, mas para sentenças, fornecendo relações entre elas, mesmo que separadas por longas passagens de intervenções.

Schegloff (1968) destacou que há várias maneiras de as pessoas iniciarem uma conversa, dependentes de uma série de fatores, alguns deles explicitados pela observação das escolhas feitas pelas pessoas no quadro da interação em que se envolvem. Referindo-se a Sacks, Schegloff afirma:

(...) a seleção de identificação de pessoas é um recurso central para invocar o conhecimento do senso comum organizado por referência às coleções de categorias de membros (...) (SCHEGLOFF, 1972, p. 79).

---

<sup>155</sup> Tradução livre. No original: *category-bound activities* (SACKS, 1991, p. 335).

Estudando um aspecto específico da conversa, a sequência, com atenção especial para a abertura das conversas analisadas e interessado em saber o papel de cada uma das partes da conversa, Schegloff (1968) formulou as “sequências de convocação-resposta (CR)”<sup>156</sup> (p. 1.075). O autor afirmou que uma convocação é um “dispositivo de requerimento de atenção”<sup>157</sup> e que pode assumir várias formas, como a campainha de um telefone, termos de endereçamento, frases de cortesia, dispositivos físicos, dentre outros (p. 1.080). Uma convocação ocorre na primeira parte de uma sequência de duas partes.

Os itens de convocação têm uma entonação próxima à de uma pergunta. Assim como “sequências de perguntas e respostas - PR”<sup>158</sup>, convocações também são usadas sequencialmente (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.081).

Uma sequência SA completa não pode ser o fecho de uma conversa. É uma característica específica de sequências de SA ser preâmbulos, preliminares ou prefácios de atividades mais conversacionais ou corporais. Elas são produzidas com esse propósito, como dispositivos de sinalização para mais ações, e são ouvidas como tendo esse caráter, ou seja, como demandando alguma ação. Esse é o caráter de “não terminalidade”<sup>159</sup> das SA (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.081). A propriedade da não terminalidade é realizada pela obrigação do convocador falar novamente depois da conclusão da sequência SA pelo convocado. É um tipo de construção diferente, por exemplo, de uma sequência de pergunta - resposta (PR), em que uma única resposta pode completar a sequência (SCHEGLOFF, 1968, p. 1081).

As SA possuem a propriedade de não repetibilidade. Ou seja, feita uma convocação e não tendo havido uma resposta do convocado, o caminho preferencial é a produção de uma convocação diferente. Havendo uma convocação igual, a mesma pode soar como insistência. Uma convocação (S) não é repetida indefinidamente até que uma resposta (A) seja retornada. A ausência de resposta encerra a sequência, o que consiste na “regra de recisão”<sup>160</sup> (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.085). Para essa regra operar, no entanto, é preciso que seja reconhecida claramente a ausência de resposta.

<sup>156</sup> Tradução livre. No original: *summons-answer sequences* - SA (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.075).

<sup>157</sup> Tradução livre. No original: *attention-getting device* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.080).

<sup>158</sup> Tradução livre. No original: *question-answer sequences* – QA (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.081).

<sup>159</sup> Tradução livre. No original: *nonterminality* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.081).

<sup>160</sup> Tradução livre. No original: *terminating rule* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.085).

Assim como a não terminalidade obriga o convocador a falar novamente, obriga o ouvinte da convocação a, tendo respondido a convocação, ouvir mais. Se o ouvinte não está em condições de responder a convocação, de “cumprir a obrigação de ouvinte”, ele pode responder a convocação com um “movimento para adiar”<sup>161</sup> (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.083). Assim, em sequências SA, é relevante condicionalmente<sup>162</sup> que o convocador fale mais e que o convocado ouça mais.

Uma convocação (S) requer logo uma resposta (A), o que leva à propriedade de justaposição imediata. Comparando com sequências QA, se uma parte faz uma pergunta, pode haver um considerável montante de silêncio antes que o outro falante se pronuncie.

Afirmar que uma resposta é condicionalmente relevante após uma convocação significa dizer que os comportamentos relacionados não são opcionais para os envolvidos. Em geral, um participante não pode escolher não responder a uma convocação, já que a cultura prevê que uma série de fortes inferências podem ser extraídas da ocorrência de uma ausência oficial de resposta.

Schegloff (1968) afirma que “a inferência da ausência oficial de uma resposta é a ausência física ou interacional do respondente prospectivo” (p. 1086)<sup>163</sup>. Além disso, inferências que podem ser feitas a partir da ausência oficial de uma resposta podem funcionar como “explicações”<sup>164</sup> da falta de resposta, ou seja, a ausência oficial de resposta é “explicável”<sup>165</sup> (SCHEGLOFF, 1968, p. 1087). As explicações são outro tipo de construção analisado por Sacks (1972) importante nesta pesquisa. Segundo o conceito de *accountability*, as pessoas em interação estão a todo o momento fornecendo explicações sobre suas ações de modo a evitar inferências negativas a seu respeito.

<sup>161</sup> Tradução livre. No original: *motion to defer* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.083).

<sup>162</sup> Schegloff (1968) afirma que Sacks sugeriu o termo e elementos da relevância condicional de um item em relação a outro. Significa que tendo ocorrido o primeiro, o segundo é esperado. A não ocorrência é marcante, é uma ausência, posto que, condicionalmente, era relevante que ocorresse.

<sup>163</sup> Tradução livre. No original: *the inference from official absence of an answer is the physical or interactional absence of the prospective answerer* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1086).

<sup>164</sup> Tradução livre. No original: *accounts* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1087).

<sup>165</sup> Tradução livre. No original: *accountable* (SCHEGLOFF, 1968, p. 1087).

Outro aspecto importante do trabalho interacional feito pelos participantes para esta investigação diz respeito à prática de formulação. Garfinkel e Sacks (1970) explicaram que:

(...) um membro [trata] uma parte da conversa como uma ocasião para descrever aquela conversa, para explicá-la, ou caracterizá-la, ou esclarecer, ou traduzir, ou resumir, ou resgatar o seu sentido, ou atentar se está de acordo com as regras, ou comentar que desviou das regras. Isto é, um membro pode usar alguma parte da conversa como ocasião para formular a conversa. (...)

(...) junto com qualquer outra coisa que esteja acontecendo na conversa (...) o que eles estão fazendo é dizer com todas as palavras o que eles estão fazendo (ou sobre o que eles estão falando, ou quem está falando, ou quem são, ou onde estão) (GARFINKEL; SACKS, 1970, p. 351 *apud* OSTERMANN, ANDRADE, FREZZA, 2016, p. 483-484).

Assim, a prática de formulação é usada pelos participantes para sinalizar o entendimento entre as partes a respeito da interação que estão construindo.

Ao considerar aspectos como ritmo, tempo e pausa na conversa, pode-se afirmar que a prosódia também tem um papel importante na Análise da Conversa. Nesta pesquisa, a prosódia é entendida como um dos elementos que contribui para a organização da interação. Assim como fizeram Ostermann, Andrade e Frezza (2016, p. 490), considero a definição de prosódia de Couper-Kuhlen e Selting (1996, p. 11) “como o conjunto de “atributos ‘musicais’ da fala – os efeitos auditivos como melodia, dinâmica, ritmo, tempo e pausa”. Assim como observado nos dados tratados por Ostermann, Andrade e Frezza (2016), entendo que em alguns momentos das interações registradas o traço prosódico ‘tom’ pode influenciar o modo como os interlocutores entendem as ações performadas pelo falante, que podem envolver checagem de entendimento, solicitação de prestação de contas, brincadeira disfarçada, dentre outras.

Entendendo que a conversa é uma atividade de duas partes minimamente, Schegloff (1968) afirmou que o problema inicial de coordenação em uma atividade de duas partes é o problema da disponibilidade. Ou seja, uma pessoa que procura se engajar em uma atividade que requer o trabalho colaborativo de duas partes deve primeiro estabelecer, via algum procedimento interacional, que uma outra parte está disponível para colaborar (se não há uma resposta a uma convocação, por exemplo, essa indisponibilidade fica evidente).

Schegloff (1968) se empenhou em mostrar que o trabalho e as propriedades de sequências SA estabelecem a disponibilidade de duas partes

para uma interação de duas partes futura (e, na falta de uma sequência completa, encerra a possibilidade da atividade) e como elas, além disso, garantem aquela disponibilidade, tanto no começo quanto no curso contínuo da interação. A ausência de uma resposta a uma convocação leva fortemente à inferência da ausência de uma parte ou afirma a indisponibilidade do outro para interagir. A convocação, portanto, é um modo particularmente poderoso de gerar uma interação conversacional.

Assim como as convocações, as perguntas também fornecem ao falante o direito de falar novamente (SACKS, 1972). Em geral, tendo começado com uma pergunta, é provável que a conversa se desenvolva com uma troca de turnos em que quem formulou a pergunta fala novamente depois da resposta do coparticipante. É possível que uma conversa seja composta por longas sequências de pergunta-resposta. Em interações que envolvem compra/venda, são comuns as perguntas feitas pelo cliente ao comerciante.

Sacks (1972) destaca que o início de uma conversa tem relação com o direito à fala e que a presença física não é suficiente para tal. Um cumprimento feito a um desconhecido, por exemplo, pode não ter resposta ou ainda suscitar o questionamento a respeito de um conhecimento prévio de ambos. Um exemplo é a pergunta ‘nós nos conhecemos?’. Por isso, há uma classe de perguntas que fornecem uma “explicação” para o desenvolvimento de uma conversa (SCHEGLOFF, 1968). Uma dessas formas é a primeira pergunta ser um pedido de informação, que é o tipo de coisa que pode ser solicitado quando duas pessoas não se conhecem. Muitas conversas são iniciadas pelos clientes na Loja do China dessa forma.

Essas especificidades da interação conversacional ajudam a evidenciar o que Watson e Gastaldo (2015) afirmam sobre a Análise da Conversa ter como foco os etnométodos usados pelas pessoas enquanto conversam e que talvez o principal mérito da Análise da Conversa tenha sido levar adiante o projeto da Etnometodologia quanto ao estudo da intersubjetividade-em-ação, da indexicalidade e da reflexividade.

Fazendo a ligação entre Etnometodologia e Análise da Conversa, Gago (2002) explica que, se opondo a uma Sociologia até então dominante, pautada pelas “grandes questões”, como classe social, raça e relações de dominação, o projeto de pesquisa e Análise da Conversa Etnometodológica tem como base a

visão microssociológica, que não está interessada nos fenômenos sociais em larga escala, mas que se dedica às práticas situadas, seja em interação centrada face a face ou a distância.

Em outras palavras, a ordem social não é vista como algo que existe fora de nós, em uma estrutura de nível superior, e de certa forma não alcançável, que não por métodos de quantificação, mas sim como algo que existe no aqui e agora do desenrolar das ações concretas de pessoas, inseridas no mundo (GAGO, 2002, p. 92).

A Análise da Conversa considera a conversa cotidiana como detentora de alto grau de organização, a “pedra fundamental sociológica” por ser uma forma primária e básica da interação humana, da qual as demais derivam e em que se baseia a aquisição da linguagem (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 1974). Diversas atividades do cotidiano são realizadas e organizadas com o uso da linguagem em interação. “Linguagem e ação estão, pois, em relação de interdependência – os seres humanos agem no mundo pela linguagem e usam a linguagem para agir no mundo” (GAGO, 2002, p. 92).

Os detalhes apresentados neste capítulo ajudam a justificar a principal forma usada pela Análise da Conversa para obter dados naturalmente ocorrentes: gravações em áudio e vídeo. Esses registros permitem não apenas ao analista observar repetidamente o que ocorreu, mas que outros analistas tenham acesso ao material. Gago (2002) esclarece que não é o comportamento o objeto de estudo em si, mas a ação desempenhada. As relações das sequências no discurso devem ser foco de vigilância do analista, pois a atenção especial a eles empreendida pelos participantes evidencia os métodos de inteligibilidade da ação humana em tempo real.

Na Análise da Conversa, a transcrição de dados orais é feita segundo o modelo proposto no artigo de 1974 de Sacks, Schegloff e Jefferson. Gago (2002) ressalta que o modelo apresenta lacunas relativas ao sistema gráfico, à compreensão clara das pausas, formatação geral da transcrição, fonte a ser usada, forma de numerar e apresentar os dados, transcrição de itens não lexicais (como ãhã) e aos apagamentos de sons finais ou de alterações em partes de palavras. No entanto, o modelo é útil para a análise desse tipo de dados por partir do princípio de que a fala em interação é central na organização da atividade humana e na vida social.



O modelo de Sacks, Schegloff e Jefferson (1974), no entanto, não dá conta de interações registradas em vídeo, já que foi elaborado a partir de dados somente sonoros. Por esse motivo, parto do modelo de 1974, mas faço acréscimos, marcados em cinza na tabela a seguir, com o intuito de evidenciar aspectos aos quais compreendi que os símbolos não se referiram ou com o propósito de ampliar o uso de alguns deles para a análise em vídeo. Além dos símbolos, uso nas análises imagens para mostrar movimentos importantes para a compreensão do que se passa entre os membros, assim como faz Christian Heath em seus trabalhos e outros pesquisadores.

Ciente das contribuições sobre transcrições de movimentos, como de Lorenza Mondada, devido ao propósito de ajudar a difundir o uso da Etnometodologia combinada à Análise da Conversa em áreas em que as mesmas não têm sido adotadas amplamente, faço a opção por não utilizar neste trabalho suas contribuições. Assim, busquei apresentar transcrições mais livres de símbolos e, portanto, mais agradáveis visualmente para leitores não familiarizados com convenções de transcrição, procurando marcar somente o que considere importante para evidenciar os dados.

**Tabela de convenções de transcrição\***

<b>Símbolo</b>	<b>Fenômeno</b>
.	Entonação descendente
?	Entonação ascendente
,	Entonação contínua
~fala~	Entonação melódica
: / :: / :::	Prolongamento do som (diferentes durações)
↑	Som mais agudo (ALT + 24 no teclado)
↓	Som mais grave (ALT + 25 no teclado)
-	Corte abrupto
<u>fala</u>	Ênfase de fala ou movimento
FAla	Volume mais alto
°fala°	Volume mais baixo ou movimento curto (ALT + 167 no teclado)
>fala<	Fala acelerada ou movimento rápido
<fala>	Fala desacelerada ou movimento lento
[ ]	Falas ou ações sobrepostas
[ ] número	Pares de turnos ou ações sobrepostos
(.)	Micro-pausa (igual ou inferior a dois décimos de segundo)
(2.5)	Pausa (em segundos e décimos de segundos)
eh	Pausa cheia
mm	Sinal de retorno ou de resposta do ouvinte
.h / .hh / .hhh	Inspiração (diferentes durações)
h / hh / hhh	Expiração (diferentes durações)
th	Estalar de língua
...=	Turnos contíguos (ausência de pausa interturnos)
=...	
=	Ausência de uma micropausa intraturno (entre duas palavras)
( )	Segmento inaudível não transcrito
(fala)	Segmento pouco audível de transcrição duvidosa
(fala/fama)	Transcrições alternativas de um segmento pouco audível
((escreve))	Descrição de uma atividade não verbal
\$ <sup>166</sup>	Fala misturada com riso
∅	Movimento de fala, mas sem emissão de som

**Tabela de símbolos usados nas transcrições feita com base em Sacks, Schegloff e Jefferson (1974); Jefferson (2004); Rodrigues (2005) e inclusões de Cynthia Duarte, estas escritas em tom de cor mais claro**

Percebe-se que a tabela contém símbolos que são encontrados em diversos textos, sendo, portanto, pertinente explicar o uso de alguns deles na Análise da Conversa. Não acrescentei explicações sobre aqueles cuja descrição na tabela considere suficiente para a compreensão do modo como são empregados nesta investigação. Os símbolos escritos em preto na tabela são explicados com base na tradução de Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) coordenada por Oliveira e Gago (2003), e em Rodrigues (2005), sendo as

<sup>166</sup> O uso deste símbolo foi inspirado na apresentação feita por Rony Ron-Rén no II Encontro Nacional da Análise da Conversa Etnometodológica (ENACE).

explicações também adaptadas conforme o uso feito neste trabalho. Foram elaboradas por mim as explicações daqueles símbolos escritos em cinza, cuja criação considere necessária para mostrar aspectos relevantes em interações.

.?,	o ponto final, a interrogação e a vírgula são usados para demarcar entonação, o que faz com que uma pergunta possa ser construída com ponto final ou vírgula e que a interrogação possa ser usada em situações que não são de pergunta
~	o til se refere a um modo de falar cuja entonação expressa uma atitude de simpatia em relação ao interlocutor, sendo usado neste trabalho no início e no fim desse tipo de expressão
./::/:::	dois pontos indicam que a sílaba anterior é prolongada, sendo usados múltiplos dois pontos para indicar uma sílaba mais prolongada
<u>fala</u>	palavras ou partes de palavras sublinhadas indicam que foram proferidas com ênfase, mas não de volume, que neste trabalho é indicada pelo uso da letra maiúscula. Gestos intensificados também são descritos de modo sublinhado, como um balançar de cabeça com um movimento mais amplo
[ ] número	os colchetes são usados para indicar falas sobrepostas e recebem numeração para indicar os pares correspondentes quando há várias sobreposições próximas na transcrição
\$	o cifrão é usado para indicar quando um participante fala ao mesmo tempo em que ri
(( ))	os parênteses duplos se referem a atividades não verbais que não foram capturadas pela câmera, mas que são de meu conhecimento por terem sido registradas em diário de campo

Neste capítulo, me empenhei em esclarecer da melhor forma possível a Etnometodologia e a Análise da Conversa e o fato de que esta pesquisa se caracteriza por uma investigação etnometodológica que tem na Análise da Conversa um importante recurso para a evidenciação dos entendimentos dos membros, não se tratando, portanto, de uma pesquisa feita em Análise da Conversa.

Iniciei essa tarefa apresentando as bases da Etnometodologia, começando com a Fenomenologia, de Husserl, e a exigência de se considerar na investigação o papel desempenhado pelo pensamento que organizou e mantém organizada a inteligibilidade do mundo, reconhecendo que a consciência das coisas é sempre subjetiva. Menciono Schütz, já abordado no Capítulo 2, e

chego ao início da Etnometodologia com Garfinkel e sua defesa do estudo das situações cotidianas para acesso aos entendimentos dos membros. Nessa parte, também explico o conceito de cultura usado nessa investigação, como método, *know-how*, conforme Garfinkel. Devido à complexidade das propostas de Garfinkel, recorro a Wes Sharrock, com quem tive a oportunidade de estar por algumas horas durante o estágio doutoral, apresentando ao professor uma pequena parte das gravações feitas na Loja do China.

Em seguida, reúno mudanças propostas pela Etnometodologia em relação a métodos anteriormente usados em sociologia que privilegiavam explicações totalizantes descontextualizadas e baseadas nos entendimentos de especialistas, não dos membros. Incluo nesta parte uma explicação sobre a Etnometodologia não ser uma teoria ou uma metodologia e algumas críticas feitas a essa atitude de pesquisa. Depois, explico que a Etnometodologia não se confunde com outros campos de análise da sociedade que não consideram os conhecimentos de senso comum como fenômenos, utilizando-os como recursos: lógica e linguística no momento em que Garfinkel apresentou a Etnometodologia, Etnografia, Interacionismo Simbólico, Marxismo e Análise do Discurso.

Também são mencionados alguns desenvolvimentos da Etnometodologia ao longo dos anos e estudos realizados com essa atitude, mostrando possibilidades de investigação com esta política de estudo. Por fim, trato da Etnometodologia combinada à Análise da Conversa, inicialmente esclarecendo que esta pesquisa é realizada com uma inspiração na Análise da Conversa por não utilizar todo o seu potencial. Depois explico a pertinência da combinação entre ambas e, em seguida, apresento a Análise da Conversa em si, descrevendo os elementos que compõem as interações conversacionais, mostrando a quais aspectos o analista da conversa precisa ficar atento para compreender os entendimentos dos membros em interação e destacando contribuições da Análise da Conversa que entendo como mais úteis para essa investigação.

Pelo exposto, espero ter mostrado que adotar a Etnometodologia não significa defender uma postura de que as pessoas não precisam ser ajudadas, pois sabem cuidar de suas vidas. Esse é um entendimento equivocado da contribuição social da Etnometodologia.

Entendo que a Etnometodologia defende o entendimento da configuração social estudada considerando sim que as pessoas sabem cuidar de suas vidas, pois usam raciocínio prático para isso, não sendo simplesmente manipuladas como marionetes sem entender a realidade em que se encontram e não dependendo que pesquisadores traduzam suas ações e até seus pensamentos com base em teorias que pretendem explicar o todo social. Assim, compreendo que a contribuição social da Etnometodologia é oferecer uma descrição do que se passa, que, sendo baseada no raciocínio dos membros, permita um entendimento do que acontece bastante aprofundado e próximo do que de fato acontece. Defendo que essa é uma importantíssima contribuição social por poder constituir uma base sólida para ações futuras, como a elaboração de políticas com vistas a contribuições sociais. Um diagnóstico incompleto ou errado pode comprometer ações nele baseadas, o que parece ser o caso da situação que relatei no início deste capítulo.

## Parte II

Nesta parte da pesquisa apresento a análise dos dados obtidos em campo, feita com o auxílio dos conteúdos apresentados na Parte I, e as conclusões. Antes de proceder à análise, explico a opção pelo estudo do espaço escolhido, como se deu a coleta de dados e apresento a Loja do China (Capítulo 6). Depois, procedo à análise, apresentada por meio de categorias elaboradas a partir do que entendi serem os tipos mais característicos de interações estabelecidas na Loja (Capítulo 7). São elas: abordando fregueses, atendendo fregueses, despedidas e comerciantes na Feira. Por fim, são apresentadas as conclusões da pesquisa (Capítulo 8).

## Decisões de pesquisa e a Loja do China

Neste capítulo explico a opção por desenvolver o estudo a partir de um estabelecimento da Feira de São Cristóvão, compartilhando os dilemas com os quais precisei lidar antes de fazer essa opção e explicando que esta postura não ignora os demais componentes da Feira. Esclareço ainda os motivos pelos quais foi definida a Loja do China. Em seguida, apresento o *corpus* da pesquisa, especificando os dados que o compõem. Destaco as formas como fiz as gravações, detalhando dias, horários e especificidades envolvidas na produção dos registros.

Por fim, apresento a Loja do China, com detalhes sobre localização, tamanho, funcionamento, produtos vendidos, organização das mercadorias no estabelecimento, dentre outras informações, com o intuito de dar a conhecer o local da melhor forma possível e de auxiliar na compreensão das análises desenvolvidas no capítulo seguinte.

### 6.1.

#### **A opção pelo estudo de um estabelecimento e *corpus* da pesquisa**

Conforme já explicado, este estudo não tem a pretensão de tentar explicar a Feira de São Cristóvão como um todo, mas sim de identificar algumas das lógicas vigentes no espaço e que o conformam. As decisões desta pesquisa foram tomadas diante de muitos dilemas, tendo sido fruto de reflexões feitas a partir das orientações e das conversas com professores, leituras sobre Etnometodologia e Análise da Conversa e ponderações a respeito das possibilidades para a realização desta investigação.

A pesquisa em toda a Feira de São Cristóvão nunca foi uma opção. Isso porque, usando a atitude etnometodológica, a investigação em todos os estabelecimentos da Feira levaria muito mais anos para ser realizada do que o período do doutorado ou exigiria uma equipe de investigação para que a mesma fosse concluída em cerca de quatro anos, condições que não se aplicam a este estudo. No entanto, cogitei a possibilidade de escolher três ou quatro estabelecimentos para o estudo em mais profundidade, pois acreditava que só assim teria segurança para fazer afirmações sobre a Feira.

Esse entendimento, na verdade, tinha relação especialmente com meu pouco conhecimento a respeito das condutas das pessoas como ancoradas nas lógicas vigentes na sociedade e sobre a riqueza de dados obtidos com o uso da Análise da Conversa. Por isso, ao iniciar o trabalho de campo, fiz gravações em quatro estabelecimentos. O primeiro deles foi a Loja do China, seguida da Barraca da Josi. Em seguida, por intermédio de Josine, fiz gravações em outras duas Barracas mais perto do palco João do Vale, que denomino aqui como Barraca do Barba e Barraca da Felicidade.

Josine foi uma das comerciantes com quem primeiro conversei a respeito da pesquisa. Sua barraca fica quase em frente à Loja do China. Estava andando pelos corredores da Feira em 01/11/2015 com meu marido quando decidimos perguntar a uma menina que tomava conta de um isopor cheio de bebida onde ficava o depósito que um funcionário de outro estabelecimento havia mencionado. Foi assim que descobrimos a Barraca da Josi, que vende bebidas alcoólicas, muitas vezes acondicionadas em baldes compondo o que ela denomina kit, refrigerantes, água e alguns poucos chicletes, balas e cigarros.



**Figura 90 – Baldes com bebidas registrados em campo em 16/04/2017, domingo, 0h39**





**Figura 91 – Cliente comprando um balde de cerveja na Barraca da Josi em registro em campo em 20/05/2018, domingo, às 18h18**

Enquanto a filha nos informava como chegar aos dois depósitos que existiam na Feira, Josine saiu de dentro da pequena barraca, que mede 5,6m<sup>2</sup>, sendo 2m de largura e 2,80m de comprimento, perguntando o que era e logo em seguida repetindo a informação que a filha já tinha dado. Simpática, sorrindo, Josine não parou mais de falar pela próxima 1h, no mínimo, tempo em que ficamos em sua barraca, acomodados em bancos de plástico, enquanto ela atendia aos clientes, chamando vários deles pelos nomes e perguntando se iam querer tal kit ou se iam mudar daquela vez. Nós então consumimos algumas bebidas com ela enquanto conversávamos.

Josine contou que estava na Feira há seis anos e que seu espaço não era próprio, mas alugado. Ela pagava R\$ 800 pelo aluguel e R\$ 200 de condomínio. A comerciante contou que é proveniente de um dos estados da Região Nordeste e que chegou ao Rio de Janeiro com uma madrinha aos 11 anos. A ideia de trabalhar na Feira foi dada por uma amiga. Antes, Josine disse que trabalhava como autônoma, vendendo perfumes e artigos do gênero. Ela também contou que fez dois cursos profissionalizantes, um de RH e outro de Contabilidade, mas que não gostava da rotina de um escritório, preferindo “trabalhar com gente” (diário de campo, 01/11/2015).

A Barraca da Josi funciona nos fins de semana, abrindo no fim da tarde de sexta e sábado e funcionando durante toda a madrugada até por volta das 6h. A barraca também funciona no domingo, fechando mais cedo devido ao horário de encerramento da Feira, 21h. Quando conheci Josine, trabalhavam

na Barraca ela, seu marido, o José<sup>167</sup>, e sua filha. Depois, a filha não foi mais e um sobrinho do marido passou a ajudar na Barraca. Atualmente, o sobrinho não trabalha mais na Feira, mas o casal é acompanhado na Barraca por uma prima do marido de Josine, a Sulí<sup>168</sup>. É comum Josine levar seu filho de cerca de seis anos para dormir na Barraca. Josine mora em uma comunidade na Zona Sul do Rio de Janeiro, no bairro de Laranjeiras.

Em 10/12/2016, um sábado, marquei com Josine a primeira filmagem em sua Barraca, e a primeira que faria na Feira, em que contaria com a colaboração de integrantes do grupo de pesquisa do qual participo na PUC-Rio, o Grupo de Pesquisa em Interações Digitais (Grid). No entanto, sem ter conhecimento ainda de que nem todas as barracas funcionavam durante todo o fim de semana e de que seu estabelecimento só abria no fim da tarde, ao chegar com o grupo no início da tarde encontrei a Barraca de Josine fechada.

Em contato telefônico, expliquei a Josine que não poderia esperar, pois eram 14h e ela só estaria na barraca às 19h30. Pedi então que ela indicasse outro comerciante e ela recomendou um que ficava a uma barraca de distância da dela. No entanto, ao perguntar pelo comerciante no estabelecimento, fui informada por funcionários que ele tinha ido descansar. Andando pela rua em que ficava a Barraca da Josi e olhando atenta para os estabelecimentos na esperança de encontrar algum em que pudesse fazer a gravação, fui abordada por um comerciante, que, de dentro de um estabelecimento, me ofereceu um produto de sua barraca enquanto eu passava no corredor. Era China.

Aproveitei o contato para perguntar se ele autorizava a filmagem em seu estabelecimento, explicando que tinha marcado com a Josine, mas que ela só chegaria mais tarde, e que se tratava de uma pesquisa universitária de doutorado. Ele concordou.

Naquele momento não tinha ainda condições de identificar, mas ao longo da pesquisa, especialmente após o estágio doutoral, percebi que a abordagem de China naquele instante fazia parte de um dos principais recursos que este comerciante utiliza para conquistar clientes, o que será mostrado mais adiante.

Assim, até a ida para o estágio doutoral, fiz gravações na Loja do China, na Barraca da Josi, na Barraca do Barba e na Barraca da Felicidade. Durante os

---

<sup>167</sup> Nome fictício escolhido pelo próprio, conforme explicado no Capítulo 1.

<sup>168</sup> Nome fictício escolhido pela própria, conforme explicado no Capítulo 1.

fins de semana, costumava deixar a câmera nos estabelecimentos por alguns minutos, com o consentimento dos comerciantes, ficando por perto para observar o movimento sempre que possível. Fiz algumas gravações na Barraca da Josine durante a semana, quando ela ia arrumar o estabelecimento, e várias na Loja do China, que tinha atendimento a fregueses nesses dias. Como a Loja do China estava aberta, inicialmente procurava comprar alguma mercadoria de China. No entanto, optei por descontinuar essa prática por três motivos.

Primeiro porque isso representaria um problema no orçamento doméstico. Sem receber recursos para desenvolver essa pesquisa, a não ser enquanto estive no exterior, e já tendo tido gastos com equipamentos, comprar algo na Loja do China toda vez que fosse ao local acabaria por restringir minhas idas ao estabelecimento. A opção seria passar a comprar com China produtos que já utilizava em meu dia a dia, como a goma de tapioca. No entanto, mesmo isso representaria um problema, visto que as compras de mantimentos para minha residência são feitas com um cartão alimentação fornecido pela empresa em que meu marido trabalha. Esse tipo de cartão não é aceito em estabelecimentos da Feira, que trabalham apenas com cartões de débito e crédito.

Segundo porque durante o trabalho de campo percebi que não era eu quem estabeleceria minha identidade para os membros. Compreendi isso ao tentar reforçar a identidade de moradora do local, citando esse ponto toda vez que falava com alguém na Loja. No entanto, apesar de meus esforços, percebi que toda vez que perguntavam sobre mim a China ou a Marquinho, ajudante de China, os comerciantes se referiam ao fato de eu estar fazendo um trabalho sobre a Feira. Percebi então que essa era a identidade que prevalecia em relação a mim entre aquelas pessoas.

Terceiro porque tendo compreendido que a identidade que prevalecia era a de alguém que estava ali com o propósito de fazer um estudo sobre a Feira, não de comprar produtos, considerei que atrelar as gravações à compra de artigos na Loja do China seria adotar uma postura falsa com o comerciante, o que não considerei adequado. Mesmo quando parei de fazer as gravações, continuei indo à Loja, pois ao ver as gravações compreendi que essa ida era importante para compreender os registros feitos, entendendo na prática o que Sacks (1992) afirmou sobre o fato de que o entendimento do que um falante

procurou alcançar com um enunciado particular requer familiarização com as categorias sociais que ele usa e as associações culturais que elas carregam para esse falante (SACKS, 1992). Mas, mesmo nesse momento, em que não havia mais uma ação prática a fazer na Loja, que até então era a filmagem, não adotei a postura de compradora. Procurava apenas conversar com China, perguntando como tinha sido o movimento do fim de semana, sobre seus filhos ou algum assunto que estivesse em pauta no momento e que geralmente era iniciado por algo que passava na TV, como as eleições. Assim tentava me aproximar cada vez mais do comerciante.

Durante o estágio doutoral, fui incentivada por dois professores a fazer as análises em vários estabelecimentos, para assim ter acesso a mais lógicas presentes na Feira. Mas foi a argumentação dos professores Rod Watson e Andrew Carlin em favor da análise aprofundada em apenas um estabelecimento que me fez optar pelo estudo em uma barraca.

Os professores explicaram não apenas que o estudo em um estabelecimento me faria compreender lógicas vigentes naquele espaço e também em toda a Feira, devido ao fato de nossas ações conformarem e serem conformadas por entendimentos presentes na sociedade, mas que, e fundamentalmente, fazer comparações entre estabelecimentos seria um equívoco.

Rod Watson (2008) explica este ponto ao criticar o trabalho com coleções. Segundo Watson (2008), fazer coleções é uma prática da “Sociologia Formal-Analítica”<sup>169</sup>, que reúne sociologias clássicas e ortodoxas em geral comprometidas com alguma versão da epistemologia neokantiana e com um projeto de descrição literal (p. 199). Um dos problemas envolvidos em fazer coleções, comparações e contrastes é justamente estabelecer equivalência entre configurações. Fazer equivalências envolve reificação, que por sua vez tem como uma de suas formas a dissociação do objeto de seu contexto, o que a Etnometodologia evita.

Além disso, apesar de guardar semelhanças, distintas configurações têm muitas diferenças e não podem ser analisadas segundo os mesmos critérios (WATSON, 2008). Por isso, é problemático usar classificações equivalentes

---

<sup>169</sup> Tradução livre. No original: *Formal-Analytic (FA) Sociology* (WATSON, 2008, p. 199).

para montar coleções de exemplos de dados, pois isso envolve retirar um exemplo de seu contexto e colocá-lo em relação equivalente com outros exemplos de dados retirados de outros contextos potencialmente muito diferentes.

A opção pelo estudo de uma barraca com mais profundidade não significa ignorar os demais componentes da Feira. Situações observadas na barraca escolhida que tenham similaridades com algumas situações encontradas em diferentes espaços da Feira também são mencionadas nesse estudo como suporte anedótico ou secundário ou para fins ilustrativos ou esclarecedores, especialmente quando o próprio comerciante da barraca escolhida para estudo se referir a esses fenômenos em outros estabelecimentos. No entanto, devido ao caráter situado da investigação etnometodológica, equivalências são evitadas, privilegiando-se a compreensão da configuração social em estudo naquilo que a caracteriza.

Assim, fiz a opção pelo estudo mais aprofundado em um estabelecimento, tendo descartado prontamente para o estudo em mais profundidade a Barraca do Barba e a Barraca da Felicidade e com mais dificuldade a Barraca da Josi. Os três estabelecimentos foram descartados pelo mesmo motivo: dificuldade de ouvir as interações por causa do barulho. Devido à proximidade com o palco, as interações estabelecidas na Barraca do Barba e na Barraca da Felicidade são praticamente impossíveis de serem ouvidas nas gravações. Na Barraca do Josine, o problema é provocado pelos estabelecimentos com máquinas de karaokê nas proximidades. Como os três estabelecimentos funcionam somente nos fins de semana, não há momentos em que os mesmos estejam abertos aos clientes sem que haja o barulho das apresentações no palco ou de pessoas cantando nos karaokês.

A dificuldade de abandonar a investigação na Barraca da Josine se deu pela excepcional abertura da comerciante à pesquisa. Josine disponibilizou seu estabelecimento incondicionalmente para a produção do trabalho, tendo dado todas as informações solicitadas, respondido a todas as dúvidas e permitido registros sempre que solicitada, independente do horário. Josine respondia inclusive por *WhatsApp*. A comerciante também reuniu exemplares de jornais enquanto eu estava no estágio doutoral no exterior. Hoje percebo que ao pesquisar em sua Barraca certamente teria acesso a mais dados para o

entendimento da forma como conduz seu negócio do que tive com o estabelecimento escolhido, em que o comerciante não ofereceu tanta abertura. Acredito que Josinte teria permitido meu trabalho na barraca por muito mais ocasiões, o que não foi possível com o comerciante escolhido. Por isso, não descarto a produção de uma futura pesquisa com os dados obtidos na Barraca da Josine.

A Loja do China foi escolhida especialmente por nesse estabelecimento não haver tanta interferência desse tipo de barulho. Isso porque, apesar de ficar praticamente em frente à Barraca da Josi, como há espaço para que os fregueses entrem na Loja do China, é possível ouvir o que é falado mesmo quando os karaokês estão em funcionamento. Além disso, a Loja funciona também em dias de semana, quando os estabelecimentos com máquinas de karaokê estão fechados. Mesmo assim, por se tratar de uma coleta de dados de forma naturalística, em vários momentos não é possível ouvir com clareza o que as pessoas estão falando devido a ruídos no ambiente, como o barulho do ar condicionado, da cortina de vento e da TV.

\*\*\*

O *corpus* dessa pesquisa é formado tanto pelas gravações feitas na Loja do China quanto por um conjunto de informações e materiais que reuni ao longo dos anos em idas a campo e buscas em ambientes digitais, os quais listo a seguir:

### **Fotos**

Total de **657** fotos, feitas de 01/11/2015 a 20/12/2018, com exceção do período de estágio doutoral no exterior, em vários espaços da Feira.

### **Diário de campo**

Total de **88** arquivos de diário de campo produzidos entre 25/09/2015 e 20/12/2018, com exceção do período de estágio doutoral.

### **Diário extracampo**

Total de **26** arquivos de diário extracampo produzidos entre 20/04/2017 e 14/12/2018.

### **Ambientes digitais acompanhados**

Total de **oito** ambientes, sendo: 1 *site* (<https://www.feiradesaocristovao.org.br/>), 3 páginas (<https://www.facebook.com/Queiroga.marcos/>, <https://www.facebook.com/feiradesaocristovaooficial>, <https://www.facebook.com/JonaldaFeiradeTradicoesNordestinasRJ/>), 1 perfil (<https://www.facebook.com/gilberto.teixeira>) e 2 grupos (<https://www.facebook.com/groups/361119403920091/>, <https://www.facebook.com/groups/feiradesaocristovao/>) na rede social *Facebook* e 1 grupo na rede social *WhatsApp*.

### **Materiais impressos**

Total de **128** materiais recolhidos de 25/09/2015 a 20/12/2018, com exceção do período de estágio doutoral, sendo:

- 2 cordéis personalizados
- 57 cartões de visita diferentes
- 1 imã de geladeira
- 1 sacola personalizada
- 29 folders diferentes
- 38 exemplares de jornais distribuídos gratuitamente na Feira

### **Gravações em áudio**

Total de **7°56''49'** (7 horas, 56 minutos e 49 segundos) feitas de 23/07/2016 a 20/12/2018, com exceção do período de estágio doutoral, em vários estabelecimentos da Feira.

### **Gravações em vídeo**

Total de **50°01''00'** (50 horas, 01 minuto e 00 segundo), sendo:

12°36''22' realizadas antes do estágio doutoral, de 10/12/2016 a 07/05/2017, e incluindo vários espaços da Feira

33°49''10' após o estágio doutoral, de 16 a 24/05/2018, na Loja do China

3°35''28' de trabalho meu na Loja do China em 24/05/2018

As gravações após o estágio doutoral foram feitas no período de uma semana na Loja do China, de 16 a 20/05/2018, com o intuito de registrar o máximo do período em que a Loja é aberta ao público. Minha intenção era verificar as diferenças de público em relação aos dias da semana, pois já havia percebido pelas gravações e idas a campo feitas anteriormente uma variação considerável nos fregueses em função de ser fim de semana ou durante a semana, conforme explico mais adiante. Essas gravações foram realizadas da seguinte forma:

quarta-feira, 16/05/2018, primeiro dia da semana de funcionamento da Loja do China: de cerca de 10h10 até pouco depois das 15h

quinta-feira, 17/05/2018: de cerca de 10h10 até por volta das 15h

sexta-feira, 18/05/2018: das 8h45 até 16h45 e de cerca de 18h45 até por volta de 2h45 do dia 19

A partir deste dia, há um intervalo de tempo sem filmagens correspondente ao período de transferência dos arquivos de gravação da câmera para o computador. Como não tinha mais de um cartão de memória e também porque considerei interessante ter um motivo para passar algumas horas na Loja, algo inédito, já que o estabelecimento não se caracteriza pela permanência de pessoas em seu interior (o que faz com que as gravações adquiram ainda mais importância no estudo deste estabelecimento), fiz a transferência dos arquivos no próprio estabelecimento na sexta-feira, o que levou cerca de 2h, e no sábado, quando demorou um pouco mais, conforme explico a seguir. Nesses momentos, fiz anotações reunidas nos arquivos de diário de campo.

sábado, 19/05/2018: de 14h20 até por volta de 22h

Como tinha visto na filmagem da noite de sexta para sábado que o movimento de clientes tinha sido muito fraco, liguei para a Loja no sábado à



noite e Marcos<sup>170</sup>, ajudante de China, me disse que quase não havia movimento na Feira e que não via perspectiva de melhora porque tinha chovido. Por esse motivo e porque andar pelas ruas do bairro de São Cristóvão à noite não costuma ser muito seguro, especialmente levando equipamentos como computador em uma noite deserta como aquela por causa da chuva, decidi só retornar à Loja na manhã do dia seguinte. No entanto, houve um problema na transferência dos arquivos, que, em lugar de demorar cerca de duas horas, levou quase o dobro, o que fez com que o início da gravação fosse atrasado. Vendo isso, China pediu que no dia seguinte, o domingo, eu chegasse bem cedo ou não fizesse a transferência dos arquivos na Loja para não atrapalhar os clientes.

domingo, 20/05/2018: de cerca de 10h até por volta de 18h

Neste dia, cheguei à Loja por volta das 6h20, mas, como não tinha luz na Feira, que só seria ligada a partir das 8h, e como a bateria do meu computador estava ruim, não suportando mais de 20 minutos de funcionamento, precisei levar a câmera para casa para fazer a transferência dos arquivos. Assim, não pude suprir a ausência da filmagem com anotações. A transferência dos arquivos demorou bastante, sendo concluída somente às 9h44. Essa demora na transferência se deu porque as baterias do power bank e da câmera descarregaram totalmente e, ao carregar a câmera para transferir a gravação para o computador, não me dei conta de que o carregador que estava usando estava com problema. Sendo assim, até perceber o defeito e até os arquivos serem transferidos, demorou mais do que imaginava.

Durante as gravações, coloquei um aviso na Loja referente ao registro em vídeo e avisei ao comerciante que estava à disposição em caso de qualquer questionamento. Também expliquei que o equipamento poderia ser desligado por ele toda vez que precisasse ou desejasse, o que ele não fez em nenhuma ocasião. China também tinha meu telefone, tanto porque escrevi para ele em um papel quanto porque constava no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido proposto pela PUC-Rio que ele assinou e ficou com uma cópia.

---

<sup>170</sup> Nome fictício escolhido pelo comerciante.



**Figura 92 – Dois registros do aviso na Loja sobre gravação**

Também posicionei a câmera em locais diferenciados, para ter mais de um ponto de vista nas gravações.



**Figura 93 – Imagem da câmera na prateleira dentro do balcão, perto do fundo da Loja**



**Figura 94 – Câmera no teto da Loja, na altura da parte interna do balcão**



**Figura 95 – Câmera no ventilador, no fundo da parte acessível aos fregueses**



**Figura 96 – Câmera sobre o freezer, no fundo da parte acessível aos fregueses, na direção do balcão**

Outros posicionamentos de câmera foram utilizados, o que é evidenciado pela reprodução das imagens feitas ao longo deste trabalho.

Após essa semana de filmagem, fiz mais uma gravação na Loja do China, em 24/05/2018. Desta vez, não deixei a câmera e saí como nos demais momentos. Combinei com o comerciante de trabalhar com ele na Loja em dia e horário estipulado por ele. China pediu que fosse uma quarta-feira, dia mais tranquilo, a partir das 11h. Fiquei até China ir embora, por volta das 14h30. Minha intenção era ajudar China no atendimento aos clientes, tentando reproduzir, assim como fez Carlin (2017), o modo como ele interagia com as pessoas com base no que tinha visto nas gravações e observado em campo.

No entanto, não tive a oportunidade de atender muitos clientes, pois o movimento maior foi de fornecedores e comerciantes de outros estabelecimentos. Mesmo assim, tive a oportunidade de oferecer “cafezinho”, conforme vi China fazendo em outras oportunidades, “palitar queijo”, como China se refere à colocação de palitos no queijo coalho, ajudá-lo a limpar o chão da Loja e conversar sobre seus filhos, um de seus assuntos preferidos comigo. Depois desse dia, os registros foram feitos somente por meio de gravações em áudio, foto e anotações com o uso do celular.

Durante todos os dias em que fiz filmagens na Feira, levei a câmera escondida dentro da roupa, com receio de ser assaltada, o que já havia ocorrido uma vez no entorno do pavilhão antes que iniciasse a pesquisa. Nas poucas vezes em que precisei levar o computador para a transferência de arquivos, fui acompanhada de meu marido. O receio de ter o material roubado também foi decisivo para a opção de uso de uma câmera pequena, como a GoPro, e de

minha propriedade, que não chamava muito a atenção mesmo quando posicionada nos estabelecimentos da Feira.



**Figura 97 – Registros da vestimenta para levar equipamentos, acondicionados em bolso e porta-dólar**

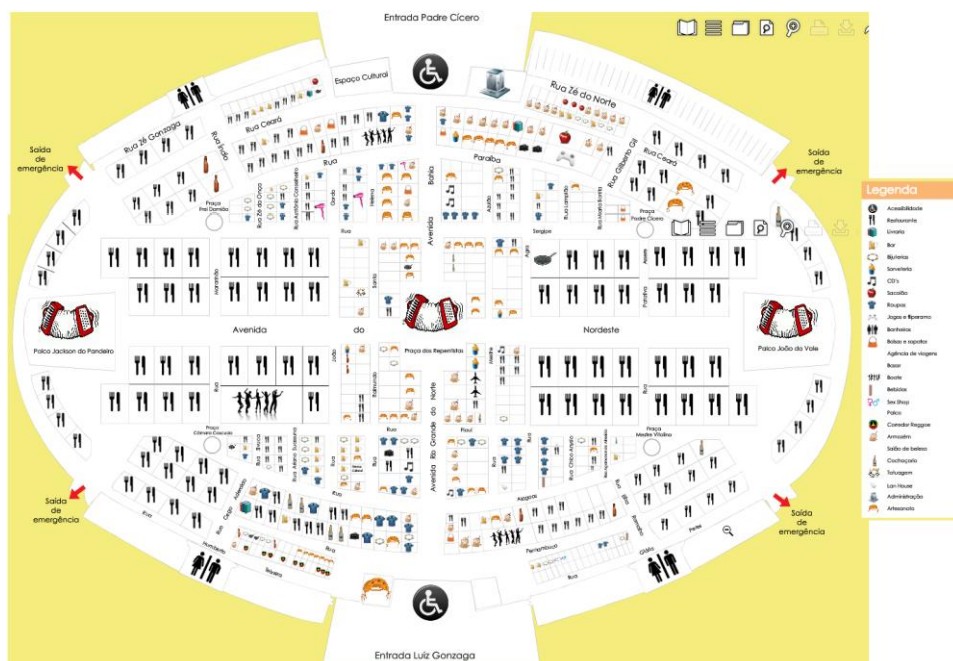
Apesar de ter mais de 50 horas de gravação em vídeo, privilegiei para as análises as gravações realizadas antes da ida para o estágio doutoral por ter tido a possibilidade de mostrar partes desses registros aos professores com quem tive a oportunidade de me encontrar, podendo, portanto, aproveitar algumas de suas contribuições nas análises. Assim, utilizo gravações feitas após o estágio doutoral somente nos casos de ocorrência de fenômenos não registrados nas gravações anteriores ou em casos em que os fenômenos são melhor evidenciados por meio de registros feitos a partir de abril de 2018.

Tendo explicado a opção pelo estudo de uma barraca e abordado a composição do *corpus* da pesquisa, no tópico a seguir apresento a Loja do China e algumas especificidades das análises dos dados.

## **6.2. Loja do China**

A Loja do China tem 24m<sup>2</sup>, sendo 2m de largura e 12m de comprimento. Fica na Rua Ceará, mais próximo à Rua Índio, constituindo o conjunto denominado como ruas do contorno no Decreto N.º 25.136, que consta no

Capítulo 3. A Loja não está localizada em uma das avenidas principais e também não fica no entorno de um dos grandes palcos.



**Figura 98 – Mapa da Feira de São Cristóvão com Rua Ceará no alto à esquerda**<sup>171</sup>

Em conversa sobre valores de condomínio, China disse que estabelecimentos com 48m<sup>2</sup> de área total pagavam o dobro do valor de sua loja, o que me fez entender que o comerciante pagava cerca de R\$ 500 (cerca de € 100) de condomínio na época da conversa (conversa gravada em 20/04/2017, Loja do China). China afirmou que o máximo que estabelecimentos pagavam de condomínio era R\$ 13 mil (quase € 2.700), o que ele não considerava um valor alto se comparado ao que era cobrado fora da Feira, já que a quantia incluía serviços como luz, água, segurança, limpeza. China afirmou que só de luz um grande restaurante fora da Feira pagaria entre R\$ 7 e R\$ 8 mil. O comerciante usou como exemplo o caso de um freguês seu que tem um restaurante pequeno no bairro da Glória, Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro: “só de luz e água ele tem que separar todo mês dez, doze mil reais” (conversa gravada em 20/04/2017, Loja do China).

Os estabelecimentos vizinhos a China são um hortifrúti e uma barraca de venda de tapioca, além de doces, pimenta, azeite, farinha, goma de mandioca,



mel, entre outros, onde trabalha Marcos, sua mãe, seu pai e sua irmã. Em frente, há uma barraca de venda de bolsas, porta-cartão, chapéus, cintos, roupas. Ao lado desta fica a Barraca da Josi, de venda especialmente de bebidas.



**Figura 99 – Estabelecimentos do entorno da Loja do China em registro em campo em 20/05/2018, domingo, às 18h23**

Durante a semana, desses estabelecimentos mencionados, somente a Loja do China abre.



**Figura 100 – Estabelecimentos fechados no entorno da Loja em registro de campo de 20/04/2017, quinta-feira, entre 12h30 e 13h**

A Loja do China vende especialmente produtos comumente relacionados à culinária da Região Nordeste do Brasil. O principal produto é o queijo, nomeadamente o queijo coalho. O produto pode ser visto a partir do corredor, sem que seja necessário entrar no estabelecimento, pois é exibido em um freezer horizontal localizado no limite entre a Loja e a rua. China também coloca pacotes de queijo em cima do freezer e os troca periodicamente para não estragarem. Durante o período em que trabalhei com China na Loja, ajudei a colocar peças de queijo neste freezer. Acima do freezer, pendurado na parede, há um pequeno banner da marca do queijo, Pama. Em vários momentos

<sup>171</sup> Disponível em: <https://pt.calameo.com/read/0002332619cdd0f735b5b>. Acesso em: 11 mar. 2019.

China usa este freezer como apoio enquanto olha as pessoas passando pela rua em frente ao estabelecimento ou aborda potenciais fregueses.



**Figura 101 – Momento em que ajudei China a abastecer o freezer de queijo em 24/05/2018**



**Figura 102 - Parte da frente da Loja com queijo em destaque em registro de 18/05/2018**



**Figura 103 – China apoia no freezer da parte da frente da Loja em registro feito em 10/12/2016**

A posição de destaque do queijo na Loja é comunicativa, pois as gravações evidenciam que é por esse produto que China em geral é procurado. Assim como são comunicativos os formatos com que os queijos são

disponibilizados. Os queijos dentro do freezer são apresentados tanto em pacotes fechados, vindos direto do fornecedor, quanto palitados, ou seja, cortados em retângulos e colocados em um espeto para serem assados. O palito é a parte em que a pessoa segura para comer o queijo. O queijo é vendido dessa forma em vários estabelecimentos da Feira, em geral em estruturas montadas nos corredores, para ser consumido sem que o cliente tenha que entrar no estabelecimento. Fora da Feira, é comum ver o queijo coalho nesse formato sendo vendido por ambulantes em praias do Rio de Janeiro.

Uma das atividades que desempenhei no dia em que trabalhei com China na loja foi palitar o queijo. Há toda uma sequência que o comerciante segue e que faz com que ele corte e organize o queijo dentro de pacotes, já os deixando prontos e separados por diferentes formatos, de acordo com o gosto do freguês. Só descobri essa organização quando, sem saber de sua existência, misturei os tamanhos, o que China rapidamente identificou. Também achei bastante difícil colocar o palito no queijo porque a peça é dividida em duas partes. China explicou que era preciso que as duas ficassem na mesma direção, para dar a ideia de um pedaço de queijo único e ficar bonito. Em algumas peças, furei o queijo no meio, sem conseguir atravessar todo o pedaço com o palito.



**Figura 104 – Palitando queijo com China em 24/05/2018**

Os pacotes fechados de queijo geralmente são comprados por fregueses que também são comerciantes e que usarão o queijo no preparo de algum prato ou lanche, como tapioca. Fregueses de varejo compram pedaços de queijo que China corta na hora, tirando dessas peças.

Outro tipo de queijo vendido na Loja é o queijo manteiga, um tipo de queijo obtido da “coalhada”, ou seja, da fermentação do queijo de coalho, “cozido na manteiga”, conforme explicou China (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Geralmente, China deixa um pedaço em cima do



balcão, onde também ficam, perto da entrada, doce de leite, goiabada e biscoitos. Atrás desses produtos costumam ficar duas garrafas de café. Mais para o centro do balcão, China em geral coloca pão de mel, um tipo de pão vendido a peso e bolo de massa puba. Nessa altura, do lado de dentro do balcão, há a balança e, presa em sua estrutura, uma sacola cheia de sacolas plásticas pendurada para o lado de dentro do balcão.

Em geral, na outra extremidade do balcão ficam rapaduras, castanhas e biscoitos. Atrás desses produtos há uma televisão, ligada em programas de notícias ou de esporte, sempre em canais abertos. Quando iniciei a pesquisa, China tinha um equipamento pequeno. Mas, no fim de 2018, o comerciante o trocou por um maior, com uma imagem melhor, segundo ele. Temendo esbarrar e derrubar a TV no chão, China amarrou uma pedra no monitor.

Nesse espaço do balcão também havia um recipiente para colocação de moedas, que depois da TV nova foi retirado. Permaneceu a máquina para peneirar goma de mandioca.



**Figura 105 – Área do balcão mais perto da entrada em registro feito em 18/05/2018**



**Figura 106 – Área do balcão mais perto do fundo da Loja mostrando a máquina de peneirar goma em registro feito em 20/04/2017**



**Figura 107 – Parte interna do balcão com TV, sacola pendurada na balança e máquina de peneirar goma em registro feito em 12/12/2018**

As prateleiras que ficam na área de circulação de fregueses em frente ao balcão geralmente são preenchidas com a manteiga de garrafa, que ficam nas prateleiras superiores, doces de pote, como doce de leite com fruta, e biscoitos. Em uma bancada suspensa abaixo dessas prateleiras, logo na entrada, ficam os saquinhos de goma de mandioca.



**Figura 108 – Bancada com goma de mandioca em registro de 18/05/2018**

Mais para o centro e o fundo da loja, as prateleiras geralmente são preenchidas com azeite de dendê, pimenta, farinha, mel e pacotes de palitos para serem colocados em queijo coalho.



**Figura 109 – Prateleira acessível aos fregueses em registro de 24/05/2018**

Em uma bancada no fundo da área acessível pelos fregueses China coloca dois tabuleiros com doces de corte, como quebra-queixo. A bancada fica sobre um espaço que China usa como um armário. Acima da bancada há um ventilador fixado na parede, onde a câmera ficou posicionada em um dos dias de gravação, e uma janela fechada com grade, mas por onde é possível ver a geladeira que China possui na parte dos fundos da Loja.



**Figura 110 – Abertura na parede ao fundo da Loja, ventilador e bancada com doces de corte em registro feito de campo em 18/05/2018**

No fundo da Loja há outro freezer, só que vertical, no formato de uma geladeira, também repleto de queijo. Este freezer é envelopado com a marca do queijo, a Pama. Há também uma pequena prateleira ao lado do freezer vertical onde podem ser vistas algumas garrafas de manteiga, azeite de dendê e pimenta. Acima deste freezer há um relógio e um aparelho de ar condicionado do tipo Split. Ao lado do relógio, há um pequeno banner da Pama. Na prateleira da parede que fica na área interna do balcão China coloca, além de produtos já mencionados, feijão de corda e massa puba. Não há preço em quase nenhum dos produtos vendidos na Loja do China. A exceção é a manteiga de garrafa. Nesse caso, o preço não é afixado na peça, constando em pequenas

etiquetas escritas à mão e coladas na prateleira. As gravações mostram que muitos fregueses não identificam esses preços, pois perguntam o valor da manteiga. Assim, em geral, o freguês precisa perguntar ao comerciante o valor da mercadoria.



**Figura 111 – Parte interna do balcão registrada em campo em 16/05/2018**

A organização dos produtos na Loja varia de acordo com contingências. Houve um período em que China tinha pouca quantidade de manteiga de garrafa, o que fez com que o espaço das mesmas ficasse vazio. Outro caso foi o vazamento decorrente de uma obra feita pelo vizinho, que fez com que China tivesse que guardar os sacos de goma de mandioca para não molharem. China também já afirmou que durante a semana, como o movimento é menor, não costuma deixar a goma exposta, pois o produto precisa ficar em ambiente refrigerado. Também é no fim de semana, geralmente na sexta à noite, que China recebe o pão que vende a peso, não sendo possível encontrar o produto sobre o balcão às quartas e quintas.



**Figura 112 – Prateleiras com poucas manteigas de garrafa em registro feito em 16/05/2018**

Na parte de dentro do balcão há uma mesa com uma gaveta. Além da área do balcão, China costuma usar essa mesa para cortar e palitar queijo. Por isso, costuma ter sempre um facão sobre ela. Também há um banquinho e uma cadeira nessa parte de dentro do balcão.





**Figura 113 – Mesa na parte de dentro do balcão em registro de 18/05/2018**

Na entrada da Loja há cortinas de vento, que ajudam a impedir que o ar refrigerado saia do ambiente, já que o mesmo fica aberto. O barulho dessas cortinas, assim como do ar refrigerado, causa boa parte dos ruídos nas gravações.

Enquanto trabalhei com China na Loja, uma das atividades que fizemos foi limpar o chão. China afirmou que faz questão de manter o estabelecimento sempre limpo, criticando barracas na Feira em que os comerciantes não têm essa preocupação. China também disse que gosta de ver suas prateleiras cheias de produtos e que estava chateado por não ter muitas manteigas de garrafa para preencher os espaços vazios naquele dia (diário de campo, 24/05/2018). Em outra conversa, China afirmou que o freguês “come com o olho: olhou tá bonito vai e compra”. Quis saber o que significava ser “bonitão” e China explicou que era ser “bem graúdo”, oferecendo assim uma explicação sobre a importância que atribui ao aspecto dos produtos e relacionando beleza e fartura (gravação feita em 20/04/2017, Loja do China).



**Figura 114 – Varrendo a Loja em 24/05/2018**

Além da parte usada pelos clientes, a Loja do China tem um ambiente nos fundos acessível por uma porta no fim do balcão de uso exclusivo do comerciante. É o local em que China prepara suas refeições, faz café, armazena mais queijo e dorme nas noites do fim de semana, entre um freezer e a bancada em que fica a pia, enquanto Marcos permanece na parte da frente atendendo aos fregueses. Nesta parte, é possível ver, além de uma pia, prateleiras, uma bancada de apoio, um fogão, um microondas, um freezer em que China guarda queijos, uma geladeira, um fogareiro, utensílios de cozinha, como talheres, panelas e copos, alguns poucos alimentos para consumo próprio, como pó de café e açúcar, artigos e produtos de limpeza, como detergente e balde, e um ventilador de chão.



**Figura 115 – Porta de acesso à parte dos fundos da Loja em registro de 13/09/2018**



**Figura 116 - Parte dos fundos da Loja em registro de campo em 13/09/2018**

Tendo a energia elétrica da Feira sido cortada, conforme explicado anteriormente, China usa, além do gerador providenciado pela associação de feirantes, um gerador de um restaurante localizado na Avenida Nordeste, de um amigo seu. O estabelecimento é denominado neste trabalho como Porta do Piligado. China também tem sua própria caixa d'água, instalada em cima de

seu estabelecimento, já que o fornecimento de água também foi interrompido na Feira.

China afirmou que as vendas eram muito boas quando a Feira funcionava no Campo de São Cristóvão. Ele contou que uma tonelada de queijo era vendida entre 5h e 13h do domingo. Atualmente, a mesma quantidade é vendida em cerca de 15 dias. China disse que o queijo que vende é proveniente do estado do Pará, na Região Norte do país, mas que a “cama fria”, ou seja, o local em que fica armazenado quando chega ao Rio de Janeiro, é no Cadeg, um centro de abastecimento municipal localizado no bairro de Benfica, na Zona Norte do Rio de Janeiro, a pouco mais de 2 Km da Feira de São Cristóvão. China faz as encomendas de um representante da empresa que o fornece o material, a Pama.

A Loja do China é lavada pelo comerciante às terças-feiras pela manhã e está aberta ao público de quarta-feira a domingo, abrindo quartas e quintas no horário de funcionamento da Feira, das 10h às 18h, mas sendo possível encontrar o comerciante na Loja bem antes de 10h, e de sexta a domingo funcionando ininterruptamente. Para isso, China se reveza durante a noite com Marquinho, filho do comerciante da barraca ao lado.

Por ter visto em gravação feita na Loja o baixo movimento à noite e também por já ter ouvido China reclamar sobre isso, perguntei ao comerciante por que ele preferia manter a Loja aberta a funcionar somente durante o dia. China disse que o movimento nas madrugadas já tinha sido muito bom devido às pessoas que bebiam demais e que depois compravam e que havia sempre a expectativa da surpresa de um bom movimento. Além disso, afirmou se tratar de uma questão de não perder para a concorrência.

Às vezes vem um freguês<sup>172</sup> da gente que já é conhecido, aí chega aqui e encontra fechado, vai comprar em outro lugar. A gente não pode perder freguês assim, né? Acaba ficando assim de vigia (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

A fala do comerciante mostra que o aspecto físico é importante no modelo de negócio que é a Loja do China, baseado no contato social. Por isso, a “vigia” ao freguês e o fato de ser “conhecido” são aspectos importantes nesse

---

<sup>172</sup> Este é um dos registros em que China se refere à pessoa que compra seus produtos como freguês, evidenciando assim o caráter êmico do termo.

negócio. Se o comerciante não está presente na Loja, não efetua vendas e ainda pode perder fregueses para concorrentes.

Identificar o que o comerciante parece entender como vantajoso nas relações que estabelece e o que compreende como retribuição justa também ajuda a entender como China conduz seu negócio. Uma história que o comerciante contou sobre uma atividade de seu dia a dia ajuda a evidenciar sua compreensão a respeito desse ponto (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). China contou que tinha levado queijo para dar a um médico, caso ele não cobrasse pela consulta, pois China disse que apenas levaria resultados de exames. Ao chegar ao consultório, China disse ter deixado os dois pedaços de queijo bem à mostra, sendo um para o médico e outro para a recepcionista. Como a consulta foi cobrada, China não deu os queijos, levando-os para sua advogada, que encontrou logo depois da consulta. Em vários registros, China afirma ter dado queijo em troca de algum favor recebido.

Outro exemplo foi o dia em que trabalhei com China. Após ter permanecido em sua Loja durante algumas horas, o comerciante fez questão de me dar um saco de queijo coalho cortado em cubinhos. Mesmo eu dizendo que não precisava, China insistiu que eu levasse, afirmando que ia estragar se ficasse ali, pois ele não ia consumir. Acredito que o ponto principal nessa oferta foi uma espécie de pagamento pelo meu trabalho no estabelecimento durante aquelas horas, não considerando que a possibilidade de um entendimento maior sobre como ele conduz as atividades na Loja era uma retribuição suficiente.

Ao desenvolver o trabalho de campo de modo mais aprofundado na Loja, após o estágio doutoral, percebi que China não estava disposto a dar a conhecer tudo a respeito de seu estabelecimento. Percebi que algumas perguntas foram respondidas com certa hesitação pelo comerciante, como inicialmente a respeito do valor do condomínio, e outras questões ficaram sem a resposta do tipo esperado, tendo sido desconversadas por China ou não respondidas, como a referente a um motivo exposto pelo comerciante em conversa com outra pessoa para não possuir máquina para recebimento de pagamentos com cartão. Por isso, sempre procurava me explicar ao máximo e ter o cuidado de não ultrapassar limites, tendo deixado de fazer registros melhores, como o do espaço em que ele dorme no fundo da loja, ou da parte interna do caderno que



ele passou a usar para controlar as compras e vendas de mercadorias, para não ultrapassar as fronteiras que considerava serem estabelecidas por China.

Mesmo tendo cuidado, em uma ocasião, China negou o registro fotográfico de um conjunto de papeis afixados na Loja que entendi se tratar do alvará de funcionamento, alegando que não seria bom se o documento fosse parar na internet. China também negou quando pedi para acompanhar um dos momentos em que ele chegava à Feira com as manteigas de garrafa, junto com a Dona Veva, justificando que era muito cedo. O comerciante também impediu que eu registrasse o momento em que ele abria a Loja, pedindo que eu só chegasse mais tarde. Apesar de sempre me oferecer para ficar com ele no estabelecimento, como uma ajudante, em troca de obter mais informações para a pesquisa, China nunca disse que sim. China também disse não ser necessário ter uma cópia das gravações, demonstrando assim que não tinha interesse de ver os registros.

Por todos esses pontos, entendo que China não via a realização da pesquisa como uma vantagem e que muitas vezes considerava que minha presença poderia atrapalhar. Diferente do que aconteceu com a Josine, mesmo a pesquisa não sendo feita prioritariamente em sua barraca, e com o comerciante da Barraca do Barba, sempre muito solícito, minha relação com China esbarrou em limites impostos pelo comerciante, os quais procurei entender e respeitar. Não se tratou de uma relação amizade, mas acredito que tenha avançado para o coleguismo, conforme explico a seguir. Mesmo não sendo tão receptivo como Josine, China não colocou qualquer empecilho para as gravações, tendo inclusive baixado o volume da TV em uma ocasião em que eu disse ter tido dificuldade de ouvir o que estava sendo falado após ver a gravação por ter posicionado a câmera muito perto do aparelho.

No entanto, como dependia de mais convivência com o comerciante para a compreensão dos registros feitos na Barraca e como, conforme expliquei no início deste Capítulo, optei por não atrelar o contato com China a compras de produtos, busquei formas de minha presença na Loja se tornar interessante para o comerciante e dentro dos limites aceitáveis por ele. Até porque, não se trata de um estabelecimento em que seja possível sentar e observar o movimento, conforme mostra a descrição do local feita anteriormente. A primeira tentativa foi levar sacolas plásticas para China. Depois de ter trabalhado com ele na

Loja, vi que ele as usava para entregar mercadorias. Como não eram sacolas personalizadas, sendo do tipo das que se recebe em diversas lojas e feiras do Rio de Janeiro, reuni um pouco dessas sacolas e levei para o comerciante. China não estava no momento em que fui entregar. Deixei as sacolas com Marquinho. Quando encontrei o comerciante novamente, perguntei se tinha recebido. Ele disse que sim, sem falar muito sobre o assunto.

Passei então a tentar ter momentos de conversa com China. Procurava estabelecer essas conversas em dias e horários de menor movimento na Loja, como os dias de semana à tarde. Em geral, ao me ver chegar, China perguntava “tá passeando?”. Inicialmente, procurei responder já iniciando uma conversa sobre a Feira, que era nosso único assunto em comum, geralmente perguntando como tinha sido o movimento do fim de semana. Ao longo da conversa, era comum China começar a falar de seus filhos, o que eu procurava não interromper e até estimulava, fazendo perguntas. Também procurei falar um pouco de mim, procurando tratar de assuntos que dessem mais informações a meu respeito e assim gerassem mais proximidade e novos tópicos de conversa, o que também foi o propósito quando levei meus pais e alguns amigos até a Loja nos dias em que eles foram à Feira. Falei sobre meu marido, sobre morar no bairro de São Cristóvão, sobre as dificuldades de não estar trabalhando para terminar a pesquisa, dentre outros assuntos. Mas tudo muito superficialmente e por breves momentos, já que China não demonstrou interesse. Entendi dessa forma pelo fato de o comerciante nunca fazer perguntas que me incentivassem a seguir nos temas, apenas ouvindo e deixando o assunto morrer se eu não continuasse a falar. Quando pertinente, também falávamos sobre assuntos do momento, como eleições e outros tópicos geralmente colocados por algo que havia passado na TV. Quando não se tinha sobre o que falar, geralmente China falava sobre os filhos.

Em uma dessas tentativas, assim que cheguei à Loja, ao perguntar se estava tudo bem como forma de cumprimento, China me contou, em volume de voz mais baixo do que o normalmente usado por ele e tom descendente, o que me fez entender que estava preocupado, sobre um problema pessoal que havia ocorrido com ele. O comerciante tinha recebido uma intimação judicial cobrando pensão alimentícia, mas afirmou não saber de quem se tratava a mãe da suposta filha. Nesse momento, entendi que China estava pedindo ajuda e

também que aquele era o momento em que eu poderia tentar ter de fato um assunto para tratar com o comerciante, o que talvez rendesse uma relação um pouco menos cheia de barreiras entre nós.

Ao cogitar a possibilidade de se tratar de um homônimo, o que lhe havia sido dito por outras pessoas com quem já tinha falado sobre o assunto, usei meu celular para fazer uma busca na internet e vi que existia outra pessoa com o nome muito parecido com o de China, tendo apenas um “Júnior” no fim. Também acionei pelo *WhatsApp* meu irmão, que é advogado, enviando para ele uma foto da intimação e repassando a China as orientações sobre como proceder. Passei o contato de meu irmão para ele e dei novamente meu telefone. Na semana seguinte, fui surpreendida com uma ligação de China à noite, às 21h23 (diário extracampo, 23/10/2018).

O comerciante contava que tinha ido à Vara da Família dizer que a pessoa mencionada na intimação que ele recebeu não era ele e que lá foi informado de que provavelmente se tratava de um homônimo. China contou que tiraram uma foto dele para mostrar à reclamante. No entanto, já chegando em casa, recebeu uma ligação informando que uma pessoa tinha jogado a foto fora. Por morar longe, foi oferecida a China a possibilidade de enviar uma nova foto por e-mail. China então informou o e-mail de seu filho, que era quem faria o envio, já que ele não possui correio eletrônico. No fim da ligação, China me agradeceu e pediu que agradecesse ao meu irmão.

Três dias depois fui até a Loja do China. Desta vez tinha um assunto específico para tratar com o comerciante, pois queria saber pessoalmente como tinha sido a ida à Vara da Família e se tinha conseguido enviar a foto. China contou que o filho tinha enviado apenas no dia anterior, quando foi a sua casa, e que isso tinha feito uma pessoa da Vara da Família ligar cobrando a foto. Ao relatar o que tinha falado para a juíza que o atendeu, China disse que uma colega sua tinha visto na internet que existia uma pessoa com o nome quase igual ao seu, com apenas uma palavra diferente no final. Foi a primeira vez que ouvi China se referir a mim como colega.

Nesse momento, e devido ao fato de ter ligado para contar como tinha sido na Vara da Família, entendi que China tinha considerado minha tentativa de ajudar como uma vantagem, um benefício, e que por isso havia me categorizado como sua colega. No entanto, esse assunto logo ficou de lado, o

que me fez procurar outro motivo para ir à Loja falar com China. Foi então que participei do II Enace<sup>173</sup>, em que o professor Michel Binet, da Universidade Lusíada de Lisboa, mencionou a possibilidade de validação de entendimentos com os membros na pesquisa combinando Etnometodologia e Análise da Conversa. Não tendo ciência ainda de que China não dominava a leitura, passei a imprimir e levar para o comerciante pequenos fragmentos de até uma página das transcrições que havia feito, aproveitando para perguntar sobre algumas situações que não havia conseguido entender com clareza.

Ao levar a primeira transcrição, o que já havia avisado que ia fazer, li o que havia escrito para China, expliquei os sinais que havia no meio do texto e aproveitei para esclarecer dúvidas. No fim, disse que se China quisesse poderia mostrar também a seus filhos, o que ele considerou uma boa ideia, tendo solicitado ficar com papel. Assim, considerei que tinha encontrado um caminho para ter assunto com China até o fim da pesquisa, pois tinha em mente mostrar aos poucos tudo que havia transcrito e todas as análises. Fiquei ansiosa para voltar à Loja na semana seguinte e saber o que os filhos tinham achado. No entanto, China disse que tinha esquecido o papel na Loja e que por isso não tinha sido possível mostrar. Na semana seguinte, China finalmente tinha mostrado o material aos filhos. Disse que ambos tinham gostado e que a filha teria dito “que legal, pai”.

Animada, providenciei outra transcrição e entreguei a China na semana seguinte. Quando retornei para saber o que ele e os filhos tinham achado, novamente, China não tinha conseguido mostrar. Decidi então parar de perguntar sobre isso e passei apenas a fazer as perguntas sobre o que havia entendido e deixar o material com China. Assim, providenciei a terceira transcrição, a qual não consegui deixar com o comerciante. Isso porque, mesmo tendo ligado e perguntado se podia ir deixar mais uma transcrição e tendo sido autorizada, ao chegar, encontrei Josi tomando conta da Loja, pois China não estava.

O comerciante chegou alguns minutos depois, andando depressa, muito suado. Estava sério e falando em volume de voz mais baixo e tom menos ascendente do que o de costume, o que me fez entender que estava preocupado.

---

<sup>173</sup> II Encontro Nacional da Análise da Conversa Etnometodológica (ENACE).

Disse que estava muito ocupado porque tinha acabado de receber uma encomenda grande, que teria que entregar em pouco tempo. Pedi para somente esclarecer uma dúvida e comecei a falar sobre a transcrição, contextualizando-a, para então perguntar o que desejava. Mas China não me permitiu terminar. Disse para deixarmos para outro dia. Perguntei se poderia deixar o papel com a transcrição. Ele respondeu que era melhor não deixar.

Assim, entendi que mostrar dados da pesquisa, no que China já havia demonstrado não ter interesse, também não era o caminho mais adequado para uma aproximação maior com o comerciante. Naquele momento compreendi que de fato China não tinha interesse de ver os registros, nem em vídeo nem impressos. Então, optei por descontinuar a ideia da validação de entendimentos com o comerciante, apesar de acreditar em seu potencial e de considerar seu uso em futuras investigações. Mesmo assim, os entendimentos que tive a oportunidade de esclarecer com o comerciante foram bastante úteis e me permitiram fazer ajustes naquelas transcrições e em outras, evitando, principalmente, pressuposições e análises equivocadas, o que será mostrado no Capítulo 7.

Depois do caso da intimação judicial, passei a prestar atenção nos entendimentos de China sobre o que ele expressava ser vantajoso, pois acreditei que esse aspecto me ajudaria a entender muito das relações estabelecidas pelo comerciante na Feira e, portanto, a forma como conduzia seu negócio. Um exemplo é sua relação com o dono do hortifrúti ao lado. Fiquei surpresa quando China disse que não recebia nada do dono do hortifrúti em troca de pegar mercadorias para fregueses quando o mesmo estava fechado. China fica com a chave e não é incomum vê-lo abrindo a porta de ferro, pegando mercadorias, entregando a pessoas que vão buscá-las e fechando novamente o estabelecimento, o que será detalhado mais adiante.

Quando perguntei por que ele fazia isso, China respondeu que era para ajudar o comerciante. Querendo saber um pouco mais, perguntei o que ele ganhava com aquela ajuda. China respondeu, a princípio, que nada. Depois se adjetivou como “bobo” e minimizou o favor que o comerciante já tinha feito para ele no passado afirmando que “a única coisa” que ele já tinha feito tinha sido levar objetos da Feira para sua casa, como caixas vazias de manteiga, transportadas no caminhão de aipim, enfatizando que o mesmo passava em

frente à sua residência. Mas afirmou que naquele momento o comerciante do hortifrúti não fazia mais esse transporte, sendo a atividade desempenhada por outra pessoa, “o menino da goma”, “mais legalzinho” com China, “mais comunicativo”, e a quem China dá “um queijinho” em troca (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

Depois, China disse que o dono do hortifrúti não cobrava pelas mercadorias que ele adquiria no estabelecimento, mas que essa situação não o agradava, pois preferia escolher o que comprar. Afirmou que quando se ganha, isso não é possível. China concluiu o assunto afirmando que para o comerciante do hortifrúti ele faz favor “mas sem ter nada” (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

Esse exemplo evidencia que o benefício material não parece ser o único componente envolvido no entendimento de algo como vantajoso para o comerciante. A qualidade das relações interpessoais parece ser importante nessa espécie de contabilidade e também influencia no modo como são estabelecidas as relações.

A conversa sobre o hortifrúti remete a outro aspecto observado nos dados de campo na Loja do China: a desconfiança. Ao iniciar as gravações em sua Loja, pedi a China algumas vezes que me indicasse outros comerciantes de estabelecimentos em que eu pudesse gravar. Mas China nunca recomendou ninguém. Diferente de Josine, que indicou outras pessoas. Acredito que essa situação se refira a uma desconfiança não apenas em mim, mas também em relação a outros comerciantes da Feira. Em uma das gravações, por exemplo, vi China deixar a Loja aos cuidados de outra comerciante para ir ao banheiro. Antes, no entanto, trancou a gaveta em que guarda o dinheiro e levou consigo a chave. As relações de China parecem ser caracterizadas em grande medida por uma confiança desconfiada.

Um aspecto que parece contribuir fortemente para isso é a existência de certa precariedade nos controles das relações comerciais, em geral baseados em tratos verbais, só sendo controlados por registros escritos a mão quando já foram motivo de desentendimento. Os registros são todos numéricos, já que China não domina a leitura e a escrita. Talvez por isso, China também não utilize recursos de comunicação digitais, como redes sociais. O caso em que China precisou que seu filho enviasse um e-mail com a foto para a Vara da

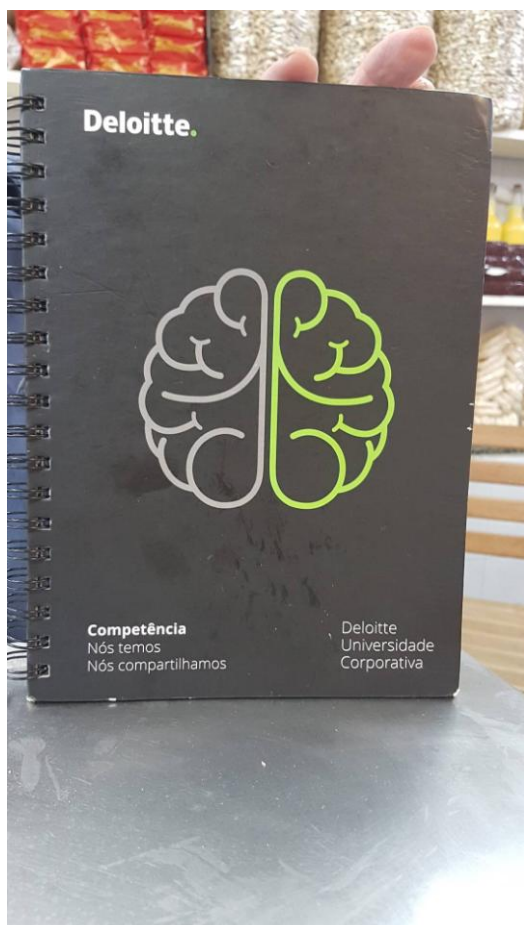
Infância ilustra que o comerciante não tem familiaridade com esse tipo de recurso.

China disse que colecionar papeis para ele é um problema, porque acaba perdendo. Quando um é perdido, o registro desaparece, pois não foi feito em outro local. Adicionando o fato de que as vendas também não passam por registros bancários, o comprovante do pagamento é muitas vezes baseado somente na palavra. O pagamento em data posterior também contribui para a possibilidade de confusão entre o que já foi pago e o que ainda é dívida, já que a nota que informa a cobrança não recebe nenhum tipo de alteração quando a dívida é paga. China explicou essa situação com um exemplo.

China disse que teve um problema com seu fornecedor de queijo porque pode ter se confundido com os papeis. Ele não reconhecia uma dívida de R\$ 2.600 (€ 539). Ao tentar resolver a questão, o fornecedor mostrou a China as notas que ele havia assinado. China então perguntou se o fornecedor poderia lhe mostrar notas de meses anteriores, que ele já tinha pago, e obteve resposta afirmativa. Desse modo, China questionou ao fornecedor o que garantia que aqueles papéis que ele lhe mostrou para comprovar a dívida também não tinham sido pagos, como o comerciante achava que tinha. No entanto, o fornecedor garantiu a China que aquela conta não havia sido paga. China afirmou que não ficou convencido de que devia o valor, mas, pela postura do fornecedor de lhe mostrar as notas, conversar, levar sua filha para ajudar a explicar e pelo histórico da relação entre ambos, China não considerou má fé e pagou o valor cobrado. A situação o fez exigir que o fornecedor passasse a levar para ele somente um papel referente ao valor a ser pago, pois China reclamou de ter que assinar vários papeis referentes a um único pedido, o que teria causado aquela confusão.

China contou que para ajudar em sua organização sua filha, que é formada em Contabilidade, lhe deu um caderno, que o comerciante passou a usar para fazer seu controle. Ao me mostrar o caderno, vi que China colocou dentro várias notas fiscais soltas, além de ter escrito alguns números. Nesse momento, pude ver que as notas eram todas preenchidas a mão, inclusive a do fornecedor de queijo, que ele me mostrou em detalhe. Pedi a China para tirar uma foto do caderno, na tentativa de registrar como o comerciante fazia essas anotações. China imediatamente fechou o caderno e o posicionou para eu

fotografar. Entendendo que o comerciante não desejava que eu fotografasse o que havia dentro do caderno, fotografei a capa.



**Figura 117 – Caderno que China ganhou da filha para organizar compras e vendas em registro em campo feito em 12/09/2018**

O exemplo do fornecedor de queijo mostra que o histórico da relação interpessoal tem papel de destaque na solução de atritos. China disse que, mais do que o que foi dito, porque era “uma explicação que não explica”, o que contou para que ele concordasse em pagar foi a atitude do fornecedor de conversar (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Essa conversa assume ainda mais importância se considerarmos que o comerciante não domina a linguagem escrita e que as relações comerciais de China são estabelecidas por acordos verbais.

Ilustrando a diferença entre uma pessoa que China entendia ter má fé e outra que não via dessa forma, China contou o caso de um comerciante dono de um grande estabelecimento na Feira que era seu freguês há alguns anos, entre dois e quatro anos, não sabia ao certo, e que em seu entendimento tentou



lhe aplicar um calote, assim como em outros dois comerciantes, o do hortifrúti ao lado e o de um açougue da Feira. O comerciante do restaurante afirmou que já tinha pago pelos produtos adquiridos com China e os demais, quando China disse que ele não o tinha feito. Tratava-se de cerca de R\$ 1.800 (€ 373) para China, mais ou menos o mesmo valor para o comerciante do hortifrúti e um valor não conhecido por China para o comerciante do açougue. China afirmou que o comerciante agiu de forma a dar a entender que se esqueceu de pagar a conta. No entanto, China usou alguns indícios do comportamento do comerciante para definir que se tratou de má fé, evidenciando assim seu modo de analisar o comerciante com base no comportamento do mesmo.

China disse que todo domingo, inicialmente, e depois toda quarta-feira, o comerciante lhe pagava o valor das mercadorias compradas na semana, entregando-lhe o dinheiro em mãos em sua Loja. No entanto, o comerciante não fez o pagamento em uma das semanas e na seguinte pegou mercadoria em sua Loja normalmente. China considerou que o comerciante pagaria por duas semanas na quarta-feira seguinte. No entanto, no dia do pagamento, o comerciante pediu para um funcionário ligar para a Loja do China e pedir a China que fosse até o restaurante receber, fato que China estranhou e que lhe ofereceu indício para suspeitar que o comerciante estava com a intenção de pagar por apenas uma semana. Foi o que aconteceu.

Questionado sobre o valor que estava pagando, o comerciante do restaurante afirmou que estava certo e que já havia quitado a dívida da semana anterior, resposta que China não aceitou. China disse que precisou cobrar por três semanas seguidas e ser firme ao reivindicar o pagamento para conseguir receber e que depois disso o comerciante parou de comprar e até de passar em frente à sua Loja, o que China também ressaltou como um indício de que o mesmo agiu de má fé.

Essa cobrança de uma única compra de forma incisiva, depois de anos fornecendo produtos ao freguês, também tem relação com a preocupação de evitar que a dívida cresça, pois, dependendo da quantidade que o freguês compra, o valor a pagar aumenta rapidamente, gerando um custo alto para o comerciante. Isso porque, conforme China afirmou, seu crédito é o dinheiro. Ou seja, o comerciante não tem capital de giro que o faça conseguir arcar com dívidas sem que isso represente um transtorno para a manutenção de seu

negócio. Por isso, a identificação de uma tentativa de calote precisa ser logo tratada. A fala de China sobre um problema com um comerciante de uma barraca pequena da Feira ilustra essa situação.

China disse que o comerciante costumava comprar bastante “queijo palitado” e “mala de queijo fechada” para vender no estabelecimento dele e tinha o hábito de “fechar a conta” a cada um ou dois meses (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Já extrapolando o prazo de pagamento, o comerciante lhe deu dois cheques, um para o fim de dezembro de 2016 e outro para o fim de janeiro de 2017. China repassou os cheques para seu fornecedor de queijo, que lhe devolveu os mesmos, mas somente no fim de fevereiro de 2017. Por todo esse período, o comerciante continuou comprando na Loja, segundo China, já ciente de que os cheques tinham voltado, o que fez sua dívida com China chegar a R\$ 12 mil (cerca de € 2.490). China disse que teve que se “lascar todinho” para pagar os R\$ 4 mil ao fornecedor e que atualmente o comerciante não compra mais mercadoria com ele, pagando-o parcelas regulares de R\$ 400 ou R\$ 500 (entre € 80 e € 100) (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

Situações como essa ajudam a entender por que China precisa se preocupar em manter seu estabelecimento aberto durante a madrugada na vigilância aos fregueses. A Loja de China parece viver desses dois tipos de vendas: atacado e varejo. Nenhum desses dois grupos parece significar um porto seguro para China. Além disso, se em 2017 China afirmou que a maior parte de suas vendas era feita para comerciantes de dentro da Feira (gravação feita em 20/04/2017, Loja do China), em 2018, o comerciante disse que a maior parte de seus fregueses é composta por pessoas que não são comerciantes na Feira, mas em estabelecimentos fora (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China).

Entre os que fazem parte da Feira, os estabelecimentos menores correspondem à maioria de seus fregueses. Segundo China, são os que pagam melhor, sem lhe dar “dor de cabeça” (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Mas, em conversa em 10/10/2018, China afirmou que os fregueses que vão à Feira a passeio correspondem ao maior volume de vendas de sua Loja. Em 2017, China especificou esse tipo de cliente, afirmando que turistas não gastavam dinheiro. O comerciante afirmou que quem comprava mais era

“gente do Rio de Janeiro”, “nordestino que mora no Rio”, porque “gente de outras cidades que vêm passear no Rio não gasta não”, sendo mais para “bebidazinha mesmo” (gravação feita em 20/04/2017, Loja do China).

Em uma de nossas conversas, China afirmou estar “enjoado” da Feira (conversa gravada em 12/09/2018, Loja do China). Disse que está ficando velho, cansado e que para ele a Feira se assemelha a pobres que comem “feijão com arroz todo dia”. A Feira seria seu feijão com arroz. China reclamou de não poder sair para passear por causa do trabalho na Loja. Em conversa com a comerciante Josine, ela também destacou esse ponto como um problema, já que por trabalhar durante todo o fim semana, não podia levar os filhos a festas de aniversário. As crianças dependiam de vizinhos com quem pudessem ir aos eventos.

Essas informações sobre a Loja do China e a respeito do comerciante são importantes para a compreensão das análises feitas a seguir. Por isso, neste capítulo, procurei detalhar da melhor maneira possível o estabelecimento e entendimentos a respeito do comerciante.

Além disso, procurei explicar a opção por desenvolver o estudo a partir de um estabelecimento e por que ao fazer essa opção posso afirmar se tratar de uma investigação que contribui para o entendimento do que se passa na Feira de São Cristóvão. Isso porque, o estabelecimento se encontra dentro dessa Feira e, portanto, funciona segundo lógicas que a configuram.

Busquei ainda justificar os motivos para a escolha da Loja do China, explicando que essa postura não ignora demais componentes da Feira, pois similaridades com algumas situações encontradas em diferentes espaços também são mencionadas como suporte anedótico ou secundário ou para fins ilustrativos ou esclarecedores.

Ao apresentar o *corpus* da pesquisa, especifico os dados recolhidos em campo, extracampo e em investigações em ambientes digitais durante mais de três anos, de setembro de 2015 a dezembro de 2018.

Essas informações, assim como aquelas reunidas nos capítulos anteriores, foram usadas nas análises desenvolvidas no Capítulo 7, ajudando a compreender os entendimentos presentes nas interações registradas na Loja do China.

## Interação social na Loja do China

Este é o capítulo em que faço as análises dos dados da pesquisa com base no conteúdo apresentado nos capítulos anteriores. Início com a descrição das categorias de análise, constituídas a partir das gravações e observações de campo: abordando fregueses, atendendo fregueses, despedidas e comerciantes. Depois, procedo à análise dos dados em si, usando transcrições que entendo serem exemplares de cada uma das categorias e, portanto, do modo como China conduz seu negócio na Feira. Recorro para tanto em grande medida à Análise da Conversa, com o intuito de evidenciar que os dados em que me baseio para fazer as análises são obtidos a partir dos membros.

As três primeiras categorias se referem a três momentos importantes das interações, conforme tratado no Capítulo 5: abertura, corpo e fecho, respectivamente. Essa divisão se mostrou interessante para evidenciar o modo como China conquista novos clientes, se esforça em manter aqueles que já compram em seu estabelecimento e incentiva o retorno à Loja em outras ocasiões.

Início tratando de abordagens feitas a fregueses quando ainda estão fora dos estabelecimentos, começando pela abordagem característica de China, a expressão “Fala, patrão”, e analisando seu uso com o auxílio de abordagens de outros tipos feitas na Barraca da Josine. Depois, trato de abordagens quando o freguês já está dentro do estabelecimento, mostrando o que o comerciante aciona nesses casos para tentar concretizar a venda. Compartilho ainda um caso em que não apenas o comerciante categoriza o freguês como patrão, mas o freguês também categoriza o comerciante, analisando o uso do termo escolhido pelo mesmo: colega.

Sigo tratando do atendimento aos fregueses. Nesta parte, tenho como foco o que acontece ao longo das interações entre China e fregueses interessados em comprar mercadorias no estabelecimento, mostrando o

trabalho interacional adequado a cada coparticipante. Depois, trato das despedidas, ou seja, dos fechos das interações, destacando os momentos em que o comerciante se empenha em fazer com que o freguês retorne à Loja em outras ocasiões.

Em seguida, trato das relações entre comerciantes, mostrando os elementos que geralmente fazem parte das interações entre China e quem trabalha na Feira ou em estabelecimento comercial fora dali. Essas interações também são divididas em categorias: amizade na condução dos negócios, orientações para comerciantes, conversas amistosas e tensões, relações de parentesco.

Os dados apresentados nesse capítulo indicam a presença dos seguintes fenômenos:

- 1- Entendimento: maneiras como as pessoas mostram que entendem o que o outro disse e fez, ou seja, o entendimento mútuo e recíproco entre as pessoas;
- 2- Avaliação: modos como as pessoas avaliam comportamentos, ou seja, as avaliações dos outros;
- 3- Afiliação: maneiras como as pessoas se afiliam, sendo o humor e a oferta de queijo na ponta da faca, por exemplo, materializações dessa afiliação;
- 4- Competição: formas como as rivalidades se manifestam, algumas vezes não ditas.

Conforme exposto especialmente no Capítulo 3, a Feira reúne representantes do poder público, integrantes de empresas, como grupos de mídia e de bebidas, membros da administração do espaço, artistas que se apresentam no local, prestadores de serviço, como os responsáveis pela limpeza das áreas comuns do espaço, dentre outros. Apesar de presentes na Feira, interações com integrantes dessas categorias não foram identificadas nos registros de maneira a ajudar de modo significativo na compreensão do modo como China conduz seu negócio na Feira, não tendo, portanto, sido elaboradas categorias específicas para reunir essas interações, sendo referidas de modo mais pontual nas análises quando pertinente. A falta de registros de interações entre China e pessoas integrantes de algumas dessas categorias constitui inclusive uma ausência relevante, como no caso da administração da Feira,

pois pode ser indício de um distanciamento do comerciante de aspectos referentes à administração do espaço, por exemplo.

O estabelecimento dessas categorias visa, portanto, a destacar aquilo que parece mais evidente no modo como China conduz seu negócio e que pode ou não constituir outros tipos de estabelecimentos. Isso porque, estabelecimentos comerciais de tipos variados, apesar de diferenças, também guardam semelhanças entre si. Estabelecimentos que no senso comum costumam ser identificados como feiras e mercados populares, mesmo realizados em locais diferentes e distantes, guardam similaridades.

Estando em outros países, como na Inglaterra ou em Portugal, por exemplo, facilmente identifiquei iniciativas comerciais que se enquadram nessas denominações. Um conjunto de características faz com que feiras e mercados populares sejam reconhecidos como tais em várias partes do mundo, incluindo a arquitetura; a quantidade de vendedores, que mesmo quando não é grande em geral conta com alguns comerciantes; a existência de placas ou similares com valores dos produtos; a exibição dos artigos à venda de modo que sejam facilmente acessíveis aos clientes; a oferta verbal de produtos pelos comerciantes, entre outros.



**Figura 118 – Produtos expostos no Kirkgate Market, em Leeds - Inglaterra, em registro extracampo em 04/04/2018**



**Figura 119 - Clientes olham produtos no Mercado de Abastos, em Santiago de Compostela – Espanha, em 18/05/2018, em registro de Leonardo Castro**



**Figura 120 - Produtos à mostra na Feira do Bairro Norton de Matos (Feira dos Ciganos), em Coimbra – Portugal, em registro extracampo em 22/07/2017**

Apesar de similaridades, esses ambientes guardam aspectos singulares, seja em termos do conjunto que cada um forma (ex: o Mercado do Bolhão, em Porto-Portugal) ou de cada unidade que compõe cada um desses ambientes (ex: a barraca de peixe do Mercado do Bolhão).

Tendo isso em mente, a partir da Loja do China, o olhar atento para discursos de vendas, trabalho persuasivo do vendedor e respostas de potenciais fregueses, além das relações entre comerciantes, forneceu como características das interações conversacionais estabelecidas na Loja: a abordagem a potenciais fregueses feita com o uso de sequências de convocação, apesar de incluir outras formas, como saudações; o trabalho interacional durante o atendimento entre comerciante e freguês caracterizado em grande medida por humor, histórias, avaliações e explicações; as relações entre comerciantes envolvendo amizade, disputa, colaboração e tensão. Entre fregueses e comerciantes também foram identificados momentos de sociabilidade.

É importante destacar que nas análises é feita a distinção, quando possível e pertinente, entre clientes que não são funcionários de estabelecimentos da Feira e aqueles que o são. O uso das denominações “comerciante”, “cliente” e freguês é feito de forma êmica, e China é sempre referido nas transcrições como Ch, Josine como Jo e José como Zé, conforme explicado no Capítulo 1.

No tópico a seguir, portanto, apresento as análises reunidas nas categorias abordando fregueses, atendendo fregueses, despedidas e comerciantes na Feira.

## 7.1

### Abordando fregueses

Assim como acontece em vários momentos do dia a dia de todas as pessoas, em muitas ocasiões o comerciante China tem poucos segundos para decifrar alguém que passa por sua Loja ou entra nela (SUDNOW, 1972). Conforme tratado no Capítulo 5, essa leitura tem relação com a interpretação de comportamentos e/ou falas das pessoas para que se possa ajustar a melhor forma de agir em relação a elas, ou seja, com uma construção de sentido em interação (SCHÜTZ, 2003). A interpretação que fazemos é baseada em valores sociais (MEAD, 1967). No caso de China, essa tradução envolve fortemente o conhecimento de demandas que costumam ser apresentadas por categorias de pessoas que em geral frequentam sua Loja (CARLIN, 2017). Essas categorias parecem ser duas em especial: fregueses, que podem ser habituais ou visitantes esporádicos, e comerciantes. Elas não são homogêneas nem possuem demandas totalmente iguais, mas parecem servir de guia para uma primeira abordagem do comerciante. Fazendo uma interpretação prática e situada, o comerciante define em qual dessas categorias enquadrar e, assim, a melhor forma de lidar com aquele representante da categoria escolhida (GARFINKEL, 2012). A leitura que China faz das pessoas é evidenciada especialmente pelo modo como ele se dirige a elas nos momentos iniciais de contato, conforme os



excertos a seguir mostram (SCHEGLOFF, 1968). Nessa análise, é particularmente importante a observação das categorizações feitas por China (SACKS, 1972).

Um “termo de endereçamento” (SCHEGLOFF, 1968, p. 1080) muito comum usado por China para abordar fregueses do sexo masculino é “patrão”. “Fala, patrão!” é uma das expressões mais empregadas pelo comerciante para abordar fregueses. Até porque, conforme será tratado mais adiante, quando há mais de uma pessoa a ser abordada, China dá preferência ao homem. Um caso exemplar é a ocasião em que China endereçou essa expressão a um homem (B) que passava no corredor em frente à sua Loja como “dispositivo de requerimento de atenção” (*attention-getting device*) (SCHEGLOFF, 1968, p. 1080) (gravação em 10/12/2016, domingo, Loja do China). O registro em vídeo tem duração de 13 segundos. Apesar de breve, foi suficiente para despertar a atenção para essa forma de convocação realizada pelo comerciante. Isso porque, conforme tratado no Capítulo 5, as sequências de convocação-resposta (CR) (*summon-answer sequence* – SA) podem proporcionar entendimentos acerca do modo como os participantes estão compreendendo a situação em que se encontram ao interagirem uns com os outros, utilizando para esse efeito conhecimentos de senso comum que vigoram em dada sociedade (SCHEGLOFF, 1968, p. 1080).

A interação se deu da seguinte forma: uma mulher (A) anda devagar pelo corredor com um bebê no colo, passando em frente à Loja do China e olhando para os produtos nela dispostos. A é seguida por um homem (B), que carrega no ombro direito uma bolsa como as usadas para transportar objetos de bebê, tem uma lata de bebida na mão direita e também olha para a Loja. A para e fala com B, ambos olhando para a Loja. Depois continuam a andar e a olhar para o estabelecimento. Em seguida, China diz “Fala, patrão!”. B parece balançar levemente a cabeça, em um movimento sutil por se confundir com o próprio balanço do corpo ao caminhar, e continua andando, seguindo A.

Seja nas abordagens ou durante o atendimento, gravações como essa evidenciam que China tende a se referir aos homens em grupos formados por

homens e mulheres, mesmo que o interesse pela compra seja manifestado de modo mais contundente pelas mulheres<sup>174</sup>.



**Figura 121 - A se aproxima da Loja do China em 14''01'olhando produtos**



**Figura 122 – A para e fala com B em 14''02', ambos olhando para a Loja**



**Figura 123 – A e B andam e olham para a Loja do China em 14''09'**



**Figura 124 – China diz “Fala, patrão” em 14''10'**



**Figura 125 – B balança a cabeça verticalmente em 14''10 e 14''11'**

<sup>174</sup> Além da questão de gênero vista neste trecho, outras questões interacionais são evidenciadas pelos dados, como questões relacionadas à faixa etária, etnia, ao nível de escolaridade, entre outras. No entanto, por não ser possível analisar todas essas questões neste estudo, optei por não desenvolvê-las, privilegiando as interações comerciais.

Chamou a atenção nesta interação o fato de B não ter reagido ao comerciante de modo condicionalmente relevante para uma convocação, não criando por isso condições para continuar a interação (SCHEGLOFF, 1968). Considerando o que acontece no dia a dia, essa ausência de reação a uma convocação exige uma explicação, uma vez que não satisfaz a expectativa provocada por essa convocação, a primeira parte de uma sequência de convocação - resposta (CR) (*summons-answer sequences* - SA). Conforme explicado no Capítulo 5, ao optar por uma convocação como “dispositivo de requerimento de atenção”, o comerciante deveria contar com a sua natureza não terminal (*nonterminality*) (Schegloff, 1968, p. 1080-1081). Nesse tipo de sequência é relevante que mais conversa ocorra, sendo esperado que, após o turno da resposta à convocação, o convocador fale novamente.

Considerando o ocorrido entre China e B, de acordo com a estrutura de pares adjacentes (SACKS, 1972), a segunda parte do par adjacente desencadearia outro turno do convocador. Seguindo o princípio da “relevância condicional” (*conditional relevance*) (SCHEGLOFF, 1968, p. 1083), um caminho preferido para essa convocação poderia envolver o seguinte:

- 1- Comerciante convoca B a dizer o que deseja (Primeira Parte do Par – PPP1)
- 2- B diz o que deseja ao comerciante (Segunda Parte do Par – SPP1) (Primeira Parte do Par – PPP2)
- 3- Comerciante procede ao atendimento do que B deseja (Segunda Parte do Par – SPP2)

Foi o caso da interação em que um homem (C) para no corredor em frente à Loja e olha para os produtos (gravação em 20/04/2017, quinta-feira, Loja do China). O comerciante faz então o mesmo tipo de abordagem, “Fala, patrão”, mas, ao contrário do que ocorreu com B, desta vez C responde à convocação do comerciante indicando o que deseja e o comerciante retoma a conversa solicitando as informações de que precisava para realizar o atendimento ao freguês.

01	C	((andando no corredor, para na entrada da loja e olha
02		em direção a China))
03	Ch	(1)((olha para C, balança cabeça vertical))>FALA
04		PAT[RÃO< ]
05	C	[((olha para lateral oposta a China] (2 <sup>175</sup> )

<sup>175</sup> Tempo após a convocação de China.

06 ((entrando)) essa manteiga de garrafa é daonde<sup>176</sup>  
 07 heim?



**Figura 126 – China balança cabeça para C em 6’’55’**



**Figura 127 – C entra na Loja em 6’’59’ após convocação**

Não foi esse o caminho seguido entre China e B. Diante da ausência de resposta de B falando o que desejava, a conversa não prosseguiu. O comerciante continuou com a atividade que estava desempenhando na Loja, tendo B seguido seu caminho. Comerciante e B parecem assim ter estabelecido uma espécie de acordo de não interação, porque, apesar de não ter produzido um tipo de segunda parte de par em um formato condicionalmente relevante, ou seja, apesar de não ter respondido dizendo o que desejava, dando, assim, seguimento à conversa, B levou o comerciante a interpretar o seu comportamento de balançar a cabeça e continuar andando como não querendo levar aquela interação adiante. É o que se pode inferir do fato de o comerciante ter retornado à sua atividade em vez de ter produzido uma primeira parte de um novo par adjacente. O comerciante identificou a “ausência oficial de uma resposta” (*official absence of an answer*) (SCHEGLOFF, 1968, p. 1086).

A reação de B para interromper a interação assumiu uma das formas mencionadas por Schegloff (1968, p. 1083, 1085) nos casos em que não existe a disponibilidade para a continuação da interação: deixou o comerciante sem uma reação do tipo condicionalmente relevante. Ao balançar a cabeça e ao continuar andando, B não reagiu à convocação do comerciante da forma como era exigida interacionalmente, ou seja, dizendo o que queria, mas reagiu de forma a oferecer condições para o comerciante compreender seu desejo de não

<sup>176</sup> Daonde = de onde

seguir com a interação, deixando evidente a indisponibilidade para continuar a conversa. Pode-se verificar, portanto, a aplicação da “regra de recisão” (*terminating rule*) (SCHEGLOFF, 1968, p. 1.085).

Apesar de não ter produzido uma reação condicionalmente relevante à convocação, a reação de B à convocação do comerciante pode ilustrar o que Schegloff (1968) afirmou acerca dos comportamentos não facultativos após convocações, fazendo parte do trabalho interativo da relação entre convocador e respondente. Se não queria interagir com o comerciante, por que B acenou com a cabeça? Por que não ignorou o comerciante? A resposta a essas questões diz respeito à obrigação de um membro da sociedade responder a uma questão que lhe é endereçada. A ausência de uma reação causaria constrangimentos.

O comportamento produzido por B na sequência da convocação do comerciante sem a intenção de seguir com a conversa, além de lidar com um possível constrangimento pela ausência de reação condicionalmente semelhante à convocação, também tem relação com as circunstâncias da interação. O fato de o freguês caminhar no sentido que o levaria necessariamente a passar em frente ao comerciante que lhe endereça a convocação, expressada quando ainda não estavam diante um do outro, contribuiria para o constrangimento da ausência de reação à convocação do comerciante.



**Figura 128 – Sequência da posição da convocação e A e B passando em frente a China após a convocação, da esquerda para a direita**

Outro aspecto em relação à configuração da situação é a velocidade do andar de B, que passava pelo corredor devagar, carregando uma bolsa como as usadas para transportar objetos de bebê, com uma lata de bebida na mão, acompanhado de uma mulher que segurava um bebê. Era mais um ritmo de andar de passeio do que o de alguém que fosse fazer compras. Entendendo que

o andar é uma representação visível de uma ordem social (WATSON, 2005), as formas de caminhar na Feira podem evidenciar diferentes usos desse espaço e constituir indícios para os comerciantes de possíveis formas de abordagem a clientes.

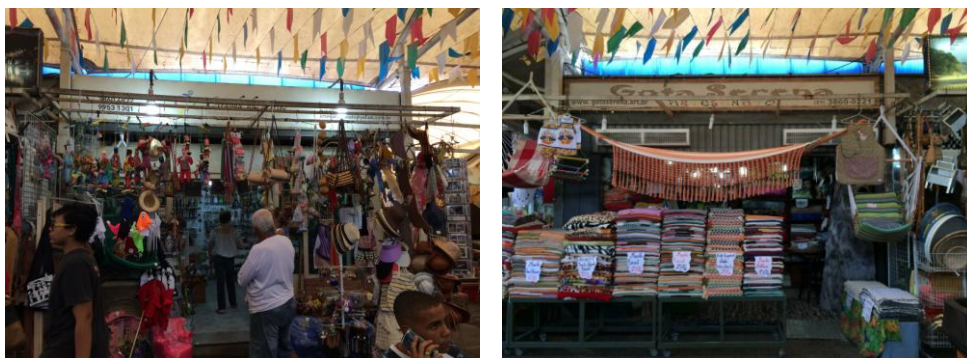
As gravações mostram que na Feira de São Cristóvão é bastante comum o andar vagaroso, similar ao ritmo de um passeio. É possível perceber esse ritmo mais lento especialmente em “arquivos de fluxo” (*flow-files*) (WATSON, 2005, p. 202) formados por duas ou mais pessoas nos fins de semana, quando a Feira é frequentada por uma grande quantidade de casais, famílias e grupos de amigos. Durante a semana, a maior circulação é de comerciantes, que não costumam andar a passos lentos. Combinado com outras informações, como o apelo ao espaço como ponto turístico, mostrado especialmente no Capítulo 4, a afirmação de China de que os fregueses que vão à Feira a passeio correspondem ao maior volume de vendas de sua Loja (gravação em 10/10/2018, Loja do China) e o fato de o comerciante geralmente me perguntar ao me ver chegar se estava passeando, conforme mencionado no Capítulo 6, o andar vagaroso pode ajudar a compreender que na Feira de São Cristóvão também se vai para passear e não apenas para fazer compras, sendo possível também fazer compras durante o passeio.

Um aspecto importante para a decisão de fazer compras parece ser a atratividade dos produtos, destacada anteriormente como um dos recursos de atratividade dos estabelecimentos. É possível observar em vários momentos o olhar dos clientes para os produtos expostos nas barracas, como é de se esperar em um local de comércio. Em outros espaços comerciais isso também acontece. Na Feira de São Cristóvão, no entanto, a atratividade dos produtos parece ser um ponto ainda mais importante.

Além de ser possível encontrar peças de artesanato que chamam a atenção pelo colorido ou pelos pormenores, há produtos que não são encontrados com facilidade em outros estabelecimentos comerciais do Rio de Janeiro, que fica na região Sudeste do Brasil, sendo mais comuns em estados da região Nordeste do país. Há também artigos lúdicos, como as placas com piadas sobre sogras e embriaguez. Em alguns estabelecimentos, por não terem sido identificadas outras formas de abordagens a clientes no espaço da Feira, a



atratividade dos produtos parece ser um fator importante para a conquista de compradores. A convocação não é unanimidade na Feira.



**Figura 129 – Barracas com produtos expostos em registro de campo de 12/10/2016, domingo, às 12h25**

A apreciação de produtos sem a subsequente compra, típica de situações de passeio e frequentes em ambientes relacionados a turismo, como é o caso da Feira, conforme mencionado em capítulos anteriores, também pode ajudar a explicar o comportamento de comerciantes de algumas barracas de não abordarem clientes mesmo quando se encontram dentro dos estabelecimentos. Durante a observação de campo realizada antes das gravações, visitei vários estabelecimentos da Feira, fazendo a experiência de entrar na barraca e aguardar pela abordagem do comerciante, o que muitas vezes não aconteceu, especialmente naquelas maiores, de venda de roupas, calçados e artesanato, localizadas nas avenidas principais.

Parei em uma das barracas perto da entrada, na Avenida Rio Grande do Norte, que vende roupas. Queria um short claro para o Réveillon. Como vi um branco em um manequim na entrada da loja, perguntei à vendedora se tinha. Não lembro se ela já estava na porta da loja quando cheguei ou se veio depois que eu comecei a ver os shorts. Só sei que quando comecei a falar ela estava na porta da loja. A vendedora não me abordou. Eu que comecei a interação, dando boa tarde. Tive a impressão de que a vendedora queria me dispensar logo, porque respondia de forma quase monossilábica, mas insisti (diário de campo, 16/12/2016).

Mas o caso visto entre China e B parece ser de natureza diferente. Nela, a abordagem do comerciante parece indiciar um esforço para transformar um possível passeio, uma possível olhadinha, em uma compra. O comerciante parece esforçar-se em retirar o freguês do fluxo do corredor para levá-lo para a sua Loja, o que justificaria a natureza da abordagem. Ao dizer “Fala, patrão”, o

comerciante não faz uma simples saudação nem produz uma questão em que caberia uma resposta afirmativa ou negativa. O comerciante incita o freguês a dizer o que deseja comprar.

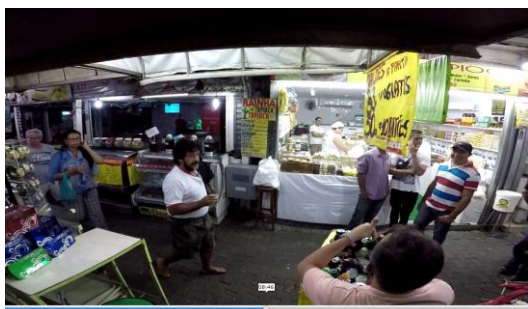
Gravações evidenciaram que comerciantes não endereçam convocações a todos os clientes que passam diante dos seus estabelecimentos. Só as endereçam às pessoas que manifestam indícios de potenciais compradores. É possível observar no vídeo da interação entre China e B que a convocação do comerciante foi incentivada por olhares e gestos prévios de A e B. Foram esses olhares e esses gestos que levaram o comerciante a inferir um possível interesse de B por produtos disponíveis na sua Loja, como se pode verificar na sequência das ações:

- 01 B fala com A e olha para Loja
- 02 B e A olham em direção à lateral da Loja
- 03 B e A olham em direção ao fundo da Loja
- 04 China olha para B e A, que olham em direção ao fundo da Loja
- 05 B olha para lateral da Loja, A olha o fundo, China olha queijos no balcão
- 06 B olha em direção à lateral da Loja e China em direção a B e A
- 07 China olha para os queijos e B e A olham para a Loja
- 08 China olha B e A, A olha fundo da Loja, B olha Loja na direção de China

São, portanto, os olhares e gestos antes da fala do comerciante que parecem tê-lo encorajado a criar condições para o “patrão” dizer o que desejava.

A interação entre China e B não é o único caso do *corpus* de abordagem do comerciante a um freguês em que o comerciante parece encorajar o freguês a avançar para a compra após manifestação de dúvida, embora cada um dos outros casos apresente diferenças significativas. Um exemplo é a interação envolvendo Josine (gravação em 15/04/2017, sábado, Barraca da Josi). Nesta, um grupo de homens para em frente à Barraca da Josi após um deles (D) responder ao cumprimento de José, marido de Josine. D levanta a mão em direção ao estabelecimento, enquanto conversa com os outros. José, que está junto a um recipiente térmico com bebidas vendidas na barraca, observa-o.





**Figura 130 – José cumprimenta D entre 8''46' e 8''48'**

Josine, que está ao seu lado, pede que o comerciante aborde os homens dois segundos após Zé cumprimentar D. Como José (Zé) não o faz, é ela que os aborda.

01 Jo ° ( ) chama aí ó° (10) ° (vai) amor°



**Figura 131 – José observa D em 8''51', logo depois de Josi pedir que ele chame os clientes**

02 Zé ((olha para trás falando com Jo)) ( ) -



**Figura 132 – Josi aborda clientes em 9''02'**

03 Jo -FALAI<sup>177</sup> MENINO TUDO BEM?  
04 D ((sorri e olha para a lateral))



**Figura 133 – D sorrindo em 9''04' após abordagem de Josi**

<sup>177</sup> Junção de “fala aí”.

05 Zé ((fala com Josi))  
 06 D [((anda em direção à barraca))]<sub>1</sub>  
 07 Jo [>aqui ó< ]<sub>1</sub>  
 08 Zé [((olha em direção a D)) ]<sub>2</sub>  
 09 Jo [(>QUÊ NÃO?<) BEBIDA GELA:DA? BEBIDA QUENTE?]<sub>2</sub>  
 10 D ((se aproxima barraca, aponta lateral corredor,  
 11 fala com Zé, volta para outro lado do corredor))



**Figura 134 – D aponta corredor em 9''10', após abordagem de Josi**



**Figura 135 – D fala com Zé de 9''12 a 9''13'**



**Figura 136 – D retorna para o outro lado do corredor em 9''14'**

Após a chegada de outro integrante, o grupo vai embora.



**Figura 137 – D e grupo vão embora em 9''22'**

O comportamento hesitante dos clientes parece ter sido uma das motivações para que a comerciante decidisse fazer a abordagem. E, mais uma vez, assim como aconteceu com China, a convocação “Fala aí, menino” não obtém uma resposta condicionalmente relevante (que seria o menino falar o que desejava), desencadeando, não um gesto, como aconteceu na interação entre China e B, mas um sorriso. Diante da pergunta e da oferta de produtos feita por Josine, D parece produzir uma “explicação” para Zé, entendida dessa forma pelo fato de os comerciantes não fazerem outra abordagem ao grupo (SCHEGLOFF, 1968, p. 1087).

Como é evidenciado, as convocações feitas por comerciantes na Feira também parecem ser formas de lidar com comportamentos de hesitação que parecem ser entendidos como dúvidas em relação a iniciar uma interação naquele estabelecimento, como aconteceu entre D, Josi e Zé e como também parece acontecer na interação entre C e China. Neste último caso, o freguês inicialmente está parado na entrada da Loja, onde permanece por quatro segundos até entrar, o que acontece depois de um balançar de cabeça de China e a convocação “Fala, patrão” (gravação em 20/04/2017, Loja do China). A convocação foi, portanto, neste caso, um incentivo do comerciante bem sucedido para que o freguês avançasse para a compra.



**Figura 138 – Sequência em que freguês aparece na frente da Loja em 6’’49’ e para em 6’’54’, China balança cabeça em 6’’55’ e convoca entre 6’’55’ e 6’’56’**

É importante destacar que, na interação entre D, Josi e Zé, a convocação da comerciante pode também ser vista como uma saudação, pois, logo em seguida, sem deixar espaço para a resposta do cliente, acrescenta “Tudo bem?”. A contextualização dessa interação pode explicar a abordagem da comerciante.

Conforme mostrado na transcrição, antes de se dirigir ao cliente, integrado em um grupo, a comerciante Josine pede ao marido José, que também é comerciante na barraca, para abordar os clientes, apesar de ele já ter acenado para um dos integrantes do grupo logo que este se aproximou da barraca. Mas, como José não faz naquele momento, é ela que os aborda, desse modo manifestando uma competição entre ela e o marido pela convocação dos clientes.

Em conversa em outra ocasião, Josine afirmou que considera importante manter uma boa relação com os clientes, através de mecanismos de afiliação, tais como decorar os nomes, memorizar seus pedidos e deixá-los à vontade para entrar na parte da barraca restrita aos funcionários, sendo este último um comportamento criticado por José (conversa gravada em 20/04/2017, Barraca da Josi). Josine também já criticou José por ele atender mal aos clientes, afirmando que por isso muitos preferem procurar a ela e não a ele (conversa gravada em 21/04/2017, Barraca da Josi).

É, portanto, possível perceber nesses registros das relações comerciais diferentes estratégias concorrentes, que parecem envolver tensão, inclusive entre comerciantes da mesma barraca e entre familiares, como é o caso de Josine e José, esposa e marido. Isso pode explicar porque neste caso foi Josine quem tomou a iniciativa de abordar o cliente e, na ânsia de fazê-lo, produziu uma sequência de convocação-resposta e logo em seguida uma saudação.

A convocação seguida de uma saudação parece mostrar neste caso a perda da força da propriedade de não terminalidade da sequência de convocação-resposta (SCHEGLOFF, 1968). É também o que acontece na sequência em que não é clara uma resposta às perguntas da mesma comerciante Josine feitas a um grupo de três pessoas que passam em frente à barraca, em

que ela diz: “Um balde, meninos? Baldinho de cerveja? Bebida quente?”<sup>178</sup>”  
(gravação em 15/04/2017, Barraca da Josi).

01 Jo [((inclina corpo para frente e olha em direção grupo  
02 enquanto fala)) UM BALDE MENINOS? ((volta corpo para  
03 trás aos poucos enquanto fala e olha para o  
04 grupo))BALDINHO DE CERVE:JA? ] (.)  
05 E [((olha isopor, continua andando))]  
06 ((volta a olhar para frente e balança cabeça  
07 verticalmente))  
08 Jo [BEBIDA QUENTE? ] (.)  
09 E [((olha para frente e continua andando))]  
10 ((balança cabeça verticalmente))  
11 Jo DAQUI A POUCO

Um dos integrantes do grupo (E), sem parar de andar, olha para o recipiente térmico junto da comerciante e depois volta a olhar para a frente balançando a cabeça verticalmente. A comerciante em seguida oferece “bebida quente?”, após o que também é possível ver o movimento de cabeça do cliente. Como há música alta no ambiente e devido ao modo como a cabeça é balançada, o movimento do cliente adquire um caráter ambíguo, que pode ser entendido como uma ambiguidade proposital, uma vez que não é possível saber se se trata de uma resposta à comerciante ou um balançar de cabeça ao ritmo da música. É o momento em que é feito o balançar da cabeça, logo após a fala da comerciante, que oferece indício de que o movimento funcionou como uma resposta sutil à abordagem, uma maneira de responder, sem ter que cumprir a obrigação de dar continuidade à interação devido ao caráter ambíguo do movimento.

A abordagem de Josine é de natureza diferente daquela feita por China ao dizer “fala, patrão”. Ao abordar o grupo, Josine já oferece produtos, enquanto o que China fez pode inclusive ser confundido com uma saudação, pois ele não oferece qualquer mercadoria.

Tanto abordagens de Josine quanto convocações de China explicitam a concorrência entre os estabelecimentos na Feira que vendem os mesmos tipos de produtos, pois mostram que os comerciantes estão empenhados, cada um à sua maneira, em conquistar os clientes. Os trabalhos de Josine e China

<sup>178</sup> Tendo como base as observações em campo, as bebidas quentes se referem geralmente a destilados, como vodka, que são servidas em temperatura ambiente. Ao contrário da cerveja, que é servida gelada.

evidenciam seus esforços em retirar os clientes de “arquivos de fluxo” (*flow-files*) do corredor e transformá-los em seus clientes (WATSON, 2005, p. 202).

Já ao longo da interação de venda, o que será tratado mais adiante, uma das formas que o comerciante China utiliza, identificada nas gravações, é enfatizar a superioridade de seus produtos em relação aos que são vendidos em outras barracas. Na continuação da interação entre C e China, por exemplo, o comerciante afirma que sua manteiga de garrafa não tem mistura, ao contrário da que é vendida em outros estabelecimentos.

As formas de divulgação, seja da Barraca da Josi ou da Loja do China, parecem restritas e por isso não conseguem alcançar um grande número de pessoas, ao contrário de estabelecimentos maiores situados em pontos estratégicos da Feira, que distribuem folders nas entradas e nos corredores principais, além de alguns terem seus próprios *websites* e anúncios no *website* da Feira, entre outros recursos. Conforme mencionado no Capítulo 6, as formas de divulgação da Loja do China restringem-se ao letreiro na entrada da Loja e ao cartão de visitas que o comerciante entrega aos cliente. A Barraca da Josi conta também com letreiro, além de uma página no *Facebook*, que não é atualizada com frequência, e um grupo no *WhatsApp*.

Além de utilizarem formas de divulgação mais restritas se comparadas a outras barracas da Feira, os estabelecimentos de Josine e de China estão localizados em um corredor lateral mais estreito, quase em frente uma da outra, onde há menos movimento de pessoas do que nas avenidas principais. A abordagem face a face parece ser o principal recurso de promoção destes estabelecimentos para as pessoas que estão na Feira.

Nessa abordagem face a face, no esforço de ter acesso aos entendimentos dos comerciantes, a escolha dos termos usados para fazer a abordagem aos clientes também merece atenção. Na interação entre China e B, o termo “patrão”, que funciona como um endereçamento da convocação na ausência do nome do interagente, evidencia uma categorização do freguês que induz uma forma particular de relação.

Schegloff (1968) destaca que há várias maneiras de as pessoas iniciarem uma conversa. No exemplo “Fala, patrão!”, o comerciante usa como categorização uma relação profissional para se referir a um homem que passa em frente à sua Loja olhando para os produtos (SACKS, 1972). Ao fazer isso,

o comerciante categoriza a pessoa que é uma potencial compradora no quadro de um tipo de relação com aquela pessoa, a de patrão e funcionário, e, ao fazer isso, considerando a regra de consistência, se autocategoriza como funcionário (SACKS, 1992). Também aciona a diferenciação hierárquica característica dessa relação e atividades ligadas a essas categorias. China manifesta dessa forma disponibilidade para trabalhar para aquela pessoa, para atender à sua ordem, análoga à de um empregado para com o patrão.

É interessante observar que China não é o dono, mas o responsável pela Loja, conforme explicado nos capítulos anteriores. O comerciante tem um ajudante em alguns momentos, de quem de fato é o patrão nessas ocasiões. O patrão é por isso o comerciante, mas, na interação com o freguês, coloca-se no papel de seu empregado. Sobre esse ponto, é importante lembrar que a seleção para a identificação de pessoas envolve conhecimento do senso comum organizado por referência às coleções de categorias de membros (SCHEGLOFF, 1972). Tendo em conta a maneira como se identifica e a responsabilidade de desenvolver o negócio, o termo “patrão” como categoria identificadora do freguês evidencia uma estratégia particularmente relevante.

Ao usar esse termo, o comerciante parece contar com um conhecimento de senso comum associado à relação profissional entre patrão e empregado para colocar o freguês em posição confortável e desse modo estimulá-lo a comprar em seu estabelecimento. O termo faz, portanto, um elogio, se beneficiando de um entendimento dos membros da sociedade em questão de que ser patrão é positivo, valoriza o indivíduo. Essa valorização não é feita de qualquer maneira. É feita com o uso de um termo que carrega uma conotação positiva na sociedade, mas que também é condizente com a característica de descontração presente em muitas das interações observadas na Feira de São Cristóvão. Dessa forma, o termo “patrão” valoriza e ao mesmo tempo abre caminho para uma interação em que o freguês é convidado a ficar à vontade para formular o seu pedido.

É importante destacar que a escolha, não apenas dos termos, mas das maneiras de abordagem dos comerciantes aos clientes é feita em décimos de segundo, o tempo que o comerciante tem para decidir o que e para quem dizer. Na interação entre China e C, por exemplo, a convocação se dá dois segundos depois de gravado o primeiro olhar do comerciante para o freguês. Nela, em



particular, é possível perceber o decifrar “em um relance” no curtíssimo espaço de tempo em que o comerciante faz a abordagem ao freguês, fenômeno de que também trata Sudnow (1972, p. 259).

O curto intervalo entre o registro de uma possível manifestação de interesse por parte do freguês e a convocação feita pelo comerciante nas interações mencionadas é melhor compreendido se visto em resumo:

<b>Tempo entre registro<sup>179</sup> de manifestação de interesse de interagente e convocação</b>	<b>Identificação da interação</b>
15 segundos	Interação D- Josi- Zé: homens conversam em frente à barraca e comerciante diz “Fala aí, menino? Tudo bem?”.
8 segundos	Interação B-Ch: mulher e homem passam pelo corredor e comerciante diz “Fala, patrão!”.
2 segundos	Interação C-Ch: homem para na entrada da Loja e comerciante diz “Fala, patrão!”.

As convocações analisadas remetem ainda à importância da maneira como são endereçadas para a obtenção de resposta. Se a relevância condicional da convocação pode levar o cliente a reagir ao comerciante mesmo não tendo interesse em comprar, nos casos não de convocações, mas de perguntas não endereçadas a uma pessoa específica, a ausência de reação indica que não prevaleceu o constrangimento inerente à obrigação de produzir uma resposta. Foi o caso em que o comerciante José produz duas abordagens no formato de sequências de pergunta – resposta (gravação em 15/04/2017, Barraca da Josi).

Duas mulheres andam pelo corredor e, ao se aproximarem da Barraca, uma delas (G), que está um pouco mais à frente da outra, aponta para os produtos em um recipiente térmico na entrada da Barraca, perto de José e oferecidos pelo comerciante. Em seguida, G aponta para a placa que indicava o valor dos produtos, pendurada acima do recipiente térmico, enquanto José balança a cabeça verticalmente. G faz uma espécie de semiparada por 0,2 segundo em frente à Barraca, mas, como as mulheres andavam muito próximas e a outra mulher (H) resiste ao movimento de parar, as duas voltam a andar. H apenas olha para a placa e para o comerciante, que, por sua vez também olha

<sup>179</sup> O tempo diz respeito ao que é registrado pela câmera, não sendo por isso possível comprovar se houve manifestação de interesse previamente.



para as mulheres. É quando G para brevemente que José diz “Latão gelado, água, ice”. As mulheres não respondem e continuam andando e falando entre si, com G andando mais à frente. Só quando as duas já estavam um pouco mais afastadas do comerciante, mas aparentemente ainda falando sobre produtos oferecidos na Barraca, José diz “Quer levar alguma coisa?”. Já tendo passado da direção dele, as mulheres não respondem e seguem andando pelo corredor.

01 G [((aponta isopor, [aponta placa semiparando 0,2))]<sub>12</sub>  
 02 H [((olha em direção ao isopor e depois à placa)) ]<sub>1</sub>  
 03 Zé [((olha para G e H e balança  
 04 cabeça vertical)) LATÃO GELADO ÁGUA ICE ((olha para  
 05 corredor de onde vieram G e H)) ]<sub>2</sub>  
 06 G [((abaixa a mão] [e continua a andar)) ]<sub>3</sub>  
 07 H [((olha placa ],[olha isopor, fala algo e continua  
 08 andando)) ]<sub>3</sub>  
 09 Zé [((olha para G e H falando)) (ÁGUA) [CERVEJA]<sub>34</sub>  
 10 H [ (A ]<sub>4</sub> VAMO  
 11 VÊ  
 12 G ((andando, vira cabeça em direção a H e Zé))  
 13 Zé ((balança cabeça verticalmente olhando G e H))  
 14 >quer leva:r(.)< >alguma coisa?< ((olha para a  
 15 lateral aposta a G e H))  
 16 G e H ((continuam andando))



**Figura 139 – G aponta isopor em 4’’26’ e depois a placa em 4’’27’, da esquerda para a direita**



**Figura 140 – José diz “Latão gelado, água, ice” entre 4’’28 e 4’’29’**



**Figura 141 – G e H continuam andando e José diz “(água), cerveja” em 4’30’; em 4’33’, G olha em direção a H e José sem parar de andar**

É interessante destacar que as sequências entre José, G e H e entre Josine e E têm em comum o fato de a pergunta não ter sido feita apenas a uma pessoa, como aconteceu nas demais interações analisadas. Na sequência envolvendo José havia duas mulheres e na sequência com Josine, três homens. Josine usou o termo “rapazes” para se referir, não a uma pessoa, mas a três homens, não criando, por isso, em nenhum deles em particular o constrangimento inerente à obrigação de responder. Diferente do que fez China, que, mesmo diante de duas pessoas, fez a convocação se dirigindo a uma delas especificamente, seja na interação com A ou na interação com F.

Além de considerar a natureza descontraída da Feira, que pode contribuir para uma ausência de resposta sem grandes constrangimentos, esse fenômeno mostra que comunicações endereçadas a pessoas particulares podem ser mais eficazes do que comunicações direcionadas a grupos, conhecimento já amplamente dominado pelas áreas de Comunicação e Marketing e que China parece utilizar tendo aprendido em seu cotidiano de trabalho, visto que não frequentou cursos técnicos ou universitários.

Outro aspecto interessante dessas sequências é a função exercida pela identificação visual. Assim como estudou Watson (2016) em relação às inscrições em ônibus, que suscitavam diversas ações das pessoas que estavam no ponto, é possível observar que as duas mulheres guiaram suas ações pela sinalização, não tendo feito qualquer pergunta ao comerciante para decidirem continuar andando e não parar para comprar na Barraca.

A observação das formas de convocação usadas por comerciantes na Feira de São Cristóvão evidencia percepções que eles têm de potenciais clientes, adequando as suas intervenções ao que eles consideram ser mais apropriado para a relação que estabelecem com determinada pessoa naquele local e naquele momento. Evidenciam, sobretudo, modos de proceder apropriados à própria configuração do ambiente em que estão inseridos. As situações analisadas confirmam também a importância da observação dos saberes práticos nas interações da vida cotidiana, já destacada por Garfinkel (1967).

\*\*\*

Nem todas as abordagens são feitas por China quando o freguês ainda está no corredor. Em vários momentos, as pessoas entram na Loja e olham produtos, sendo apenas depois abordadas pelo comerciante quando elas mesmas não se dirigem a ele. Um exemplo é uma interação entre China e dois homens (N e O) que entraram na Loja e manifestaram interesse por manteiga de garrafa e que será tratada novamente mais adiante (gravação em 16/05/2018, quarta-feira, Loja do China). Neste ponto, interessa mostrar como China faz a abordagem ao perceber a saída dos fregueses sem comprar nada.

Não é possível ouvir a conversa entre os dois homens devido ao seu posicionamento na Barraca, distante e na maioria das vezes de costas em relação ao local em que estava a câmera, e também devido ao barulho da conversa entre China e duas pessoas que estavam no balcão (L e M) e ao ruído da TV. No entanto, as imagens permitem compreender que N e O olham manteigas de garrafa e mexem em algumas unidades do produto.

China atende a um homem (L) e fala com uma mulher (M1), ambos comerciantes na Feira, quando dois homens aparecem andando pela rua em frente ao estabelecimento. N está um pouco à frente. Os dois olham para a Loja. Já na altura do meio da entrada da Loja, decidem entrar no estabelecimento. Aparentemente uma iniciativa de O, pois ele olha em direção a N antes de os dois entrarem e é ele quem primeiro entra na Loja.



**Figura 142 – Sequência em que N e O se aproximam da Loja em 16''16', olham em 16''17' e entram em 16''18'**

Os dois homens olham manteigas de garrafa. Primeiro O mexe em uma das garrafas, depois N. Enquanto isso, China continua atendendo a L e falando com M1. N mexe ainda em outras garrafas enquanto O manipula o celular.



**Figura 143 – Sequência entre 16''26' e 16''46' em que N e O mexem nas manteigas, enquanto China atende homem e fala com mulher**

Os homens permanecem 35 segundos dentro do estabelecimento, de 16''20, quando O entra, seguido de N, a 16''55', quando O para de mexer nas garrafas, se vira e começar a andar em direção à saída. Nesse momento, China, que tinha acabado de somar e informar a L o valor das compras, diz “fala, meu patrão”, enquanto L pega o dinheiro na carteira. O olha para China e diz que volta depois. O comerciante pergunta se era a manteiga que O queria. Tendo recebido resposta afirmativa, China diz que é “100% manteiga” e continua falando sobre esse assunto, enquanto N e O já andam pela rua.

- 01 Ch dá: qui:nze vinte e cinco °>vinte e cinco<° trinta  
 02 e dois >quarenta e dois<- >FALA MEU PATRÃO<  
 03 O depois eu volto pra [( )] ((fala olhando  
 04 para China, apontando polegar para trás e andando  
 05 para saída))  
 06 Ch [a: mant- ]é o que? a  
 07 manteiga?-  
 08 O -a manteiga ((fala saindo da Loja))((anda pelo  
 09 corredor olhando para frente))  
 10 Ch é-[é cem por cento manteiga] [não tem mistura  
 tá<sup>180</sup>?]  
 11 O [((olha para China)) ] [ ((balança cabeça  
 12 vertical olhando para frente e andando)) ]  
 13 N tá ((fala olhando para China e depois olha para

<sup>180</sup> Tá = está



- 14                frente e anda pelo corredor))  
 15    Ch        ((fala dando um passo para trás no sentido de N e  
 16                O)) tem muita manteiga na feira que é misturada mas  
 17                aí não ((olha para corredor no sentido oposto a N e  
 18                O e depois pega sacola pendurada no balcão))



**Figura 144 – Sequência em que N e O estão na Loja e depois saem enquanto China fala**

A conversa entre N e O se dá em 11 segundos, tempo entre a convocação “fala, patrão” e a saída dos homens da frente da Loja, andando pela rua. Nesse espaço de tempo, China se empenha em oferecer elementos para que N e O se decidam pela compra, visto que os dois permaneceram 35 segundos na Loja olhando produtos e estavam saindo sem nada comprar.

China faz a abordagem aos fregueses por meio da convocação “fala, patrão”. Assim como B, os homens também não estavam em condição de responder a convocação de modo condicionalmente relevante, ou seja, formulando seu pedido ao comerciante. No entanto, diferente de B, O produz uma justificativa para esse fato, afirmando que volta depois, o que de fato acontece, como mostrarei a seguir. Naquele momento, porém, China não tem condições de saber se de fato N e O voltariam. A reação de China mostra que o comerciante entende a reação à convocação como uma possível justificativa para não comprar. Isso porque, após desenvolver uma formulação perguntando se o interesse era pela manteiga (GARFINKEL; SACKS, 1970), tendo assim, diante da resposta afirmativa, estabelecido o entendimento comum sobre o produto desejado, China passa a oferecer uma avaliação da mercadoria para incentivar a compra (POMERANTZ, 1984).

A opção escolhida por China foi enfatizar a qualidade da manteiga, fazendo menção ao fato de a mesma se diferenciar de outros produtos similares por não ter mistura. A resposta de O sobre o produto desejado, praticamente sobreposta ao turno de China, e o andar pela rua enquanto o comerciante fala evidenciam sua indisponibilidade para continuar a conversa naquele momento. Apesar de empregar uma pergunta apêndice ao final de sua fala sobre a

manteiga de garrafa (tá?), criando assim um lugar relevante para a transição de falante e, dessa forma, abrindo espaço para que N e O falassem mais, nenhum deles o faz, tendo N se limitado a responder a pergunta brevemente (tá) (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974). Seguindo as regras de troca de turnos, é China quem continua falando. O comerciante escolhe destacar, quando N e O já vão pela rua, que em outros lugares da Feira há manteiga misturada, não sendo esse o caso da sua.

Mais uma vez, é interessante perceber a força do constrangimento interacional provocado por uma sequência de convocação. Apesar de se apresentarem de formas diferentes, assim como aconteceu com B, O também produz uma reação mesmo demonstrando não desejar continuar a interação com China naquele momento. Da mesma forma que na ocasião com B, a proximidade física em relação a China, já que N e O passariam em frente ao comerciante ao sair da Loja, pode ter contribuído para essa reação, assim como a abordagem direta ao fregueses, pelo uso de “meu patrão”, apesar de se tratar de dois homens. Mas, no caso dos dois fregueses interessados na manteiga, outro fator parece ter contribuído em grande medida: o retorno ao estabelecimento 32 segundos depois para efetuar a compra, o que será tratado mais adiante.

Outro aspecto interessante nessa abordagem aos fregueses diz respeito à avaliação que China faz do produto envolver uma crítica a produtos similares vendidos em outros estabelecimentos da Feira. Assim, ao mesmo tempo em que qualifica seu produto, China avisa ao freguês que ele corre o risco de comprar manteiga misturada na Feira<sup>181</sup>. Dessa forma, a conversa evidencia a competição que China estabelece com outros comerciantes do local que vendem produtos similares aos seus (PARK, BURGESS, 2014). A reação dos fregueses, que não envolve surpresa, informa que o risco de comprar manteiga misturada não era uma novidade.

Outro tipo de reação à convocação “fala, patrão” feita por China chamou a atenção no *corpus* devido ao fato de ser China quem não segue o caminho

<sup>181</sup> China me explicou que a manteiga de garrafa é feita do processo de desnatar o leite para fazer o queijo e que o litro custa R\$ 15 (cerca de € 3). Alguns comerciantes na Feira de São Cristóvão, para reduzir esse custo e assim vender o produto mais barato, tendo um lucro maior, fazem uma mistura contendo margarina Pastella (“mais barata de todas”) óleo e corante (conversa gravada em 12/09/2018, Barraca do China).

condicionalmente relevante. Acompanhado por uma mulher, um homem (P) entra na Loja do China (gravação em 10/12/2016, Loja do China). O comerciante não aparece na gravação neste momento e diz em tom mais alto “fala, patrão”, indícios de que não estava no espaço visível pelos fregueses no momento em que P entrou.

```

01  P      [((entra na Loja] seguido de Q))
02  Ch     [FALA PATRÃO      ]
03  P      ((parando no balcão e olhando em direção aos
04          queijos)) me arruma um pedaço daquele queijo: (.)
05          ((para no balcão, olha para frente e de novo em
06          direção aos queijos))
07  Ch     ((chegando na parte da frente do balcão)) tudo bem?
08  P      tudo bem (.) o mais salgado
          (...)

```

Nesta interação, é possível identificar que P imediatamente responde a convocação feita pelo comerciante informando o que desejava (me arruma um pedaço daquele queijo). No entanto, em lugar de produzir um turno condicionalmente relevante para completar a sequência, que seria algo relacionado ao queijo solicitado, China produz uma nova Primeira Parte de Par com uma nova saudação (tudo bem?). Assim, inicia outra sequência, não relacionada ao pedido de P. Por sua vez, é P quem retoma o tópico sobre o produto desejado, especificando como queria o queijo para que o comerciante tivesse condições de atendê-lo (o mais salgado), mesmo China não tendo feito qualquer pergunta nesse sentido.

Devido ao observado em outras gravações, a reação de China parece ter relação com uma resposta incomum do freguês à convocação. Em geral, as pessoas fazem perguntas sobre os produtos antes de solicitá-los para a compra, como mostrado na interação envolvendo C, em que, após a convocação “fala, patrão”, o freguês faz perguntas sobre a manteiga antes de se decidir pela compra (gravação em 20/04/2017, Loja do China). Não foi o caso de P, que já tinha definido o produto desejado. Assim, a interação envolvendo P evidencia que na Loja do China o mais comum parece ser que as sequências de convocação incluam expansões e, portanto, mais conversa entre freguês e comerciante.

Esse exemplo pode ser um indício de que, por mais que faça uso recorrente de sequências de convocação para abordar potenciais fregueses, a

objetividade que esse tipo de sequência pode envolver pode não ser um caminho seguido pelo comerciante na continuação da interação. As gravações mostram que China em geral investe em mais conversa, especialmente quando o freguês já está dentro do estabelecimento, como é o caso de P. O incentivo de China para a ocorrência de mais conversa também será tratado mais adiante no tópico sobre atendimento aos fregueses.

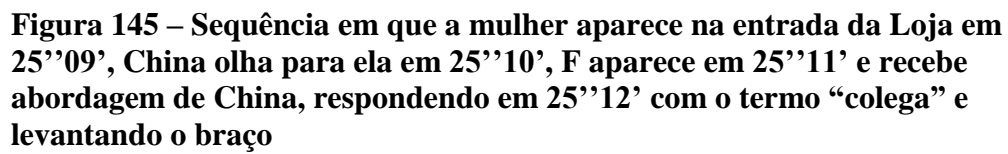
\*\*\*

Outro caso de abordagem do comerciante a um freguês no *corpus*, que também envolve a convocação “fala, patrão” foi o registrado entre China e F. Neste, a abordagem do comerciante é feita quando o freguês ainda está fora do estabelecimento, mas já manifesta intenção de entrar. A situação é especialmente interessante por envolver uma categorização de China pelo freguês.

Não são muitos os casos de categorizações feitas pelos fregueses ao comerciante. Entre eles, há aqueles observados em situações em que fregueses demandam mais de China do que a compra de mercadorias. Nesses casos, é comum o uso de termos como “colega” e “amigo”, categorias que envolvem relações mais horizontalizadas. É um exemplo desse caso a interação entre China e F, em que o comerciante aborda o freguês usando o termo “patrão” e tem como resposta a categorização de “colega” (gravação em 10/12/2016, Loja do China).

Uma mulher aproxima-se da Loja andando depressa e é seguida por F. Esse movimento é percebido por China, que, mesmo estando envolvido no atendimento a outros dois fregueses, diz “Fala, patrão” dois segundos depois de a mulher aparecer na filmagem em frente à Loja. Sua abordagem é direcionada a F, que aparece na entrada da Loja nesse momento. China tem como resposta de F “Fala aí, colega. Tudo bom?” e em seguida a entrada de ambos no estabelecimento, além de mais uma mulher. O grupo se posiciona inicialmente perto do balcão. Depois F e uma das mulheres vão mais para o fundo da Loja, enquanto a outra permanece perto do balcão intercalando o olhar para produtos e para China atendendo aos fregueses que já estavam no estabelecimento. É esta mulher que evidencia a pressa do grupo ao perguntar o horário a F em tom relativamente alto de voz. Durante a resposta de F, China se dirige ao grupo com um “oi”, mostrando que tinha ouvido sobre sua necessidade.





**Figura 147 – Mulher pergunta a F  
“que horas tem aí” em 25’’36’**



**Figura 148 – F informa o horário, “três e meia”, em 25’’39’**



**Figura 149 – F afirma ter “meia hora” em 25’’40’, China olha e fala “oi” com o grupo**

06 F tem meia hora  
07 Ch ((olha para F)) O:I:



**Figura 150 – Sequência em que F levanta polegar, olha para lateral e para baixo enquanto informa que tem meia hora para “levantar voo”**

08 F ((>levanta polegar< e olha para China)) tem ((olha  
09 lateral)) meia hora pra gen:te: ((olha para baixo))  
10 Ch -HEIM?  
11 F levantar o voo  
12 Ch É? ((olha para balcão)) já vou atender o senhor  
13 ((pega sacola))  
14 F porque tem hora pro carro sair dali tá? ((levanta  
15 polegar e balança cabeça vertical))  
16 Ch °ãhã tá ( )° MAIS O QUE:?? ((coloca produtos em  
17 sacola, olha em direção ao relógio, pega goma da  
18 mão do freguês e coloca na sacola)) mais o  
19 que:??((coloca sacola em cima do balcão e anda em  
20 direção a F)) pode ir falando (...)

Ao longo da interação, é possível perceber que F tinha pressa de ser atendido porque tinha horário definido para ir embora. Essa necessidade de F gerava certo constrangimento não apenas por exigir que o comerciante fosse

rápido no atendimento ao grupo, mas também pelo fato de que China atendia a outros dois fregueses no momento em que F chegou.

O movimento corporal de F ao dizer que tinha meia hora para ir embora, desviando o olhar (olha para lateral e para baixo) enquanto falava com China, como mostrado na figura, pode ser entendido como demonstração de uma posição desconfortável para ele em relação ao comerciante. A produção de uma explicação sobre o motivo de terem meia hora também é outro indício desse desconforto (porque tem hora pro carro sair dali tá?) (SCHEGLOFF, 1968). Essa situação desconfortável de solicitar algo mais do comerciante provocada pelo grupo que F integrava, que precisava não apenas ser atendido, mas ser atendido rápido, parece ter relação com o uso da categoria “colega” para se referir ao comerciante. Esse entendimento pode ser melhor compreendido por meio de outro registro de caso semelhante: a interação entre E1 e China (gravação em 20/05/2018, domingo, Loja do China).

E1 se refere a China usando os termos “colega” e “amigo” e, ao longo da interação, faz questão de dizer que só faz suas compras naquele estabelecimento, acrescentando que era o primeiro lugar que estava indo na Feira naquele dia, antes mesmo de ir ao banheiro, apesar de estar com vontade. Ao longo da interação, mais do que solicitar bons produtos para comprar, E1 pede que o comerciante guarde sua bolsa na Loja até que ela vá embora, pois passará o dia na Feira.

Logo nos primeiros momentos de sua permanência na Loja, E1 evidencia um reforço de uma relação de maior proximidade com o comerciante ao perguntar por ele a Marquinho (Mq) dizendo “meu colega” e ao dizer para uma das pessoas do grupo que ela compunha que era ali que ela levava sua bolsa e fazia suas compras:

- |    |    |   |
|----|----|---|
| 01 | E1 | cadê meu colega?  |
| 02 | Mq | tá na cozinha   |
| 03 | E1 | OI MEU COLE:GA APARECI MEU COLEGA                         |
| 04 | Ch | o:↑i  |
| 05 | E1 | VENHA CÁ HOMI   |
| 06 | Mq | tá fazendo cufé <sup>182</sup>                            |
| 07 | E1 | o-éé? O:PA >VOU TOMAR< UM(.)CAFEZINHO é aqui que eu       |
| 08 |    | trago minha bolsa e é aqui que eu <u>compro</u> as coisas |
| 09 |    | TÁ?   |



**Figura 151 – Momento em que E1 diz que é na Loja do China que ela leva sua bolsa e compra suas coisas**

Essa é uma situação que guarda semelhanças e diferenças com aquelas em que é o comerciante quem categoriza o freguês como patrão. Em ambos os casos, é a regra de consistência que nos faz compreender os entendimentos que o uso dos termos implica devido às “atividades ligadas à categoria” (SACKS, 1992). No entanto, sendo utilizadas categorias diferentes, as atividades ligadas a elas também diferem.

Diferente do que envolve uma relação entre patrão e empregado, o uso de termos como “colega” não apenas remetem a relações mais horizontalizadas, como visto na interação entre China e F, mas também podem se referir a uma relação de maior proximidade entre os participantes, diferente da relação entre freguesa e comerciante, envolvendo assim a reivindicação de privilégios que colegas e amigos têm (SACKS, 1992).

Essa reivindicação por E1 é reforçada por sua afirmação de que irá tomar um cafezinho, semelhante ao que se faz na casa de amigos e parentes, visto que, conforme já explicado, na Loja do China não se paga pelo café. Ao longo da interação, é possível perceber que E1 tem conhecimento disso.

É interessante notar que E1 explica antes de começar a realizar as compras que é ali na Loja do China que ela leva sua bolsa e compra suas coisas. Junto com a relação de proximidade, o fato de comprar mercadorias no estabelecimento parece constituir outra justificativa para uma reivindicação de privilégio que extrapola a relação freguesa-comerciante: ter sua bolsa guardada no estabelecimento enquanto está andando pela Feira.

Se neste tópico, procurei apresentar especialmente abordagens de comerciantes a clientes, mostrando o trabalho interacional envolvido nesses momentos, é importante destacar que nem todas as interações entre China e os fregueses começam a partir de uma abordagem do comerciante, como será mostrado a seguir no tópico sobre atendimento.

<sup>182</sup> Cufé neste caso é um modo lúdico de falar café.

## 7.2

### Atendendo fregueses

Diversos recursos são usados por China no atendimento a fregueses que vão ao seu estabelecimento, ajustados de acordo com o que o comerciante entende ser o mais eficaz para a concretização ou o incremento da venda. Uma prática muito comum de China é a oferta gratuita de um pedaço de queijo para ser experimentado antes da compra, a prova ou “provinha”, como China costuma dizer.

Frequentemente, quando o freguês vai comprar queijo, antes de perguntar a quantidade desejada, o comerciante corta um pequeno pedaço, espeta na ponta da faca e o oferece ao freguês. Uma vez em que estive na Loja comprando queijo com uma amiga, China fez esse movimento de oferecer a prova do queijo na ponta da faca. Como eu não esperava, demorei alguns milésimos de segundo para entender o que deveria fazer. Mas, em geral, os fregueses reconhecem essa oferta como uma prática comum. É o que mostra a gravação envolvendo um homem (P) e uma mulher (Q), já mencionada anteriormente (gravação em 10/12/2016, Loja do China). Na continuação da interação, P fala sobre essa oferta da provinha, afirmando que ali eles tinham “mania” de dar uma prova.

01 P [((entra na Loja] seguido de Q))  
 02 Ch [FALA PATRÃO ]  
 03 P ((parando no balcão e olhando em direção aos  
 04 queijos)) me arruma um pedaço daquele queijo: (.)  
 05 ((para no balcão, olha para frente e de novo em  
 06 direção aos queijos))  
 07 Ch ((chegando na parte da frente do balcão))tudo bem?  
 08 P tudo bem (.) o mais salgado  
 09 Ch mais salgado ((bate em queijo sobre o *freezer*,  
 10 pega uma peça, coloca em cima do balcão e [começa a  
 11 cortar]))  
 12 P [°pouca  
 13 coisa°]  
 14 Ch ((oferece pedaço de queijo a P espetado na faca))  
 15 P ((pegando queijo, virando para Q mostrando o queijo  
 16 e rindo)) [eles têm mania de dar uma prova pra  
 17 gente ]<sub>1</sub> ((olha mão  
 18 China))  
 19 [((come o queijo)) ]<sub>2</sub>  
 20 Q [((sorri olhando para P))]<sub>1</sub>  
 21 Ch [mas tem que dar né? ((cortando queijo))]<sub>2</sub>  
 22 Q [°(quero não)° ]<sub>2</sub>

23 Ch °qué<sup>183</sup> não?° >° ((balançando cabeça horizontal))°<  
 24 Q ((balança cabeça horizontal))  
 25 Ch pra saber que tá ((indica posição de corte na peça  
 26 do queijo e olha para P))  
 27 P °tá bom tá bom°  
 28 Ch ((corta queijo))  
 29 P °(salga↑:do)° ((fala olhando para Q))  
 30 Q ((sorri) [tá? ]  
 31 Ch [ >salgadinho<?]  
 32 P ((balança cabeça vertical))  
 33 Ch tá bom?  
 34 P ((balança cabeça vertical)) tá bom  
 (...)



**Figura 152 – China oferece prova de queijo a freguês**

Essa interação é especialmente interessante devido à formulação que freguês e comerciante fazem a respeito da oferta da prova (GARFINKEL; SACKS, 1970). P afirma que aquela é uma prática naquele ambiente (eles têm mania de dar uma prova pra gente). China, apesar de não concluir o turno (pra saber que tá) evidencia que o motivo da oferta da prova é oferecer ao freguês condições de fazer uma avaliação do produto antes de comprar (POMERANTZ, 1984). O interesse pela expressão dessa avaliação é evidenciado quando o comerciante pergunta sobre o produto provado (tá bom?). Portanto, é possível afirmar que o trabalho interacional de venda do queijo por China inclui essa avaliação pelo freguês.

Ao fazer isso, China conta com o caráter de uma avaliação de não apenas ser constituída em uma interação, mas também de constituí-la. É possível perceber que ao ouvir o freguês afirmar que o queijo estava salgado, China usa o adjetivo no diminutivo (salgadinho), em um esforço de enfatizar a característica daquele produto como positiva. Ao oferecer um pedaço, ouvir a avaliação do produto e incentivar que a avaliação do mesmo seja positiva, a

<sup>183</sup> Qué = quer



prova do queijo contribui também para a existência de mais conversa entre freguês e comerciante e para o estabelecimento de uma interação em que a cordialidade ganha evidência. Esse ‘falar mais’ parece ser um modo de proceder bastante usado por China nas interações com os fregueses. Mas a interação entre P e China é especialmente relevante em relação à existência de mais conversa devido à aparente indisponibilidade de P para isso.

Conforme mostrado no tópico anterior, P inicia sua interação com China respondendo a convocação do comerciante já informando o que desejava. É China quem quebra esse caminho condicionalmente relevante da convocação ao produzir uma nova primeira parte de par do tipo saudação, em lugar de produzir uma referente ao atendimento ao freguês. Apesar de responder ao cumprimento, P logo em seguida retoma a sequência da convocação informando como queria o queijo, sem que China tivesse perguntado. Ao oferecer a prova do queijo sem que o freguês tivesse solicitado, China proporciona ocasião para mais conversa. Dessa vez, a conversa parece ter relação com a quantidade de queijo a ser comprada pelo freguês.

Isso porque, as gravações evidenciam que a entrega da prova geralmente é feita antes que o freguês decida a quantidade que comprará. Não foi registrado nenhum caso em que, interessado em comprar o produto, após provar, o freguês desistiu de adquirir o queijo. Portanto, esse momento de oferecimento do queijo parece ter relação com a decisão do freguês a respeito da quantidade a ser adquirida, não com a decisão de comprar ou não essa mercadoria, que foi tomada previamente. Isso porque, em geral, o comerciante costuma oferecer a provinha somente aos fregueses que demonstram interesse em comprar queijo. A posição da pergunta sobre a quantidade, expressa pela posição da faca na peça do queijo (indica posição de corte na peça do queijo e olha para P), logo depois da oferta da prova, ratifica esse entendimento da provinha como um incentivo para que o freguês compre mais. Essa mesma localização do turno de pergunta sobre a quantidade foi identificada em outras gravações.

A quantidade a ser comprada habitualmente é sugerida pelo comerciante com a posição da faca na peça de queijo, indicando onde ele cortaria. O olhar do comerciante para o freguês neste momento funciona como a Primeira Parte de um Par Adjacente do tipo pergunta-resposta, em que a pergunta é a

checagem da concordância pelo freguês de que o comerciante pode cortar o queijo naquele ponto (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 1974). O freguês pode pedir maior, concordar, como fez P ao produzir como Segunda Parte do Par “tá bom tá bom”, ou pedir uma quantidade menor, como fez a freguesa (R) (gravação em 30/04/2017, domingo, Loja do China).

É interessante observar que em vários casos em que a pessoa quer uma quantidade menor do que a sugerida pelo comerciante ela produz uma explicação para justificar sua discordância, o que não costuma acontecer quando o freguês aceita a quantidade recomendada ou solicita uma quantidade maior. A freguesa (R), por exemplo, recusa a quantidade de queijo sugerida pelo comerciante, solicitando menos do que ele havia apontado, e logo depois explica sua opção, afirmando que somente ela come o alimento.

R havia solicitado um pedaço do queijo. China então colocou um pedaço na balança.

```
(...)
```

31 <sup>184</sup>	R	((olhando queijo balança e apontando na peça)) ( )
32		não um pedaço (.) só
33	Ch	((coloca queijo no balcão)) [PODE SER A METADE?]
34	R	[é só eu q- ] >não
35		menos< ~é só eu que como~
36	Ch	=ó ((indicando tamanho do pedaço que cortaria))
37	R	é tá bom ((°olhando queijo e balançando cabeça
38		vertical°))
39	Ch	((corta queijo))
		(...)

A transcrição mostra que R, ao discordar da quantidade sugerida por China, seguindo assim um caminho não preferido na interação, produz duas vezes uma explicação sobre o motivo de não comprar mais queijo: logo depois de recusar o tamanho do queijo que o comerciante colocou na balança (é só eu q) e depois ao recusar a metade daquele tamanho oferecida por China (é só eu que como) (POMERANTZ, 1984). R só aceita a terceira sugestão feita pelo comerciante (é, tá bom).

Assim, comerciante e freguesa negociam a quantidade de queijo a ser comprada. Essa negociação é de um tipo específico, pois envolve uma avaliação diretamente contrastante com a sugestão de China (POMERANTZ,

<sup>184</sup> A numeração começa em 31 para indicar que se refere ao mesmo excerto usado em outras partes deste capítulo.



1984). Por duas vezes, R diz “não”, mostrando uma forte discordância em relação à quantidade sugerida pelo comerciante (não, um pedaço só; não, menos), o que ela minimiza ao produzir especialmente a segunda explicação e usar nesta uma forma de falar mais suave, próxima a uma entoação cantada, conforme marcado na transcrição (~). É interessante observar, assim, o desconforto produzido pela recusa a levar a quantidade sugerida pelo comerciante, comprando menos, e o trabalho interacional empreendido na minimização desse desconforto entre os interagentes. Essa avaliação contrastante de R em relação ao que havia sugerido parece desencorajar China a insistir que ela compre além do desejado, diferente do que acontece entre o comerciante e Y (gravação em 30/04/2017, Loja do China).

Acompanhada de um homem, uma mulher e uma criança, Y para no balcão e solicita a China 1 Kg de queijo coalho, enquanto V e X também aguardam no balcão para falar com o comerciante. China vai até o *freezer* da parte frontal da Loja e pega um pedaço já cortado que afirma ser um pouco maior do que a quantidade solicitada pela freguesa.

(...)

01 Ch SE FO↑SSE ESSE PEDAÇO IA PASSAR DE UM QUILO UM  
 02 POUQUINHO não quer levar ele não? ((pesa o queijo na  
 03 balança))  
 04 Y [é muita co:isa mo:ço]  
 05 Ch [um quilo e- ] UM QUILO E QUARENTA GRAMA  
 06 Y [é muita co:isa ]  
 07 Ch [TU QUER QUANTAS GRAMAS?] 900 GRAMAS?  
 08 Y pode ser um quilo é muita coisa isso num<sup>185</sup> dá pra  
 09 congelar DÁ PRA CONGELAR?  
 10 Ch °não° MAS TAMBÉM NÃO ESTRAGA FÁCIL NÃO LEVA: MÊ:S NA  
 11 NA GELADEIRA ASSIM SEM POBLEMA<sup>186</sup> NIUM<sup>187</sup> ((olha balança  
 12 e olha novamente para Y)) DEU VINTE E CINCO MERRÉIS<sup>188</sup>  
 13 Y °tá bom°  
 (...)

China oferece um pedaço de queijo à freguesa sabidamente maior do que o desejado, mas afirma ser apenas “um pouquinho” mais do que ela havia solicitado. Em resposta, Y oferece indicação de não querer mais do que a

<sup>185</sup> Num=não

<sup>186</sup> Poblema=problema

<sup>187</sup> Nium=Nenhum

<sup>188</sup> Maneira informal de se referir a uma quantia minimizando seu valor. Merréis é a forma popular originária de mil réis e que no Brasil se utiliza ainda hoje para se referir a um valor baixo. Mais informações em <https://escribacafe.com/um-real-dois-r%C3%A9is-tr%C3%AAs-merr%C3%A9is-9a43d1d26567>.

quantidade requisitada, mas o faz por meio de uma discordância fraca, em que Y não afirma categoricamente não querer a peça de queijo oferecida, não fazendo assim uma avaliação diretamente contrastante com a avaliação de China, como fez R. Em lugar disso, Y justifica o porquê de não querer mais do que o solicitado (é muita coisa, moço) (POMERANTZ, 1984).

Em resposta, China informa o peso da peça sugerida à freguesa, o que corresponde a 40 gramas a mais do que o que ela havia solicitado (um quilo e quarenta grama). Diante de uma nova afirmação de Y de que se trata de muita coisa, China também produz uma discordância fraca ao não dizer diretamente que, ao contrário do que Y dizia, 40 gramas a mais não era muito além do que ela havia solicitado. Em lugar disso, China minimiza a diferença perguntando se Y queria uma quantidade inferior à que a freguesa havia informado (tu quer quantas gramas? 900 gramas?). A freguesa então é obrigada a corrigi-lo, o faz afirmando que poderia ser um quilo e novamente justificando o fato de não querer levar mais do que o solicitado (isso num dá pra congelar, dá pra congelar?). Interessante que, sendo nutricionista, o que ela afirma mais adiante na interação, é provável que Y tivesse conhecimento de que não era possível congelar o queijo, usando também a freguesa de uma justificativa de tipo semelhante ao de China: usar na pergunta um dado que ela já sabia não ser o correto.

Ao mesmo tempo, Y constrói a pergunta de modo que China tem condições de seguir pelo caminho preferido ao concordar com sua afirmação de que não poderia congelar o queijo. No entanto, novamente Y produz uma discordância fraca ao responder com uma pergunta, não com uma contradição direta a China, o que oferece condições para que China continue argumentando com Y em favor de que compre aquela peça. Desta vez, logo depois de concordar com Y que não era possível congelar, o que poderia justificar não levar mais do que 1 Kg, o comerciante insere outra justificativa em favor da peça maior ao afirmar que Y poderia manter o queijo por bastante tempo em refrigeração (mas também não estraga fácil não, leva mês na geladeira assim sem problema nium). Logo em seguida, informa o valor daquela peça, minimizando o total por meio do uso da palavra “merréis” (deu vinte e cinco merréis). A freguesa finalmente concorda em levar a quantidade sugerida por China.

Percebe-se que, apesar das discordâncias de ambos os lados, Y querendo levar uma quantidade menor e China querendo que ela levasse uma quantidade maior, essa negociação entre freguesa e comerciante é permeada por recursos mobilizados pelos coparticipantes que fazem com que essas discordâncias sejam parciais, fracas, não abertamente declaradas, o que contribui para que o caráter cordial da interação seja mantido.

É interessante observar nesses exemplos que, na maioria dos casos, a explicação para comprar menos não é relacionada a gastar menos. O receio de que o produto estrague caso seja comprada uma quantidade maior, como R leva o comerciante a entender, e a dieta alimentar, no caso de Y, que é mostrado mais adiante na continuação da interação, são duas explicações acionadas em vários momentos pelos fregueses para que seja adquirida uma quantidade menor do produto. Lembrando o conceito de *accountability* visto no Capítulo 5, segundo o qual as pessoas em interação estão a todo o momento fornecendo explicações sobre suas ações de modo a evitar inferências negativas a seu respeito, o fato de poucos fregueses usarem o valor em suas explicações para comprar menos oferece indícios de que esta explicação não lhes é confortável, mesmo quando há elementos na interação que apontam para uma atenção do freguês em relação ao valor das compras (SCHEGLOFF, 1968). A interação com R é um exemplo.

```
(...)
```

01	Ch	~mais o que meu amor?~
02	R	tá quanto esse aqui?
03	Ch	tá- ESSE É O:: <u>TRINTA</u> E <u>UM</u> E <u>NOVENTA</u> PORQUE É DA
04		PARAÍBA (0.2) É O MELHOR DE BOM MAIS GOSTOSO E MAIS
05		CARO ((olha lateral))
06	R	<u>tá</u> : bom ((olha lateral)) vê aqui (quanto é que dá
07		dando)
08	Ch	°heim?°
09	R	( )
10	Ch	aqui tá da: no <sup>189</sup> ::: ~dezesesseis merréis~
11	R	certo

```
(...)
```

Vê-se que, antes de pedir ao comerciante um pedaço do queijo, a freguesa pergunta o preço do produto e também o valor de sua compra até o momento. Mas, como mostrado, ao informar que queria menos do que o

---

<sup>189</sup> Dano=dando

comerciante sugeriu, a explicação que R produz tem relação com o fato de somente ela comer o produto, não com o valor.

Este não foi o caso na interação com R, mas, como visto no caso de Y, em geral, China se empenha em superar essas barreiras, incentivando os fregueses a comprar mais. Uma das formas que o comerciante usa para isso, como visto, é ensinar a armazenar os produtos. No caso do queijo, China disse para Y que poderia manter na geladeira por longo período de tempo. Para outros produtos, China sugere o congelamento, como no caso da goma da mandioca. Outra possibilidade de armazenamento desse produto oferecida por China é mantê-lo na geladeira, mas em uma parte específica, “na beirada da geladeira, na parte mais alta, que gela mais”, conforme o comerciante diz na interação com X, tratada mais adiante (gravação em 30/04/017, Loja do China).

Outra forma de China incentivar a compra de uma quantidade maior é se referir ao compartilhamento com outras pessoas, como a “vizinha”, acionando de forma lúdica conhecimentos de senso comum sobre hábitos cordiais entre vizinhos. Há registros em que China pergunta se a quantidade escolhida pela freguesa “dá”, como na continuação da interação envolvendo F (gravação em 10/12/2016, Loja do China). Quando ouvi pela primeira vez, acreditei que China conhecia a pessoa e questionava a quantidade com base em seu conhecimento a respeito do número de pessoas que poderiam querer comer o produto. Depois, pelas reações de fregueses, como risos ou a afirmação de que quem quisesse que fosse comprar, indicando que aquela preocupação não era pertinente, vi que se tratava de um incentivo lúdico de China para que fosse comprada uma quantidade maior.

Outra ação de China relacionada à quantidade da mercadoria a partir de um argumento lúdico tem relação com o uso de conhecimentos de senso comum sobre alimentação. Nesse sentido, China costuma usar uma frase de efeito ou, nos termos de Sacks (1972), um *slogan*: comer muito faz bem pra saúde. Apesar de ter relação com quantidade, esse *slogan* não costuma ser usado por China antes que o freguês se decida pela quantidade a ser comprada, mas após isso, configurando mais um momento de descontração do quem um recurso mobilizado por China para incentivar a compra. Foi o que aconteceu na continuação da interação entre Y e o comerciante (gravação em 30/04/2017, Loja do China).

(...)  
14<sup>190</sup> Ch °tá bom° ((vai para a parte do balcão mais perto de V  
15 e X embalar o queijo)) COMER MUITO FAZ BEM PRA SAÚDE  
16 ((olhando para V e X))  
17 Y ((RISADA)) COMER MUITO FAZ BEM PRA SAÚDE viu o que ele  
18 falou?  
19 Ch ((ri))  
20 V essa goma aqui: já tá: peneirada?  
(...)<sup>191</sup>  
21 Ch ((bate no queijo embalado para Y no balcão)) VAMO LÁ  
22 Ch ((olha para Y pegando dinheiro)) S PARÔ?  
23 Y chega que↑ i↑[sso? mo:ço ]  
24 Ch [não vai levar a ma-] não vai levar massa  
25 não? ((apontando prateleira atrás))  
26 Y ((olha prateleira atrás e vira para balcão)) nã::o  
27 Ch °não?°  
28 Y ((anda até China com dinheiro na mão)) moço eu sou  
29 nutricionista não posso comer muito não  
30 Ch °é? não ma-° ((pegando sacola))  
31 Y se eu engordar meus pacientes vão pensar o que de mim?  
32 Ch ((RISO)) você fica ensinando pra não comer né?  
33 ((colocando queijo na sacola))  
34 Y [É: ]  
35 Ch [((RISO))] ((coloca sacola balcão perto de Y e pega  
36 dinheiro de Y))  
37 Y eu que fico mandando pra fazer dieta ((pega sacola  
38 no balcão))  
39 Ch ((pega troco)) [meu fi- meu meu fi- meu filho]  
40 Y [((mexe em bolsa e fala com  
41 acompanhantes)) ] ((olha  
42 Ch))  
43 Ch meu filho memo<sup>192</sup> é (faz uma) dieta danada  
44 Y é [né? ]  
45 Ch [quase] só come mais é legu:me essas coisa assim  
46 °tudo° fra:ngo  
47 Y [TEM QUE EMPURRAR ESSES VENENOS] PRA ALGUÉM NÉ?  
48 ((cruza os braços))  
49 Ch [E: ] e: e e ele é alto e não é gordo  
50 nem nada °ele come mas não engorda°  
51 Y que bom  
52 Ch ( ) bom ((rindo))  
53 Y bom né?  
54 Ch ((entrega dinheiro)) ele é ele é professor  
55 Y MAS O SENHOR FICA QUERENDO ENGORDAR [A GENTE NÉ?]  
56 ((ri jogando a cabeça para trás))  
57 Ch [é ((rindo))]  
58 Y BRIGA:DA ((levantando polegar))  
59 Ch [BRIGADA GENTE TUDO DE BOM heim]

Tendo convencido a freguesa a levar uma quantidade maior de queijo, China afirma não só para Y, mas também para V e X, para quem olha quando produz a elocução, que “comer muito faz bem pra saúde”, tendo como reação o

<sup>190</sup> Neste caso, a numeração começou em 14 para mostrar que se trata exatamente da continuidade do trecho transcrito anteriormente, que para na linha 13.

<sup>191</sup> Foram suprimidos os turnos em que China conversa com V e X.

riso dos presentes, configurando o caráter lúdico de sua fala. O entendimento de que a fala de China tem um propósito lúdico, não constituindo uma máxima do cotidiano atual de muitas pessoas, é reforçado por meio de outra situação registrada na Loja envolvendo os próprios hábitos alimentares do comerciante (gravação em 16/05/2018, Loja do China). Nesta, China usa um dos tipos de justificativa de que seus fregueses fazem uso, a dieta alimentar, para se recusar a comprar com um homem que chega à Loja oferecendo comida. China afirma estar fazendo dieta e que, por isso, naquela semana não compraria comida, pois estava engordando. China também tratou desse assunto com outro homem que entrou em sua Loja, a quem mostrou o filé de frango que estava preparando e falou sobre sua necessidade de reduzir a quantidade de comida para não voltar a engordar. Em conversa com China, ele me contou que estava tentando emagrecer e que por isso estava evitando comer na Feira.

Mas, como não tiveram acesso a essa informação, nesta interação entre Y e China, o riso dos presentes em resposta à afirmação do comerciante, e que marca o caráter lúdico que o “*slogan*” adquiriu nessa interação, parece ser proveniente de um conhecimento de senso comum de que comer muito não traz benefícios à saúde (SACKS, 1972).

Apesar de aparentemente ter sido entendido como uma brincadeira pelos presentes, percebe-se pela continuidade da conversa que com Y o *slogan* não foi bem sucedido. Isso porque, ele criou condições para que a freguesa produzisse uma discordância em relação à afirmação de China (moço eu sou nutricionista não posso comer muito não). Mas, novamente, a cordialidade entre freguesa e comerciante sobressai, tanto por Y discordar de China com uma explicação quanto por Y, logo em seguida, inserir um complemento em sua afirmação que assume um caráter lúdico (se eu engordar meus pacientes vão pensar o que de mim?), entendido dessa forma pela reação de China, que ri.

Em relação à justificativa de Y de não poder comer muito por ser nutricionista, China não produz contraposições e abandona a oferta à freguesa de mais mercadorias de sua Loja, o que é indício de que ali não havia outros produtos que a freguesa pudesse comprar sem infringir a condição de não

---

<sup>192</sup> Memo=mesmo

engordar. O caminho escolhido pelo comerciante para continuar a conversa com R sem cair em uma situação desconfortável é desenvolvê-la em torno do tópico da alimentação saudável, usando, para isso, o exemplo de seu filho (meu filho memo é faz uma dieta danada, só come mais é legume essas coisa assim tudo frango). Assim, China não encerra abruptamente a conversa nem troca radicalmente de assunto, mas tenta mudar o foco para lidar com uma discordância em relação ao que havia dito (POMERANTZ, 1984).

No entanto, Y retoma o assunto de que os produtos vendidos na Loja fazem mal à saúde (tem que empurrar esses venenos pra alguém, né?). Primeiro, China ignora, ao não comentar a fala de Y e continuar falando sobre a alimentação de seu filho (e ele é alto e não é gordo nem nada, ele come, mas não engorda). Depois, diante da continuidade de Y no tema de que os produtos vendidos por China engordam (mas o senhor fica querendo engordar a gente, né?), o comerciante desiste de recorrer ao comportamento de seu filho, concorda com a freguesa e ri, o que provoca o riso dela também. A interação termina de forma cordial, com risos, agradecimento e felicitação (brigada; brigada, gente, tudo de bom, heim).

O humor parece desempenhar um papel importante nessa interação entre Y e China, sendo expresso de um modo observado também em outros registros: permitindo que o comerciante fale para várias pessoas ao mesmo tempo. Mesmo sua fala tendo sido desencadeada na interação com Y, o comerciante fala olhando também para V e X, já que a afirmação de China também pode ser válida para ambas.



**Figura 153 – China fala “comer muito faz bem pra saúde”**

Em vários casos o uso do humor parece ser uma tentativa do comerciante de se comunicar com várias pessoas ao mesmo tempo, o que ficou mais evidente em outro registro, feito entre China e um grupo de fregueses (gravação em 30/04/2017, Loja do China). Esse registro é ilustrativo por

envolver, além de uma brincadeira com as pessoas que estão na Loja, a reprodução por parte do comerciante de uma brincadeira de mesmo tipo, mas com uma reação diferente por parte do freguês, configurando assim a ação de China de contar uma história (SACKS, 1972).

Um grupo de três pessoas olha produtos em frente ao *freezer* frontal da Loja enquanto China fala comigo, uma amiga e uma fornecedora no balcão, na altura do fundo da Loja. Uma delas entra na Loja e para perto do balcão, mais perto da entrada do estabelecimento (B1). Ao perceber que China olhou em direção ao grupo, um dos integrantes que está perto do *freezer* frontal levanta o braço (C1), chamando o comerciante. China responde com um “oi” e se dirige para perto do grupo (Gr2), se afastando do conjunto formado por mim (Gr1). Os fregueses perguntam o valor do queijo coalho. China responde olhando para um papel que tem nas mãos, entregue pela fornecedora. A pessoa que estava dentro da Loja (B1) sai e uma das que estava em frente ao *freezer* frontal (A1) pede um cartão de visita ao comerciante. Ao entregar o cartão, China faz uma brincadeira.

(...)

01 A1 me (vê) um cartãozinho do senhor? ((imitando formato  
02 cartão com dedos indicador e polegar))

03 Ch dou sim [((pega cartão))]1

04 C1 [e esse aqui?]1

05 Ch COM ESSE CARTÃOZINHO AQUI MAIS CINCO REAIS A SENHORA  
06 COMPRA UMA COCA-COLA ALÍ TÁ? ((aponta rua))

07 A1 TÁ ((olha cartão))

08 B1 [((RISOS)) ]2 [CINCO REAIS]3 [É  
09 BRINCADEIRA DELE]4 ((vai para perto de Gr2))

10 C1 [e esse aqui tá quanto?]2 [esse aq- ]3 [esse aqui tá  
11 quanto?((rindo))]4

12 Ch [((olha para Gr1)) ]2

13 A1 [((olha cartão)) ]2 [ ]3 [((riso))  
14 ]4

15 Ch ((rindo)) \$vinte e sete e noventa\$ ((inclina no balcão  
16 rindo)) AÍ PSIU ((chamando Gr2 com a mão e o braço  
17 levantado)) OLHA SÓ ((chamando Gr1 com a mão e o braço  
18 levantado)) EU FALEI COM UM COROA ( ) AÍ EU  
19 DEI UM CARTÃOZINHO A ELE ((pegando cartão no balcão))  
20 ele comprou um queijo comigo eu disse Ó MEU AMIGO com  
21 esse cartãozinho aqui: ((gesto de entregar cartão)) o  
22 senhor vai ali e compra uma coca-cola ((faz gesto em  
23 direção ao corredor)) aí ((imitando senhor olhando  
24 cartão)) ele dis-ele olhou e disse é memo?  
25 >°falei é°<  
26 será que eu posso trocar por uma cerveja? [\$POde pode  
27 trocar\$ ((balançando cabeça vertical bate balcão)) ]  
28 B1 [((RISOS))]  
29 ((saindo de frente da Loja))



30 Ch \$E ELE FOI LÁ E TOMOU A CERVEJA\$ ((apontando corredor  
 31 e rindo))  
 32 C1 ((saíndo de frente da Loja e rindo)) valeu  
 33 Ch TCHAU GENTE  
 (...)

A transcrição mostra que, ao entregar o cartão e neste momento aparentemente oferecer um benefício (com esse cartãozinho mais cinco reais a senhora compra uma Coca-Cola ali, tá?), China obtém a atenção de A1, que passa a olhar para o cartão enquanto o comerciante fala. Por usar uma pergunta apêndice (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974, p. 37), China conta com a relevância de uma resposta e a obtém de A1 (tá), que, pela ausência do riso, demonstra que nesse momento ainda não havia identificado a brincadeira. Esta, entre o Gr2, foi identificada primeiramente por B1, que ri e diz se tratar de uma brincadeira do comerciante (isso porque, com R\$ 5 se compraria um refrigerante mesmo não apresentando o cartão). Em seguida, A1 e C1 começam a rir. As demais pessoas que estavam na Loja também acham graça. China também ri com o grupo e antes que as pessoas deixem seu estabelecimento reuni-os em torno de uma história.

A situação envolve contar uma história e também fazer uma brincadeira, guardando semelhanças e diferenças com o que foi proposto por Sacks (1972). Principalmente porque China não apenas conta uma história engraçada, ele fala sobre uma situação que viveu, não reproduzindo algo que ouviu de outra pessoa, sendo ele próprio personagem. Diferente do que Sacks (1972) descreveu a respeito de piadas virem em rodadas, abrindo caminho para que os participantes também contem piadas, é China quem inicia uma nova piada em sequência. Ele anuncia isso ao chamar a atenção dos dois grupos que estavam em sua Loja, demonstrando que não queria apenas falar, mas queria falar para todos (aí psiu, chamando Gr2 com a mão e o braço levantado; olha só, chamando Gr1 com a mão e o braço levantado), configurando uma busca pelo piso interacional (SACKS, 1972).



**Figura 154 – Sequência em que China chama a atenção de Gr2 e Gr1 para contar brincadeira feita com outro freguês**

Nesse momento, China começa a contar a situação em que fez a mesma piada, mas, ao contrário daquele grupo, foi levado a sério pelo freguês. O não reconhecimento da brincadeira pelo freguês, ou seja, a não ocorrência de um “acordo compartilhado” a respeito de se tratar de uma piada (GARFINKEL, 2009, p. 128) foi evidenciado pela ausência de riso, pela pergunta do freguês sobre ser possível trocar o refrigerante por uma cerveja e por sua ida ao estabelecimento para retirar o benefício. O relato desse acontecimento fez daquela situação uma piada para China e para o grupo para o qual estava contando o ocorrido.

Semelhante ao que Sacks (1972) propôs, China não precisou informar aos grupos Gr1 e Gr2 que a história contada se trata de uma piada. Os grupos demonstram entendimento de terem sido convocados a ouvir uma história engraçada ao não terem iniciativas de tomada de turno enquanto a mesma não acaba e ao rirem no fim, mesmo tendo faltado o elemento que caracterizava a história como uma piada: o fato de o “coroa” ter que levar os cinco reais junto com o cartão (ó, meu amigo, com esse cartãozinho aqui o senhor vai ali e compra uma Coca-Cola). Apesar disso, os presentes ouviram a brincadeira como tal, devido àquela feita anteriormente. Portanto, o caso também parece guardar semelhanças com a regra de consistência, tendo a situação da brincadeira anterior sido usada para o entendimento da piada contada (SACKS, 1972). Conforme propôs Sacks a respeito do caráter não afiliativo da piada, depois do riso final, as pessoas vão embora, não continuando a conversa.

No entanto, recorrer a uma história engraçada fez com que China tivesse mais momentos de conversa com Gr2, novamente evidenciando que esse é um dos recursos empregados pelo comerciante no trato com fregueses. Ao invés de apenas entregar o cartão, conforme havido sido solicitado, China não apenas provocou risada em potenciais fregueses como ainda garantiu alguns minutos a

mais de conversa com o grupo ao contar a história, podendo ter mais chances de ser lembrado pelos mesmos em meio a tantos estabelecimentos de venda de queijo na Feira. Esse momento de descontração com os fregueses consiste em um dos muitos ocorridos na Loja do China em que a forma de sociação é marcada pela sociabilidade (SIMMEL, 2006). Naquele instante, o interesse de China é contar algo engraçado àquelas pessoas, que por sua vez se divertem com a história e saem rindo do estabelecimento, sem comprar, mas podendo se lembrar daquele momento lúdico posteriormente e retornar à Loja para então adquirir produtos, já que o cartão do estabelecimento foi entregue pelo comerciante durante a brincadeira. No entanto, naquele momento, a sociação lúdica, a sociabilidade, foi o que marcou a interação.

Em outro registro, China iniciou fazendo uma brincadeira, mas mudou sua opção ao longo da interação, tendo optado também por contar uma história, mas que não envolvia uma piada (gravação em 30/04/2017, Loja do China).

Um homem e uma mulher andam pelo corredor, a mulher (I) caminha a passos lentos, come algo e olha para a Loja. China olha para I assim que ela aparece em frente à Loja, mas vai depressa para os fundos do estabelecimento carregando uma peça de queijo que tinha acabado de abrir. Como já observei em visitas à Loja, acredito que China tenha ido escorrer o soro do queijo na pia. O homem (J) anda um pouco mais à frente, do outro lado do corredor, quando decide cruzar a rua e parar na Loja para olhar doces que estavam no balcão, logo na entrada. Sem sair da rua, J, que segura uma bebida, pega um doce e o olha quando I, que já tinha passado pela Loja, volta e para ao seu lado olhando o doce em sua mão. Os dois começam a falar e gesticular, aparentemente discordando sobre o preço do mesmo produto visto em outro estabelecimento da Feira. Quando China retorna, carregando uma peça de queijo, J pergunta o valor do doce.



**Figura 155 – I e J discutem na entrada da Loja**

01 J QUANTO É IS-QUANTO É ISSO DAQUI AMIGO?  
 02 Ch [O::I ]  
 03 J [((levanta o produto))] QUANTO É QUE TÁ?  
 04 Ch ((carrega queijo)) tá: CINCO MERRE(ca) ((põe queijo  
 05 balcão e [olha I e J]) ]  
 06 I [( ) ((aponta dedo))]



**Figura 156 – I aponta o dedo em direção ao corredor**

07 Ch QUATRO E CINQUENT-QUATRO E CINQUENTA [PRA VOCÊS PRA  
 08 NÃO FICA: BRIGANDO AÍ ]  
 09 J [((olha Ch,  
 10 olha J, abre braços e balança pescoço vertical))]



**Figura 157 – J abre braços olhando para I**

11 Ch ((limpa balcão frontal perto de I e J)) eu num  
 12 quero que vocês dois briga não tá?  
 13 I ((riso, olha para Ch, pega copo com J e bebe))  
 14 J ((olha para Ch e ri)) ( )



**Figura 158 – I e J rindo após China mencionar briga entre ambos**

15 Ch comprando do:is já [leva um real de desconto né?]  
 16 I [((pega o produto para ver)) ]  
 17 J ((°balança cabeça vertical°))  
 18 Ch AÍ NUM PRECISA DE BRIGA ((abre os braços))  
 19 J e I [((olham produtos))]  
 20 Ch [((corta queijo)) ]



**Figura 159 – China corta queijo e observa I e J olhando produtos**

21 Ch [((olha em direção a I e J))] (0.5)  
 22 I [eu quero:: ]((come algo que tem na mão))]  
 23 J [a gente passou] num ali tava sete reais um desse  
 24 daqui] ((levanta produto))  
 25 Ch ((anda para perto de I e J)) comprou? não né?  
 26 J °não°  
 27 Ch não e:u vendo o meu a cinco e dá- quando é pa dois  
 28 eu dou um desconto de um real  
 29 I eu quero um  
 30 J oito reais dois?  
 31 Ch não [nove ]  
 32 J [((>balança cabeça vertical<))] a nove?  
 33 ((>balança cabeça vertical<)) °tá certo°  
 34 Ch dou um desconto de [cinquenta centavo em cada um]  
 35 Ch ((olha I andar para lateral e voltar))  
 36 Ch ( ) muito caro  
 37 J é né? ( ) perto do palco  
 38 Ch você vocês andar °andar ( ) pros la:do (é  
 39 melhor)° ((balança mão horizontal))  
 40 I ((°balança cabeça vertical)) é mais barato



**Figura 160 – China balança mão horizontalmente se referindo às ruas laterais**

(...)  
 41 Ch ((se afasta bancada)) EU MEMO eu s-( ) EU SOU  
 42 COMERCIANTE<sup>193</sup> ((olha I, põe mão no queijo no balcão  
 43 lateral e olha para J)) mas (não to nem aí) eu  
 44 quando eu vou comprar minhas coisa primeiro eu vou  
 45 pesquisar ((apoia balcão frontal))  
 46 J claro eu falo pra ela-  
 47 Ch <sup>194</sup>EU VOU COMPRAR EU VOU COMPRAR UMA UMA: COISA NA:  
 48 NA (.) NA ELETRODOMÉSTICOS (DO POVO) AÍ A A MENINA  
 49 DEU O PREÇO AÍ (DEU O QUE) TÁ NA PROMOÇÃO não tá na  
 50 promoção ((balança cabeça horizontal)) MAS PRIMEIRO

<sup>193</sup> China se autodenomina comerciante, o que comprova a natureza êmica do termo.

<sup>194</sup> Durante a fala, China olha várias vezes em direção a I, monitorando-a enquanto conversa com J.

51 EU VOU EM OUTRA LOJA  
 52 J ((olha lateral balança cabeça verticalmente))  
 53 Ch AGORA MEMO EU FUI COMPRAR SABE O QUE UM FORNINHO  
 54 (.) ( ) QUANDO EU ENTREI NA LOJA nas Casas  
 55 Bahia ( ) eu achei barato ((inclinando o corpo  
 56 em direção a J)) MAS COMO A MULHER A VENDEDORA fez  
 57 tanta propaganda >eu fiquei desconfiado<  
 58 ((inclinando corpo para trás e rindo))  
 59 J é ((ri e olha lateral direita))  
 60 Ch ~NÃO É QUE ESSE FORNINHO AQUI ELE TÁ NA PROMOÇÃO  
 61 [DUZENTOS E QUARENTA~ -]  
 62 I [é tapio:ca né? ]  
 63 Ch (.) ã? [°é° ]  
 64 I [é tapioca?]  
 65 Ch DUZENTOS E QUARENTA E NOVE REAIS eu achando  
 66 que ( ) GRANDE maior ( )  
 67 velhinho aí ela falou comigo (~mas ela fez  
 68 tanta propaganda~ que eu disse) NÃO EU VOU  
 69 ALI NA FRENTE E JÁ VOLTO aí cheguei lá na  
 70 frente realmente trezentos e:: trinta e pouco  
 71 J ((ri) ( ))



**Figura 161 – China conversa com J enquanto I olha produtos**

72 Ch aí e:u: eu nem voltei na outra loja entendeu?  
 73 J ((ri, balança cabeça vertical e olha para I))  
 74 Ch não agora eu sei que é isso memo ((rindo))(.)  
 75 aí fui lá e comprei entendeu?  
 76 J ((rindo)) °é° ((olha para I))(7)  
 77 Ch [((vira peça de queijo sobre o balcão))]  
 78 J [e aí Manuela<sup>195</sup> qual vai ser? ]  
 79 I eu vou levar ((aponta doces na entrada da  
 80 Loja e anda para perto de J))  
 (...)

Há muitos aspectos dessa interação pertinentes de serem analisados em termos da adequação de China ao homem e à mulher em sua Loja. Não sendo possível tratar de todos e devido a alguns, como a competição e a oferta de mais produtos, serem abordados a partir de outras interações, a espacialidade e o recurso de contar história parecem ser especialmente importantes por serem os mais evidentes esforços do comerciante nessa interação para transformar os dois passeadores em compradores.

Conforme mencionado no Capítulo 3, a Feira possui uma divisão hierárquica, com espaços sendo mais valorizados do que outros. A Loja de

<sup>195</sup> Nome fictício



China, como também já foi descrito, está localizada fora do eixo mais valorizado. Nessa interação, China valoriza essa localização para aquelas pessoas com quem interage ao dizer que nas ruas laterais, como aquela, é possível encontrar mercadorias por preços menores, oferecendo assim a I e J mais uma justificativa para comprar em seu estabelecimento, além do desconto oferecido anteriormente. Assim como tratado na análise sobre a convocação do comerciante usando a expressão “fala, patrão”, novamente a questão espacial parece influenciar a conduta desse comerciante, em situação semelhante ao que acontece com os indivíduos na cidade (PARK, 1967). Interessante observar que China não parte da questão espacial aleatoriamente. O comerciante desenvolve esse tópico a partir da situação contada por I e J de terem visto em outro lugar o mesmo produto por valor maior.

Ao mostrarem seu interesse por adquirir a mercadoria pelo menor valor, evidenciado pela “briga”, China faz a adequação de sua fala para lidar com essa situação. China então aciona a justificativa de que naquele momento I e J estavam em um estabelecimento em que podiam comprar o mesmo produto por um valor menor, sendo uma das razões para isso a localização. Nesse caso, a categorização como rua lateral (andar pros<sup>196</sup> lado) é transformada em atributo de valor por China para I e J, incentivados assim a proceder à compra da mercadoria naquele local.

A justificativa de China é prontamente aceita, o que pode ser comprovado com mais segurança pelo balançar de cabeça de I e sua afirmação “é mais barato”, concordando com China. Essa reação evidencia a razoabilidade do que China havia dito e, assim, o entendimento de que na Feira existe uma divisão hierárquica entre os espaços, que tem como uma das consequências a possibilidade de adquirir mercadorias a preços diferentes dependendo do local em que o estabelecimento se encontra.

A discussão entre I e J no início da interação a respeito do valor da mercadoria evidencia uma disputa entre ambos, que inicialmente foi vencida por I, que aponta o dedo em direção a J ao ouvir o preço da mercadoria. No entanto, depois de China em tom bem humorado baixar o valor do produto, a ‘vitória’ fica com J. O gestual de J (abre braços e balança pescoço vertical) e o

---

<sup>196</sup> Pros=para os

silêncio e o sorriso de I evidenciam esse entendimento. J assume uma postura de ter razão, ao abrir os braços e balançar o pescoço, ao que I não se opõe, conforme mostrado na figura 155.

Esse comportamento de I pode ser justificado porque, nesse caso, a vitória de J é também um benefício para I, que poderá adquirir ali o produto desejado. Apesar de ter contribuído com a solução do conflito e criado condições para a compra em seu estabelecimento, retirando a barreira do preço, I e J ainda não tinham efetivado a compra. Já com I dentro da Loja, China parece se empenhar em colocar os dois em situação confortável ao afirmar que estavam certos em pesquisar preço e reforçar essa posição por meio de um exemplo pessoal, que também funciona como entretenimento para J enquanto I olha produtos dentro da Loja. Mais uma vez, China incentiva o desenvolvimento da conversa, parecendo assim entreter J para que I olhe produtos e talvez se interesse em levar mais mercadorias além do doce.

Ao dizer “agora mesmo eu fui comprar sabe o que, um forminho”, China informa que vai contar uma história, usando esse recurso de que tratou Sacks (1972) para incentivar I e J a agirem como ele no caso contado, pois seu final foi feliz, ou seja, ele comprou mais barato, justamente o desfecho que I e J demonstram desejar. Não se trata de qualquer história, mas uma que é orientada aos coparticipantes, pois envolve promoção e pesquisa de preço.

A história que China contou era semelhante ao que I e J estavam fazendo. China afirmou ter ido a dois lugares antes de comprar o forno, não mais do que isso, tendo optado por comprar no estabelecimento que cobrava menos entre os dois visitados. Similar ao que I e J poderiam fazer, pois, como já tinham visto o valor do doce mais caro em outro estabelecimento, já podiam decidir comprar ali por saberem ser mais barato.

Além disso, China acrescentou o atributo da qualidade, destacando a informação de que o produto mais barato que ele comprou era melhor do que o mais caro (grande, maior). A inserção desse componente da qualidade pareceu bastante adequada pelo comportamento especialmente de I de olhar atentamente os produtos. Ou seja, I ou J poderia se colocar no lugar do personagem da história que China contou, no caso, o próprio, e agir do mesmo modo, sem receio de adquirir um produto ruim por ser mais barato (SACKS, 1972).



É interessante observar também que na troca de turnos entre China e J, é China quem mais fala, enquanto J em geral balança a cabeça, sorri e produz monossílabos como “é” nos espaços dados pelo comerciante, marcados, por exemplo, por perguntas apêndices, que China usa para manter J na interação, como “né?” e “entendeu?” (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974). Essa característica da conversa é o que leva a inferir que China estava ocupando J para que I pudesse ficar à vontade escolhendo produtos na Loja. É somente quando J olha fixamente para I que China para de falar. Nesse momento, J não se mostra mais disponível para continuar conversando com o comerciante.

Percebe-se, portanto, que, apesar de ter sido iniciada de modo bem humorado, a ausência do riso no momento em que China se refere novamente à briga, depois de ter informado o desconto na compra de dois produtos, parece ter indicado ao comerciante que aquele não era um caminho apropriado a ser seguido naquela interação. Mesmo assim, ao contar uma história, por mais que não fosse engraçada, China encontrou um recurso para ter mais tempo de conversa com J. Também é interessante destacar que, mesmo sendo I a interessada em comprar o doce, é com J que China conversa, do mesmo modo que, no registro envolvendo A e B (gravação em 10/12/2016, Loja do China), foi a B que o comerciante direcionou a convocação, apesar de A ter demonstrado interesse por produtos da Loja inicialmente.

Apesar de na interação com I e J China ter abandonado totalmente o humor, o mais comum é que o comerciante intercale momentos mais sérios e outros mais descontraídos no atendimento aos fregueses. Em alguns casos, os próprios fregueses iniciam a interação com China de modo bem humorado. Foi o caso da interação com um homem (S) que entra na Loja para comprar rapadura e queijo (gravação em 10/12/2016, Loja do China). S inicia a conversa ao entrar na Loja e cumprimentar China (seu ômi chegou aí). Enquanto China responde (ô, meu patrão, o que é que o senhor manda?), S se dirige para perto das rapaduras, que ficam no balcão na altura do fundo da Loja. Depois de escolher rapaduras e queijo, S pede café ao comerciante. É nesse momento que China faz uma brincadeira.

(...)

01 S me dá um pedacinho de ( )  
02 Ch de que?

03 S me dá um cafezinho (aí) ((imita tamanho copo com  
 04 dedos indicador e polegar))  
 05 Ch >cafezinho?< ((pegando café)) TÁ COM ÁGUA  
 06 S (0.5) ( ) não tem café (0.1) sem água (0.1) café sem  
 07 água num dá



**Figura 162 – China serve café a S**

08 S tá bom >tá bom tá bom<  
 09 Ch café sem água é: só pra cheirar (.) É O PÓ  
 10 S PODE SE FERRÁ  
 11 Ch ((riso))  
 (...)

Essa interação entre S e China contém a situação não muito comum de o freguês pedir café. Em geral, isso não acontece com fregueses que comprem a varejo e em pouca quantidade, como é o caso de S. Esse é um indício de que S não é um freguês novo. Caso fosse, dificilmente saberia do café na Loja sem que China oferecesse, como foi o caso. Um dos principais motivos é que, em geral, a garrafa térmica não fica tão evidente como os demais produtos da Loja. Ela costuma ficar atrás de uma estrutura sobre a qual China coloca doces, conforme descrito no Capítulo 6. Também não há qualquer aviso sobre a possibilidade de tomar café gratuitamente na Loja ou qualquer incentivo a esse respeito no mobiliário. Essa situação também é vista em outros estabelecimentos. Em uma de minhas idas a campo com meu marido, ele quis acompanhar uma tapioca comprada em um dos estabelecimentos com um café e ao pagar a conta se surpreendeu pelo mesmo não ter sido cobrado.

A maior parte das ofertas de café na Loja do China é feita a fregueses que comprem no atacado, ou seja, fregueses que são também comerciantes, seja na Feira ou em outros locais. As exceções são os fregueses de varejo que, apesar de não comprarem em quantidade semelhante a de comerciantes, comprem em maior quantidade em comparação com outros fregueses de varejo. Nesses casos, China costuma oferecer café dizendo “cafezinho?”. Foi o que aconteceu na interação entre China e o grupo de fregueses de Volta Redonda (Gr3)

integrado por E1, com quem o comerciante fez a mesma brincadeira de dizer que havia água no café (gravação em 20/05/2018, Loja do China).

Mas, se ao oferecer o café China costuma perguntar, “cafezinho?”, sobre a provinha do queijo o comerciante não costuma checar se o freguês quer ou não. Essa situação ficou evidente na interação entre P, Q e China, referida anteriormente (10/12/2016, Loja do China). A reação de Q evidencia sua compreensão de que China fazia o movimento de iniciar o corte de outro pedaço pequeno de queijo, logo após ter entregue um a P, para oferecer a ela. Percebendo esse movimento, Q diz que não quer antes que China a ofereça. Essa expressão de Q é o que chama a atenção para o fato de que China não pergunta previamente se o freguês quer provar.

Foi o que aconteceu no dia em que eu comprava queijo e me foi oferecida a prova. Naquele momento, se China tivesse me perguntado, eu teria recusado, pois já conheço o produto e não tinha interesse em comer naquele momento. Mas, diante do pedaço já cortado e oferecido a mim, me senti forçada a aceitar por receio de que a recusa fosse compreendida como uma desfeita. Era como se alguém estivesse me dando um presente e eu estivesse recusando.

É uma situação que guarda similaridade com o exemplo do “Fala, patrão”, em que o homem que passava em frente à Loja não respondeu a convocação, mas não deixou de produzir uma reação pressionado pelo constrangimento que a ausência de reação causaria. Neste caso de Q, o constrangimento poderia ser do tipo de recusar algo que está sendo dado, como recusar um presente, assim como senti no momento em que a oferta foi feita a mim. Assim, ciente de que seria oferecida uma prova a ela, Q se antecipa e informa que não quer.

A recusa a uma oferta, assim como a recusa a um convite, pode envolver constrangimentos, sendo essa recusa comparada a uma discordância (POMERANTZ, 1984). Aplico esse entendimento aos casos de ofertas de provas de produtos para afirmar que, em determinados contextos, o caminho preferido diante de uma oferta de algo a sua frente é aceitar, mesmo sem querer, como forma de evitar constrangimentos. Utilizo como principal base para essa afirmação a ausência no *corpus* de recusas à prova quando a mesma já está diante do freguês. Não foi feito nenhum registro em que alguém tenha

recusado a prova do queijo quando a mesma já tinha sido oferecida na ponta da faca.

Costumo vivenciar situação parecida na feira que frequento aos domingos, perto de casa, com o vendedor de melancias e abóbora. Quase todas as vezes que vou à sua barraca comprar abóbora me é oferecido um pedaço de melancia. Como não é uma fruta que aprecio e pelo desconforto que me causa comer sem lavar as mãos e depois ficar com as mãos meladas, se ele perguntasse, eu não aceitaria. Mas, diante do pedaço da melancia oferecido a mim, me sinto forçada a pegar. Quando de fato não quero comer o pedaço de melancia, peço que meu marido vá até a barraca comprar a abóbora. Assim, evito recusar porque não permiti que a oferta fosse feita. Esse parece ter sido o caminho escolhido por Q ao dizer que não queria antes que o comerciante lhe oferecesse o queijo espetado na ponta da faca.

Por outro lado, a oferta do queijo sem perguntar antes reforça a determinação do comerciante de que o freguês prove o produto e que a oferta não é mera cordialidade. Essa opção também evita o constrangimento de o freguês ter que responder se quer provar ou não antes de comprar, pois, tendo a opção de provar ou não, uma resposta afirmativa poderia ser entendida como uma desconfiança do freguês em relação ao produto.

A oferta da prova é um recurso que China usa em seu esforço de venda que parece funcionar inclusive como forma de garantir a confiança do freguês para a aquisição de produtos que não foram provados. Outros trechos da interação com a freguesa R, já referida anteriormente, ilustram esse ponto (gravação em 30/04/2017, Loja do China). A interação é especialmente interessante por envolver questionamentos sobre a qualidade que fazem com que China ofereça a prova de um produto em relação ao qual essa prática não é comum.

R pergunta a China sobre a massa puba, um tipo de massa feita da mandioca e usada no preparo de bolos, entre outros alimentos. Durante a conversa, a freguesa manifesta a desconfiança de que o produto não esteja bom, o que China contesta. O entendimento de algumas partes da conversa é prejudicado não apenas pelo ruído do ambiente, mas porque o início da interação se dá em um momento em que a câmera ainda está sendo posicionada.

01 R me responde uma coisa  
 02 Ch °oi°  
 03 R essa é a massa puba?  
 04 Ch é a massa puba  
 05 R mas (essa) não tá azeda não né?  
 06 Ch °não não° (.) não AZEDA ELA JÁ É AZEDADA MESMO [(.)  
 07 ] DE FABRICAÇÃO NÉ  
 08 R [não  
 09 mas é pouco] mas ela não é mu:ito [(°azedado°)?]  
 10 Ch [heim? ]  
 11 não.não.não (.) porque é nova (.) quando é velha aí  
 12 ela pode tá azedada ( )=  
 13 R =mas será se não tá não?  
 14 Ch não não é nova é nova é dessa semana (toda semana eu  
 15 tô [( )])  
 16 R [( ) ] [tá azeda?] [(se tiver) azeda] ( )  
 17 Ch [oi? ] [TAMBÉM NÃO ] essa aqui  
 18 é mais-essa tapioca aqui da mandioca MESmo (.)  
 19 ((abrindo saco da goma)) a maioria dessas que tão aí  
 20 ( ) vende tapioca de polvilho molhado ((balança o  
 21 saco da goma)) ó ((leva o saco da goma aberto em  
 22 direção a R))  
 (...)

É possível ver nesta interação todo um esforço de China em garantir a R que o produto estava bom e que por isso ela poderia comprar sem preocupação. Logo que R pergunta sobre a possibilidade de a massa estar azeda (mas essa não tá azeda não, né?), China opta por mencionar o fato de que o produto tem como característica ser azedo. Assim, ele se empenha em inserir outro entendimento para o termo (não, azeda ela já é azedada mesmo, de fabricação). Ao fazer isso, China parece fazer um reparo na pergunta de R se esforçando em inserir o termo em uma categoria de uma coleção ‘modo de preparo’ ou ‘característica do produto’ em lugar de uma categoria de uma coleção ‘estado de conservação do produto’. R então faz um reparo na afirmação de China (não, mas é pouco) para mostrar que tinha conhecimento da característica do produto ao qual o comerciante se referiu, mas que de fato queria saber sobre o estado de conservação do produto. Para isso, R insere a especificação do tipo de azedo ao qual ela estava se referindo (mas ela não é muito azeda?). Nessas primeiras trocas de turno, China e R se envolvem em um trabalho interacional de estabelecimento de um acordo compartilhado sobre o que entendem a respeito da massa puba. R interessada em saber se o produto não estava mais azedo do que o normal, e China empenhado em explicar que ser azedo fazia parte do produto.

Interessante observar que nessa troca de turnos, R constrói seus turnos de modo a minimizar o desconforto da desconfiança em relação ao produto. R afirma que a massa não está azeda e solicita a concordância do comerciante a respeito dessa avaliação por meio da inserção de uma pergunta apêndice (mas essa não tá azeda não, né?) (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974). Ao fazer isso, R cria condições para que China produza em seu turno uma concordância com a afirmação que ela fez (não, não), seguindo assim pelo caminho preferido que é concordar que a massa não está muito azeda (POMERANTZ, 1984). Afinal, estando a massa muito azeda, ela não deveria estar ali exposta para ser comprada.

R pergunta novamente se a massa é muito azeda, usando estrutura similar (mas ela não é muito azeda?). Apesar de poder ser entendida como uma discordância em relação ao que China havia dito, por ser feita em forma de pergunta, e uma pergunta com estrutura similar à feita anteriormente, de modo que a negação na resposta seja o caminho preferido (mas ela não é muito azeda?), entende-se que se trata de uma discordância fraca. Isso cria condições para que o comerciante continue empenhado em argumentar a favor da massa para estar em boas condições para consumo. Assim, China faz uso de outro recurso para convencer R: acrescenta uma explicação que sustenta sua afirmação de que a massa não está muito azeda (porque é nova) (SCHEGLOFF, 1968). Trata-se de uma explicação com a qual R não se dá por satisfeita, já que produz uma nova pergunta a respeito de a massa estar azeda (mas será se não tá não?). O recurso usado por China nesse momento é repetir a informação já dada com mais ênfase (é nova, é nova) e inserir um novo dado, que é a especificação do que ele afirma ser nova: dessa semana.

Até esse momento, China faz uso da fala para tentar garantir a R que o produto estava bom para consumo e que por isso ela poderia comprar. Mas, a partir deste ponto, quando R se refere a outro produto, a goma, China faz uso de outros recursos para garantir a qualidade do produto. O comerciante insere uma avaliação que não mais se refere à coleção ‘estado de conservação’, mas sim à coleção ‘matéria-prima do produto’, informando se tratar de uma goma feita “da mandioca mesmo” (POMERANTZ, 1984). A avaliação é do mesmo tipo daquela usada por China quando fala da manteiga de garrafa (sem

mistura), tratada anteriormente na interação envolvendo N e O (gravação em 16/05/2018, Loja do China).

É interessante observar que ao tratar da qualidade do produto tendo como base sua composição, China geralmente o faz em comparação com produtos do mesmo tipo vendidos em outros estabelecimentos da Feira (a maioria dessas que tão aí ( ) vende tapioca de polvilho molhado). Essa ação de China evidencia uma valorização de seus produtos e uma inferiorização daqueles vendidos por outros comerciantes na Feira e pode ser vista em outros momentos. Retomando a interação entre China e C e observando sua continuidade, é possível perceber esse ponto (gravação em 20/04/2017, Loja do China).

08<sup>197</sup> C      essa manteiga aqui de garrafa ((olhando garrafas na  
09            prateleira))  
10    Ch      o litro tá vinte e oito  
11    C      não é daonde ela?  
12    Ch      é: do Pará  
13    C      (Pará?/ah tá)  
14    Ch      (0.5) ((olha para os fundos da Loja e dá um passo com  
15            a perna direita para frente)) agora é cem: por cen:to  
16            manteiga [existe manteiga na feira de são cristóvão  
17            muito manteiga misturada entendeu?=  
18    C            [((volta a olhar garrafas na prateleira))]  
19            =é >((olhando China, balançando cabeça vertical e  
20            voltando a olhar garrafas na prateleira))<=  
21    Ch      =sa<sup>198</sup> daí não a daí não tem mistura nenhuma não (1.1)  
22            [é a manteiga mais conhecida aqui da feira de são  
23            cristóvão é a manteiga da dona veva (0.8) é essa aí]  
24    C            [((mexe em garrafas  
25            ((continua mexendo nas garrafas por 9'' até pegar uma  
26            e colocar no balcão, perguntando sobre outro produto))  
(...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1513135/CA



**Figura 163 – C mexe em garrafas**

<sup>197</sup> A numeração começa em 8 por se referir exatamente à sequência do excerto envolvendo C transcrito anteriormente e que termina na linha 7.

<sup>198</sup> Sa = essa

Nesse caso, após um lugar relevante para a transição de falante (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974) em que C não tomou o turno (SACKS, SCHEGLOFF, JEFFERSON, 2003), China permanece com o direito de fala e o que ele seleciona para falar e incentivar que C prossiga à compra do produto é que sua manteiga não tem mistura, diferente daquelas vendidas em outros estabelecimentos da Feira (existe manteiga na Feira de São Cristóvão muito manteiga misturada, entendeu?). Assim, conforme fez na interação com N e O (gravação em 16/05/2018, Loja do China), ao mesmo tempo em que qualifica seu produto, China avisa ao freguês que ele corre o risco de comprar manteiga misturada na Feira, evidenciando assim a competição com outros comerciantes do local que vendem produtos similares (PARK, BURGESS, 2014).

A reação do freguês de concordância (é, balança cabeça verticalmente) informa que o risco de comprar manteiga misturada já era de seu conhecimento. Essa avaliação que China faz do produto parece decisiva para que C volte a se interessar pelo mesmo, pois, a partir desse momento, o freguês olha novamente para as garrafas, avançando para a análise mais detalhada do produto ao pegar algumas garrafas.

Ainda não tendo avançado para a compra e não tendo feito mais perguntas, enquanto olha as garrafas, China produz outra avaliação da manteiga, desta vez destacando se tratar de um produto conhecido (é a manteiga mais conhecida aqui da feira de são cristóvão é a manteiga da Dona Veva<sup>199</sup>). Outro aspecto interessante envolvendo o nome da manteiga é que em algumas garrafas há rótulo com o nome da Dona Veva e em outras não há nada. China explicou que algumas garrafas ele mantinha sem rótulo porque alguns fregueses preferiam assim, por aparentar ser mais tradicional.

Percebi a ausência de nome em algumas garrafas pela primeira em uma conversa gravada em áudio entre China e uma comerciante de um açougue da Feira (gravação em 12/09/2018, Loja do China). A comerciante queria comprar a manteiga de China para revender a um freguês, pois a que ela tinha, a

---

<sup>199</sup> Lembrando que Dona Veva é a dona da Loja do China.



Sertanorte<sup>200</sup>, era mais cara e o freguês queria um produto mais barato. Enquanto a comerciante vendia 500 ml da manteiga Sertanorte por R\$ 22 (cerca de € 4,50), China vendia 1 litro da manteiga da Dona Veva por R\$ 28 (€ 5,80). Cogitar a compra em China para vender a outro freguês explicita que a competição entre comerciantes que vendem os mesmos produtos não exclui a possibilidade de um compartilhamento de fregueses, que era o que de certa forma a comerciante do açougue pretendia fazer.

Na garrafa de manteiga que C olha e em outras dispostas nas prateleiras, não há qualquer rótulo com o nome ou qualquer outra informação sobre o produto. No dia em que trabalhei com China na Loja, uma das atividades que desempenhei foi lavar garrafas de vidro vazias que China usaria para encher de manteiga (gravação em 24/05/2018, Loja do China). Nesse dia o comerciante também mencionou que a proprietária da Loja era quem o ajudava a preparar o produto. Em outra conversa, China me disse que o transporte da manteiga era feito de madrugada, para que a mesma não fosse afetada pelo calor.



**Figura 164 – Lavando garrafas para serem preenchidas com manteiga**

Retomando a interação entre China e C, as avaliações feitas pelo comerciante sobre a manteiga evidenciam uma espécie de recomendação mental para a compra do produto, oferecendo elementos ao freguês para que ele adquira a manteiga. Mais uma vez, é possível ver o comerciante lidando com um comportamento hesitante, assim como foi registrado entre Josine, D e Zé (gravação em 15/04/2017, Barraca da Josi).

A pergunta feita pelo cliente sobre a origem do produto não é comum na Loja do China. Em geral, é o comerciante quem recorre à procedência da mercadoria como forma de valorizá-la, seja atestando sua qualidade ou, em alguns casos, justificando um valor mais alto, como visto na interação com R

<sup>200</sup> A Sernarte é uma empresa de venda de produtos do Pará. A distribuição dos produtos no Rio de Janeiro é feita pela Brasil Típico Distribuidora, com sede no bairro de Vargem Pequena, Zona Oeste da cidade.

(esse é o... trinta e um e noventa porque é da Paraíba, é o melhor de bom, mais gostoso e mais caro) (gravação em 30/04/2017, Loja do China). Também foi o caso na conversa com S (gravação em 10/12/2016, Loja do China), já referida anteriormente. Na continuação, depois de entrar na Loja e cumprimentar China, S vai até o local em que ficam as rapaduras, na lateral do balcão mais perto do fundo da Loja, iniciando assim a escolha do produto.

(...)  
 01 S ESSA (RAPARIGA/RAPADURA) AQUI É TUDO IGUAL? ((olha  
 02 Ch))  
 03 Ch ((olha S)) <sup>é</sup> ((voltando a olhar para o queijo que  
 04 cortava no balcão e balançando cabeça vertical))  
 05 S DEBAIXO?  
 06 Ch ((balançando cabeça vertical, fazendo bico e olhando  
 07 para queijo que cortava))  
 08 S ((olha para rapaduras)) (.) TEM UMA MAIS AMARELA QUE  
 09 OUTRA POR QUÊ? ((olha para Ch))  
 10 Ch ((intercalando olhar para a rua, S e o queijo no  
 11 balcão)) ISSO É NORMAL É: QUE É UMA É Q-É MAIS (.) É  
 12 A MEMA RAPADURA [TUDO DO CEARÁ ]  
 13 S [((olha rapaduras)) (14) ((leva duas  
 14 unidades para o balcão, perto de Ch)) qual<sup>201</sup> é o queijo  
 15 bom que tem aí ( )?  
 (...)



**Figura 165 – S olha para China respondendo sobre rapadura**

É possível ver que S também tem um comportamento hesitante em relação a comprar o não o produto que olhava, manifestando dúvida em relação às rapaduras. Primeiro, pergunta ao comerciante se todas são iguais, ao que recebe uma resposta afirmativa, sem mais explicações (é, balança cabeça verticalmente). No entanto, a resposta do comerciante não satisfaz a dúvida de S, o que é comprovado pela formulação de uma nova pergunta sobre as rapaduras, desta vez com um complemento que especifica o motivo da dúvida: saber por que há rapaduras de diferentes tons de amarelo (tem uma mais amarela que outra por quê?).

<sup>201</sup> Qualé = qual é

No entanto, China não responde o que foi perguntado. O comerciante não diz por que há diferença na cor das unidades do doce. Em lugar disso, primeiro afirma que aquele aspecto era normal, ou seja, que não se tratava de um problema que merecesse, portanto, uma explicação. Porém, diante da continuidade do olhar de S, ainda aguardando uma resposta que satisfizesse sua questão, China afirma que se trata da mesma rapadura (é a mesma rapadura). Nesse momento, S volta a olhar para os produtos. China então acrescenta uma informação sobre a procedência da rapadura (tudo do Ceará). A ausência de mais perguntas sobre a rapadura durante a interação e a compra de duas unidades evidenciam que as informações de China satisfizeram S, mesmo o comerciante não tendo respondido por qual motivo havia diferença entre os doces.

A procedência do produto também é enfatizada por China na interação com a freguesa T (gravação em 10/12/2016, Loja do China). De modo semelhante ao que fez com R, China explica o valor mais alto do queijo JH, dentre outros recursos, referindo-se a ele como “o JH da Paraíba”, diante da reação de espanto de T em relação ao preço.

T pergunta o valor do queijo. China informa que custa R\$ 23,90 (cerca de € 5). T pergunta o preço do queijo manteiga. China diz que o da Paraíba custa R\$ 31,90 (€ 6,60) e o requeijão, R\$ 27,90 (cerca de € 5,80). Na sequência, T confunde os valores do queijo da Paraíba e do requeijão.

(...)

01 T o da paraíba tá vinte e um?  
 02 Ch trinta, e, um, e, noventa,  
 03 T u::i ( ) ((passa mão na testa e olha mulher ao lado))  
 04 Ch é o paraíba é é o melhor é o jh (.) é o tradicional  
 05 antigo esse não é um queijo mais comum  
 06 T °é° ((sai da Loja))



**Figura 166 – T fala “ui” e passa mão na testa depois de ouvir preço de queijo**

É possível perceber que China não enfatiza apenas a procedência do queijo para justificar o valor mais alto. O comerciante também afirma que aquele era o “melhor”, “o tradicional”, “antigo” e mais exclusivo, já que o mais barato era o “mais comum”. Por esse registro, não é possível saber se a freguesa retornou ao estabelecimento para comprar o queijo como ela havia afirmado antes de saber o valor. Mas, em outro registro, é possível ver que o fato de relacionar o preço à procedência do produto não contribui para explicar o valor mais alto e fazer a freguesa (U) comprar o produto. Ao contrário, a avaliação de que o preço cobrado pela mercadoria na Loja do China era superior ao praticado no que ela identificou como local de produção do produto, o estado de Natal, na Região Nordeste do Brasil (tudo de Natal), gera reclamação (aí sai tudo caro aqui) e recusa à compra (gravação em 10/12/2016, Loja do China).

Neste caso, a reclamação direta quanto ao valor do produto não gerou uma tentativa de desconto por parte de China, como aconteceu na interação com o casal que discutia na entrada da Loja (I e J) e em que foi analisado o recurso de contar história (gravação em 30/04/2017, Loja do China). Na conversa em que U reclama do valor, China não produz qualquer comentário ou resposta e U sai do estabelecimento. Além disso, não é o comerciante quem afirma que o produto é de Natal. A freguesa vê o biscoito em cima do balcão e faz essa afirmação depois de ter perguntado o valor de outros produtos. Percebe-se, portanto, que o aspecto do produto é comunicante, podendo informar não apenas do que se trata a mercadoria, mas também uma relação de pertencimento a um local específico. A aparência dos produtos pode ainda comunicar sobre seu estado de conservação, daí a chateação de China quando as manteigas de garrafa não ficam com aspecto homogêneo devido ao calor no momento em que são engarrafadas.

Retomando a interação entre R e China, devido às perguntas feitas pela freguesa, o aspecto tanto da massa quanto da goma não estavam sendo suficientes para que R sentisse segurança em comprar os produtos (gravação em 30/04/2017, Loja do China). Apesar de não costumar oferecer uma prova da massa, em relação à goma, além de acionar a composição do produto como

atributo de qualidade, o comerciante adota o recurso usado em relação ao queijo e oferece uma prova.

- (...)
- 16<sup>202</sup> R [( ) ] [tá azeda?] [(se tiver) azeda] ( )  
 17 Ch [oi?] [TAMBÉM NÃO ] essa aqui  
 18 é mais-essa tapioca aqui da mandioca MESmo (.)  
 19 ((abrindo saco da goma)) a maioria dessas que tão aí  
 20 ( ) vende tapioca de polvilho molhado ((balança o  
 21 saco da goma)) ó ((leva o saco da goma aberto em  
 22 direção a R))  
 23 R [((cheira goma dentro do saco))]  
 24 Ch [pode provar ]  
 25 R ((balança cabeça verticalmente))  
 26 Ch pode provar [pra ver ]  
 27 R [((coloca mão no saco] e leva à boca))  
 28 Ch (que) é doce essa é doce  
 29 R ((eleva dedo polegar))  
 30 Ch a minha goma é muito boa  
 31 R ((balançar de cabeça vertical))  
 32 Ch a mi[nha goma é- ]  
 33 R [-essa eu to preocupada] de tá muito azeda [pra  
 34 fazer] o bolo de fubá  
 35 Ch [nã:::  
 36 ]  
 37 Ch é pra i↑sso °(mesmo)°  
 38 R ((balançar de cabeça vertical))  
 39 Ch °(é pra isso m)°- o bolo- a massa- já a massa puba ela  
 40 é azedada por que? porque ela-  
 41 R -ela fica de mo:lho  
 42 Ch de mo:lho aí então leva uma sema:na lá ( ) lá  
 43 R eu sei disso  
 44 Ch aí depois LAva aí bota pra (poder vender)  
 45 R [eu sei.disso ]  
 46 Ch [((inicia movimento de pegar algo dentro do balcão e  
 47 interrompe)) ]  
 48 Ch ~mais o que meu amor?~  
 49 R ( )
- (...)
- 70<sup>203</sup> R a: ve:nho do jeito que a- você tem a seca pra fazer:  
 71 bolo?  
 72 Ch tem ((toca produto prateleira dentro balcão)) a doce  
 73 R mas é a mesma coisa?  
 74 Ch é só que é um polvilho (.) no-não num é a mesma coisa  
 75 [que é o polvilho ]  
 76 R [é não não é a mesma ] coisa  
 77 Ch você quer eu sei a qual que é ((toca mão de R))  
 78 R tapioca seca [natural]  
 79 Ch [é ] você pode fazer em casa se  
 80 quiser  
 81 R com ela [deixa ela- ]  
 82 Ch [>°-não aquela dali°<] [°aquela ( ) pedra°=  
 83 R eu sei

<sup>202</sup> A numeração começa em 16 para indicar que turnos deste excerto transcritos anteriormente serão novamente usados na análise, iniciando da linha 16.

<sup>203</sup> A numeração começa em 70 para indicar que foram subtraídas partes da transcrição e também para permitir que a mesma seja coincidente com outro trecho da gravação tratado no tópico 7.3.

84 Ch ( ) PENE:RA E BOTA NUMA PENEIRA GROSSA  
 85 R e deixa ela secar  
 86 Ch E BOTA PÁ SECAR  
 87 R °((balançar de cabeça vertical))°  
 88 Ch AÍ:-  
 99 R não tem nenhuma barraca [que vende seca aqui? ]  
 90 Ch [não vende não não vende não]  
 (...)

Esse procedimento de oferecer uma prova da goma não é usual na Loja, tendo sido registrado somente nessa interação. Essa oferta de prova da goma pareceu incomum até mesmo para a freguesa, pois a primeira reação de R diante do saco da goma aberto e levado em sua direção pelo comerciante foi cheirar o produto. É China quem diz para a comerciante provar e precisa repetir essa informação para que ela proceda à ação por ele orientada. Essa oferta da prova por China reforça ainda mais o caráter situado das soluções que oferece para os problemas identificados nas interações com fregueses em relação à concretização da venda.

Apesar de provar a goma e aprová-la (balança cabeça verticalmente), R não prova a massa puba e, portanto, permanece com a dúvida em relação ao produto. É o que se apreende do fato de que, depois de provar a goma, R interrompe a avaliação de China sobre este produto (a minha goma é) e volta a questionar se a massa não pode estar azeda (essa eu to preocupada de tá muito azeda). Mas, diferente das primeiras manifestações de dúvida, desta vez R complementa sua dúvida explicando sua preocupação ao informar o uso que faria do produto (pra fazer o bolo de fubá). China então usa essa informação para confirmar que a massa era mesmo para o fim mencionado por R (é pra isso mesmo) e começa a explicar o motivo de a massa ser azeda, retomando, como havia feito no início, a inserção do termo ‘azeda’ na coleção ‘modo de preparo’ ou ‘característica do produto’, retirando-o da coleção ‘estado de conservação do produto’.

A partir desse momento, China inicia uma explicação sobre o processo de fabricação da massa do qual R explicita ter conhecimento e não precisar ser informada. Essa explicitação é feita principalmente por uma interrupção, quando R não toma o turno em um lugar relevante de transição de falante, mas antes dele, tratando assim a elocução que China estava fazendo como suficientemente completa para ela (SACKS, 1972). R interrompe China

respondendo uma pergunta feita pelo comerciante (ela é azedada por que?) que não havia sido produzida para ser respondida pela coparticipante, mas que o próprio China pretendia responder integralmente. Isso é percebido pela ausência de espaço entre o primeiro “por que” de China, que indica a pergunta, e o segundo “porque”, que indica o início da resposta, ambos proferidos no mesmo turno de fala. Mas, antes que China responda integralmente a pergunta que ele havia colocado, R introduz um interruptor ao dizer “ela fica de molho” (SACKS, 1972).

China em reação produz uma concordância com R ao repetir “de molho”. Na sequência, China continua descrevendo o processo de fabricação, enquanto R continua informando a China que aquelas informações eram conhecidas ao dizer duas vezes “eu sei disso”. Assim, China encerra a explicação de como é feito o produto e parece encaminhar o fim da interação ao fazer um movimento de abaixar no balcão para pegar uma sacola e ao perguntar se a freguesa queria algo mais (mais o que, meu amor?). Interessante perceber que esse encaminhamento para o fim da interação é feito pelo comerciante com o uso de uma expressão relacionada a uma relação afetiva (meu amor) e com um modo de falar com entoação melódica (~), que remete a uma cordialidade. Apesar desse aparente encaminhamento para o fim da interação, a mesma prossegue, pois a freguesa solicita queijo ao comerciante.

Na sequência da interação, é possível ver novos momentos em que R parece se empenhar em mostrar ao comerciante que não precisava que ele lhe explicasse sobre os produtos, o que fica evidente pela descrição do processo de preparo da tapioca seca em casa antes que o comerciante o fizesse (com ela, deixa ela), pela antecipação da fala de China (e deixa ela secar), pelo uso da expressão “eu sei”, pelo balançar de cabeça verticalmente diante das explicações de China e pela interrupção do comerciante (não tem nenhuma barraca que vende seca aqui?).

Mesmo assim, China fornece orientações, inclusive reparando afirmações equivocadas feitas por R. No entanto, ao fazer isso, China utiliza recursos que minimizam o desconforto causado pelo reparo feito pelo outro, a ação “mais despreferida”, segundo Pomerantz (1984). É possível ver na transcrição, por exemplo, que diante de um autorreparo de R produzido de modo colaborativo com China (Ch: não, num é a mesma coisa... / R: é, não é a mesma coisa), o

comerciante afirma entender a freguesa, sabendo a quê ela se refere e nesse momento tocando em sua mão. Em outro momento, ao corrigir a matéria-prima que R devia usar para preparar a tapioca seca em casa, China usa um volume de voz mais baixo de voz. Ao tentar explicar as etapas de produção (Aí-), R novamente interrompe China (não tem nenhuma barraca que vende seca aqui?).

Assim, nesse excerto, parece haver uma competição sobre o conhecimento a respeito da fabricação do produto entre China e R no sentido de que tanto o comerciante quanto a freguesa se empenham em demonstrar que conhecem o processo. O comerciante se coloca para a freguesa não apenas como um revendedor da mercadoria, mas como um entendedor de como a mesma é produzida e, portanto, conhecedor da melhor forma de armazená-la e oferecê-la com boa qualidade. Já a freguesa se coloca para o vendedor como alguém que também sabe como o produto é feito e, portanto, conhecedora do risco de o mesmo não estar bom.

A interação entre R e Ch, portanto, ilustra a existência de fregueses que conhecem mais os produtos se comparados a outros que adquirem mercadorias no estabelecimento. Outro exemplo é a interação entre P e Q, já referida anteriormente (gravação em 10/12/2016, Loja do China). Isso porque, mesmo sem que China tivesse pedido a especificação do queijo, P a informa, evidenciando que era preciso especificar a qual queijo se referia para que China tivesse condições de fazer o atendimento. Situação diferente acontece na interação com Y, quando China pergunta “menos ou mais” e a freguesa fica em silêncio, mostrando que não tinha conhecimento de que poderia escolher entre um queijo menos ou mais salgado (gravação em 30/04/2017, Loja do China).

Outro caso de freguesa que demonstra conhecimento sobre os produtos é especialmente interessante por envolver uma categorização de China pela freguesa. Sendo uma feira que tem a Região Nordeste do país como temática, é possível encontrar nos estabelecimentos muitos comerciantes nascidos em estados dessa Região do Brasil. Esse não é o caso de China, conforme já mencionado. No entanto, o registro a seguir oferece indícios de que o comerciante é categorizado como proveniente de estados da Região Nordeste por uma mulher (G1) que compra goma de mandioca (gravação em 20/04/2017, Loja do China). Enquanto China pega a goma no fundo do balcão, G1 diz.



(...)  
01 G1 ((olha para rapaduras)) ai meu filho não posso  
02 comer uma rapadura ((mexe na bolsa))  
03 Ch ((pega goma no fundo da Loja e coloca na balança  
04 olhando para balança))  
05 G1 a gente que é das raízes não tem jeito né?  
06 Ch ((pesa goma olhando para balança))HEIM? ((>olha G1  
07 e volta para o fundo do balcão<))  
08 G1 a gente que é das raízes não tem jeito [né?]  
09 Ch ((pesa goma olhando para balança)) [É: ]  
10 G1 [cearense ( ) comi muita rapadura quando era  
11 criança não como mais (0.1) diabetes quando a gente  
12 chega uma certa idade tudo acontece (0.2) né?]  
13 Ch [((fechando saco da goma)) ]é:  
(...)

O uso do verbo na primeira pessoa do plural (a gente) e a resposta do comerciante (é) conferem um caráter ambíguo em relação ao entendimento da cliente sobre China ser do Nordeste e à confirmação disso pelo comerciante. O uso da primeira pessoa pode se referir a pessoas como G1 que são “das raízes”, não necessariamente incluindo o comerciante. A resposta do comerciante concordando com a freguesa pode se referir a uma concordância com sua afirmação, não necessariamente se incluindo, mas também não se excluindo. Mais uma vez, a regra de consistência parece desempenhar um importante papel em interações estabelecidas na Feira (SACKS, 1972). Sendo comum encontrar pessoas provenientes do Nordeste na Feira, China, que está naquele ambiente e não oferece elementos para ser categorizado de outra forma, acaba muitas vezes sendo considerado como natural dessa região.

Esse exemplo também pode ser compreendido recorrendo-se à noção de pragmatismo de James (1907). Se acreditar que o comerciante é proveniente de um estado da Região Nordeste gera como consequência prática a compra da mercadoria pela mulher e se o esclarecimento desse ponto não foi uma questão colocada ao comerciante, então não há motivo aparente para que China faça uma correção, como de fato não fez.

Casos como os de G1 mostram que os produtos também são atrelados a uma memória afetiva dos clientes, o que remete a uma conversa que tive com um motorista do serviço Uber proveniente da cidade de Recife, no estado de Pernambuco, que afirmou pagar o preço que fosse para sentir novamente o gosto do queijo coalho (15/11/2018, diário extracampo).

Se há fregueses que demonstram um conhecimento prévio dos produtos, outros parecem conhecer pouco das mercadorias que pretendem adquirir, como nos casos em que China explica o modo de usar determinado produto. Em uma das gravações, China ensina a preparar tapioca usando a goma de mandioca.

Duas mulheres (V e X) olham e mexem nos sacos de goma de mandioca e depois se dirigem ao balcão, enquanto China fala com Y (gravação em 30/04/2017, Loja do China). É interessante observar que parar no balcão costuma ser uma indicação de fregueses para o comerciante e para outros fregueses de que se deseja falar com o comerciante, pois ali costuma ser o ponto mais próximo entre ambos, já que China costuma estar na parte de dentro do balcão. Assim, a posição próxima ao balcão e de frente para a área em que o comerciante fica parece ser um importante dispositivo de requerimento de atenção (SCHEGLOFF, 1968).



**Figura 167 – V e X aguardam atendimento no balcão**

Como China estava atendendo outra freguesa, V e X precisam aguardar para falar com o comerciante. Um caso ocorrido nesta mesma gravação, minutos antes, evidenciou que, ao não se dirigir ao balcão para fazer uma pergunta ao comerciante, a freguesa precisou elevar o volume da voz e acabou interrompendo a pergunta que a freguesa que estava sendo atendida no momento, Y, fazia a China.



**Figura 168 – Freguesa interrompe atendimento de China a Y**

No entanto, uma gravação chamou a atenção para o fato de que não somente a distância do balcão e, portanto, do comerciante, pode suscitar o uso

do volume mais alto da voz por fregueses, mas também o fato de o comerciante estar ocupado no atendimento a outras pessoas. O registro em que isso ficou evidente foi a interação entre Z, Marquinho (Mc), ajudante de China, e China. Essa evidência foi marcada pela ênfase dada ao freguês à resposta do comerciante em volume mais alto, uma reação à sua pergunta, feita também em volume mais alto de voz (gravação em 07/05/2017, domingo, Loja do China).

01 Z MO:ÇO ((se aproxima do *freezer* frontal da Loja))  
 02 QUANTO QUE É ESSE NEGÓC-DESSE: ESSE ESPETINHO AQUI?  
 03 Mc TRINTA REAIS O PACOTE COM VINTE ESPETO  
 04 Z que isso cara? ô:: num expulsa não po eu só  
 05 perguntei  
 06 Mc, Ch ((riso))  
 (...)



**Figura 169 – Sequência do primeiro requerimento de atenção por Z ao riso dos comerciantes, da esquerda para a direita, de cima para baixo**

Nessa interação, Z faz uma brincadeira tanto com o preço do produto quanto com o volume mais alto de voz com que o mesmo foi informado por Marquinho. O interessante a observar é que, além de começar a falar quando ainda estava distante de Marquinho, Z mantém o volume mais alto de voz como requerimento de atenção mesmo estando mais próximo ao balcão, sendo, nesse caso, o fato de o comerciante estar atendendo outros fregueses um possível desencadeador desse recurso.

Retomando a interação entre V, X e China, é possível ver que recurso diferente foi usado por V para chamar a atenção do comerciante enquanto ele atendia outra pessoa. Em lugar de elevar o tom de voz, V se valeu da proximidade momentânea do comerciante para fazer uma questão. Quando China vai para a parte do balcão em que V e X estão para embalar o queijo que

a outra freguesa estava comprando e quando China olha para V e X ao fazer a brincadeira desencadeada pela interação com Y (comer muito faz bem pra saúde), V faz uma pergunta ao comerciante. Segurando um saco de goma, V pergunta se o produto já está peneirado. Tendo recebido resposta afirmativa, V pergunta se a goma estava boa. China responde que sim, acrescentando que aquela era goma “da mandioca mesmo” e que V poderia “levar garantido”. V então insere a pergunta sobre como usar o produto, perguntando se era “só botar na frigideira sem nada”. Interessante perceber pela resposta de China que ele compreende que V pretendia usar a goma para fazer tapioca mesmo sem que ela tivesse dito isso, apenas por associar o fato de colocar a goma na frigideira a uma etapa do preparo desse alimento.

China responde que sim, adicionando que se ela quisesse poderia colocar sal. V confirma com China que poderia colocar sal ou açúcar. Logo em seguida, X pergunta o valor, recebendo de China a informação de que a goma custava R\$ 7 (cerca de € 1,50). V e X ficam em silêncio olhando para o pacote da goma nas mãos de V. China então produz uma avaliação da goma, afirmando que aquela goma era “da boa mesmo”, “especial mesmo” e que muitos estabelecimentos na Feira vendiam polvilho molhado, afirmando que ele não, pois vendia “a goma da mandioca mesmo” (POMERANTZ, 1984).

China volta a falar com a freguesa que atendia anteriormente, Y, recebendo o pagamento pelo queijo que ela havia comprado, enquanto V e X voltam para a prateleira das gomas. V passa a mão em alguns sacos de goma e troca o que tinha nas mãos por outro, voltando em seguida para o balcão. Quando a outra freguesa se vira em direção à porta, terminando de falar com China, V se dirige ao comerciante.

(...)

01	V	no caso
02	Ch	BRIGADA GENTE TUDO DE BOM heim
03	V	é só espalhar na frigide:ira ((fazendo gesto de
04		espalhar))
05	Ch	((balança corpo verticalmente))



**Figura 170 – V faz gesto de espalhar e China balança corpo para frente**

06 V deixar uma capi:nha  
 07 Ch isso  
 08 V ((faz gesto de batidas)) [aí ( )]-  
 09 Ch [aq- aq- ] aquela  
 10 frigideira aí que não gruda ((gesto de segurar  
 11 frigideira))



**Figura 171 – China faz gesto de segurar frigideira**

12 V aquela preta? (((olha para X fazendo gesto circular)))  
 13 Ch [>((balança cabeça verticalmente))<  
 14 aí cê<sup>204</sup> sap-((fazendo gesto mexer frigideira)) ]  
 15 SAPE:IA aí cê- (0.5)[FOGO ALTO]  
 16 V [( )]  
 17 aí você mexe aí que ela começou a roDAR: na na  
 18 frigideira aí tu pode virar ((faz gesto de levantar  
 19 frigideira para virar alimento))



**Figura 172 – China faz gesto de virar frigideira**

20 V e e QUANTAS: quanto que a gente °bota na frigideira?°  
 21 Ch hã?  
 22 V quanto?  
 23 Ch NÃ:O QUANTO CÊ QUISE:R se quer [bem fini:nha quer mais  
 24 grossi:nha aí FICA O TEU CRITÉRIO ENTENDEU?]<sub>1</sub>]<sub>2</sub>  
 25 V [(balança cabeça  
 26 Ch verticalmente)) ]<sub>1</sub>  
 27 [essa aqui ]<sub>2</sub> dá  
 28 pra [quantas tapiocas? ]  
 29 Ch [aí dá pra fazer o mínimo umas] dez tapioca  
 30 X [(dá dinheiro a Ch)]  
 31 V [((olha para a mão de X dando dinheiro a Ch))]  
 32 Ch ((pega dinheiro com X)) entendeu? [((pega troco)) ]  
 33 X [joguei fora um saco  
 34 desse ((tocando no saco)) porque eu não sabia fazer]  
 (...)

<sup>204</sup> Cê=você

Mesmo depois de efetuado o pagamento, China continua dando explicações sobre o preparo, agora para X, acrescentando o local mais apropriado da geladeira para guardar a goma, conforme mencionado anteriormente (na beirada da geladeira, na parte mais alta, que gela mais), e afirmando que X não tinha conseguido preparar a tapioca anteriormente porque teria usado polvilho molhado em lugar de goma de mandioca.

Percebe-se que V já retoma a conversa com China a partir do assunto sobre o uso da goma para o preparo da tapioca, iniciando a partir desse ponto uma troca de turnos colaborativa entre ambos, em que V começa descrevendo as etapas do modo de preparo (no caso, é só espalhar na frigideira, deixar uma capinha), com as quais China, a cada lugar relevante de transição de falante (SACKS et al, 1974), manifesta concordância por meio do uso de continuadores (balança corpo verticalmente, isso), incentivando V a prosseguir, e também faz complementos. Assim, se inicialmente é V quem descreve as etapas da produção, durante a explicação é China quem assume o piso interacional, tendo reivindicado o mesmo pelo acréscimo de uma informação (aquela frigideira aí que não gruda). A partir daí, China assume a narração do modo de preparo da tapioca (aí cê sapeia...), após o que V faz perguntas (quanto que a gente bota na frigideira? Dá pra quantas tapioca) e China responde (...o quanto cê quiser..., aí dá pra fazer o mínimo umas dez tapioca).

Se na conversa entre R e China os dois competem pelo conhecimento sobre os produtos, com China desistindo de explicar sobre a fabricação da massa puba por R informar que tinha conhecimento sobre o assunto, na interação com V e X o comerciante explicou toda a etapa de produção da tapioca, tendo ainda repetido partes do processo. Se com R o comerciante se empenhou em garantir que a massa puba não estava demasiado azeda, com V e X China se esforça em ensinar a usar o produto, sendo a facilidade com que o produto pode ser usado o aspecto mais relevante para a compra. Mesmo tendo afirmado não ter conseguido preparar a tapioca em ocasiões anteriores, X concorda em comprar o produto após as explicações de China. Caso similar acontece em relação a R, que comprou a massa puba mesmo sem provar. No caso de R, além das explicações, a prova da goma, assim como do queijo manteiga na sequência da conversa, parece ter exercido influência importante na decisão de compra de R. Já para V e X o comerciante não ofereceu a prova

da goma, tendo usado como recursos a explicação sobre como usar o produto e a matéria-prima empregada em sua composição, que facilitaria o preparo.

Além dos momentos de atendimento aos fregueses, o encaminhamento dos fins de interação e as despedidas são momentos privilegiados para a compreensão do modo como China conduz seu negócio na Feira, como é mostrado no tópico a seguir.

### 7.3

#### Despedidas

Muito frequentemente, China se despede dos fregueses com a expressão “tudo de bom”, como já mostrado em transcrições anteriores. Mas a análise dos fechos e pré-fechos das interações estabelecidas na Loja permitiu identificar outras duas características marcantes nesses momentos. Uma delas, pouco antes do fim da interação, diz respeito a ações ou esclarecimentos do comerciante com vistas a destacar qualidades dos produtos. Outra característica é a entrega do cartão de visita sem que o freguês peça, incentivando que o mesmo volte ao seu estabelecimento em outras ocasiões.

Um caso exemplar de explicação sobre produto com vistas a compras futuras é a interação envolvendo N e O, já referida anteriormente (gravação em 16/05/2018, Loja do China). Os dois homens retornam à Loja segundos depois de terem visto manteiga de garrafa no estabelecimento. Esse registro é emblemático por envolver meu esforço de adotar a validação de entendimentos com o comerciante e, por meio disso, aprender com China que estava, erroneamente, fazendo inferências, e não me baseando nos dados à disposição para entender o que estava se passando. Essa postura me fez compreender inicialmente de modo equivocado o porquê de China ter dito o que disse.

Depois de 32 segundos, O retorna à Loja, seguido de N, escolhe uma garrafa pequena de manteiga, mostra-a a N, se dirige ao balcão e a entrega a China informando que levará aquela. Durante a venda, China explica a “pouca”



quantidade de manteiga de garrafa nas prateleiras afirmando que receberia mais em breve.



**Figura 173 – Sequência em que O pega manteiga e mostra a N antes de entregá-la a China**

```
(...)
01 O      eu vou levar essa ((entrega garrafa a China))
02 Ch     ((coloca garrafa em sacola plástica e depois diz,
03         apontando prateleira e entregando produto a O)) tá
04         vendo pouca manteiga porque a: [>remessa minha<
05         chega depois de aman-a semana que vem]
06 O      [(balança cabeça
07         vertical)) tá bem ] quanto é?
08 Ch     é: Orito
09 O      ((dá dinheiro a China))
10 Ch     ((dá o troco)) >brigada< (.) >tudo de bom tá?<
11 O      ( )
```

O fato de China produzir uma explicação no momento em que O já pagava pela mercadoria me fez considerar que o comerciante parecia se empenhar em encaminhar vendas futuras e em maior quantidade àquele freguês (SCHEGLOFF, 1968). China se preocupa em explicar que O estava vendo poucas unidades da manteiga porque estava na época de o comerciante receber mais mercadorias. Compreendi essa fala como uma tentativa de China de informar que tinha capacidade de fornecer mais unidades do produto do que as dispostas na Loja naquele momento, o que me levou a inferir que China havia categorizado O e N como comerciantes.

Meu raciocínio foi que, para um freguês de varejo, não faz diferença a prateleira estar cheia de produtos, já que ele terá interesse em poucas unidades. Considerei também o fato de China ter tido uma conversa curtíssima com O e N, e que, portanto, o comportamento de ambos, analisando e falando sobre o produto antes da compra, teria levado o comerciante a essa categorização.

Avançando ainda mais no entendimento que havia criado em minha cabeça, admiti que a ênfase na qualidade do produto, e não em preço, teria sido feita por China devido a uma categorização de O e N como comerciantes



interessados em adquirir bons produtos, mais do que em comprar os mais baratos. O fato de não ter perguntado o valor da mercadoria antes de se decidir pela compra foi um indício para que eu fizesse esse tipo de inferência, além do modo como os dois homens estavam vestidos, que considerei ser diferente daquele como em geral os comerciantes que trabalham na Feira se vestem. Tudo um grande equívoco.

Ao mostrar uma foto reproduzindo um *frame* da gravação e ao contar a China o que havia transcrito e perguntar por que o comerciante havia se preocupado em explicar o motivo de ter pouca manteiga, China me disse que sua intenção era dizer que o produto não era velho. O comerciante explicou que às vezes o freguês vê pouca mercadoria e acha que está comprando resto, ou seja, produto velho. O que China quis mostrar com a explicação foi que sua venda é muito alta e que ele está sempre recebendo produtos. Por esse motivo, havia poucas unidades da manteiga. Perguntei a China se ele tinha considerado que aqueles homens poderiam ser comerciantes, comprando a manteiga para experimentar. Ele prontamente rechaçou essa hipótese, afirmando que um comerciante não compraria uma unidade. Após essa conversa com China, revi todas as transcrições usadas neste trabalho, retirando todas as inferências que havia feito sem me basear nos dados.

Tendo como base os dados e o que China me contou sobre o motivo de produzir a explicação para o freguês, interessa destacar o empenho do comerciante em produzir essa justificativa. Isso porque, diferente dos exemplos mostrados no item 7.2, O já estava comprando a mercadoria e não precisava de um incentivo de China para decidir se levava ou não o produto. No entanto, apesar de já ter se decidido pela compra, o freguês ainda não tinha pago pela manteiga, o que pode ser um indício de que o empenho do comerciante tinha como objetivo não apenas encaminhar vendas futuras, mas talvez aumentar a quantidade de unidades adquirida naquela compra.

Se na interação entre O e China a intenção de que a explicação ajudasse a realizar vendas futuras é uma hipótese, naquela que envolve R não há dúvidas de que esse era o objetivo do comerciante. Isso porque, China formula essa finalidade ao explicar que estava trocando as gomas escolhidas pela freguesa por unidades retiradas do *freezer* há menos tempo.

(...)  
 57<sup>205</sup> R ((pega um saco de goma na prateleira)) aqui ó= (mas)  
 58 vê se não tá azeda também [se 'tiver' no ponto dessa  
 59 tá boa ]  
 60 Ch [((pega sacos, sai de trás  
 61 balcão))] vou (modificar) a tua goma ainda  
 62 R hã? ((se vira em direção a Ch))  
 63 Ch ( ) agorinha mesmo ((anda até a prateleira)) essa  
 64 aqui eu peguei de madrugada >entendeu<? e essa aqui  
 65 eu peguei agorinha mesmo ((pega gomas e anda de volta  
 66 para dentro do balcão))  
 67 R ((olhando para Ch)) tá  
 68 Ch ((entrando balcão)) tu vai ficar mais na confiança  
 69 ainda você vai vol-agora tu vai vim direto aqui  
 70 R a: ve:nho do jeito que a- você tem a seca pra fazer:  
 71 bolo?  
 (...)

Conforme mostrado anteriormente, a interação envolvendo China e R foi marcada por muitos questionamentos da freguesa a respeito do bom estado de conservação dos produtos e pelo esforço de China em garantir que as mercadorias estavam boas, tendo inclusive oferecido a prova da goma, algo incomum na Loja. No fim da interação, China parece se empenhar em garantir vendas futuras para R ao trocar as unidades de goma que a mesma havia escolhido, o que só foi registrado nessa interação no *corpus* da pesquisa. O comerciante explica sua ação, afirmando que substituiu os produtos por unidades retiradas do *freezer* há menos tempo (essa aqui eu peguei de madrugada, entendeu? E essa aqui eu peguei agorinha mesmo), e que teve essa iniciativa para que R sentisse confiança e voltasse ao estabelecimento outras vezes (tu vai ficar mais na confiança ainda você vai vol-agora tu vai vim direto aqui). A freguesa, por sua vez, afirma sua intenção de voltar ao estabelecimento (a, venho) e continua a conversa perguntando por outro produto (você tem a seca, pra fazer bolo?), iniciando o trecho transcrito no tópico anterior.

O fecho dessa interação também é um registro especialmente interessante por envolver não apenas a entrega do cartão de visita, mas a formulação de China sobre o motivo da entrega, o que envolve a volta da freguesa ao estabelecimento (GARFINKEL; SACKS, 1970). Já no fim da conversa, China oferece um cartão da Loja para que R possa encontrá-lo novamente.

<sup>205</sup> A numeração começa em 57 para que a linha com o turno tratado no tópico 7.2, linha 70, tivesse a mesma numeração também neste tópico, indicando se tratar de uma interseção entre os excertos.

(...)

01 Ch ((entregando troco)) >BRIGADA<sup>206</sup> MEU AMOR< [TÁ LEVANDO  
 02 UM ~CARTÃOZINHO ME:U:~? ((coloca mão sobre cartões))]  
 03 R [((se afasta  
 04 balcão mexendo em sua bolsa e olhando para ela)) ]  
 05 ((se aproxima balcão olhando mão China)) não ((estica  
 a  
 06 mão))  
 07 Ch LEVA QUE AÍ VOCÊ AGORA NÃO PRECISA: ((entrega cartão))  
 08 R tá ((saíndo da Loja))  
 09 Ch [SE PERDER DE MIM]  
 10 R [BRIGADA TÁ? ]

Diferente da interação entre China e Gr2 (gravação em 30/04/2017, Loja do China), em que A1 pede o cartão do comerciante (me vê um cartãozinho do senhor?), nesta é China quem oferece o cartão a R. Essa prática foi identificada em outros registros, mas neste a explicação produzida pelo comerciante é especialmente interessante. Isso porque, China se refere a um dos aspectos que caracterizam a Feira: a dificuldade de localização.

Conforme destacado no Capítulo 3, é muito fácil se perder na Feira, principalmente em dias de maior movimento, como nos fins de semana. A semelhança entre ruas e estabelecimentos, muitos sem letreiros, e o tamanho da Feira contribuem para que seja muito difícil voltar a um estabelecimento sem se perder ou ter que perguntar. Nos casos de barracas que não são conhecidas pelos nomes que constam no letreiro ou que sequer possuem letreiro, nem perguntar é uma solução. Isso porque, nesses casos, as barracas costumam ser conhecidas entre os comerciantes pelo nome do responsável, informação dificilmente disponível para os clientes de modo geral.

Frequentando a Feira muitas vezes por ocasião da pesquisa, quando estou acompanhada por amigos, tendo a virar a guia do grupo. Mesmo assim, preciso pensar um pouco antes de seguir para determinado local. E quando se trata de um estabelecimento que não fica próximo à Loja do China, a tarefa é ainda mais difícil. Portanto, a explicação usada por China para a entrega do cartão de visita (leva que aí você agora não precisa se perder de mim) é muito pertinente.

China parece fazer uso dessa forma de comunicação quando percebe que há abertura do freguês para isso, identificada pela conversa estabelecida ao longo da interação. Foi assim na interação com R e também naquela envolvendo V e X, em que China, após ensinar fazer tapioca, também entregou

seu cartão de visita sem que as clientes tivessem solicitado (leva o meu cartãozinho).

As interações mostradas neste tópico evidenciam como comerciante e fregueses se ajustam uns aos outros em interação, estabelecendo acordos compartilhados. Os exemplos evidenciam que as interações entre comerciante e fregueses constituem um aspecto importante na forma como o comércio é realizado na Loja do China. A conversa pode, por exemplo, gerar desconto, esclarecer dúvidas que ajudem a concretizar a venda, garantir a compra de produtos mais frescos e proporcionar momentos de descontração.

Durante a interação, o comerciante escolhe o que usar de acordo com o que percebe ser efetivo para concluir a venda àquele freguês naquele momento. O freguês, muitas vezes, se empenha em obter o máximo de benefício na transação comercial e também da relação com o comerciante, seja esse benefício um preço mais baixo, um produto mais fresco ou ainda o favor de ter um objeto guardado na Loja enquanto passeia pela Feira, dentre outras possibilidades. Sendo assim, é possível perceber que o contato presencial é um elemento importante nesse comércio.

Mas não é apenas das relações com os fregueses que a Loja do China se constitui e se mantém viva na Feira. As relações com outros comerciantes parecem ser tão importantes quanto essas, como é mostrado a seguir.

## 7.4

### Comerciantes na Feira

As interações registradas entre China e comerciantes envolveram prioritariamente três tipos de participantes: 1) pessoas responsáveis por estabelecimentos na Feira; 2) pessoas que trabalham em outros estabelecimentos da Feira, mas que não são responsáveis por eles; 3) pessoas que desenvolvem comércio fora da Feira, aparentemente sendo responsáveis por eles. Essas identificações são destacadas sempre que os dados permitem.

---

<sup>206</sup> Brigada=obrigada

Foram identificadas como características da relação entre China e demais comerciantes as seguintes temáticas transformadas em categorias de análise neste tópico: amizade na condução dos negócios, orientações para comerciantes, conversas amistosas e tensões, relações de parentesco.

\*\*\*

A palavra ‘amizade’ que nomeia a categoria ‘amizade na condução dos negócios’ foi escolhida de forma êmica por ser usada pelos comerciantes para justificar as práticas descritas neste tópico. Estas começaram a ser alvo de atenção pela identificação de uma atividade específica: o compartilhamento da máquina para o recebimento de pagamentos feitos pelos clientes com cartão. Durante a primeira ida à Feira, ainda com o intuito de saber se seria possível desenvolver a pesquisa no local, fiz essa anotação no diário de campo a respeito do pagamento da conta na Barraca da Josi.

Ao final, quando pedimos para pagar com cartão, Josine pediu que sua filha nos levasse até a barraca de uma amiga sua, em outro corredor. Tratava-se de uma loja de perfumes, que também vendia hidratantes e outros produtos de beleza (01/11/2015, diário de campo).

Assim, o pagamento da conta foi feito em um estabelecimento distante da Barraca do Josine, em outro corredor, na barraca de uma pessoa que Josine categorizou como sua “amiga”. Semelhante a Josine naquele momento, o primeiro dia de gravação na Loja do China evidenciou que ele também usava máquinas de comerciantes de outros estabelecimentos para receber as compras pagas com cartão (gravação em 10/12/2016, Loja do China). Um desses estabelecimentos é um açougue, conforme mencionado por China no início da interação com T, referida anteriormente.

```
(...)
```

01	T	o: senhor aceita cartão aqui↑?
02	Ch	e:u >passo ali no açougue<
03	T	(0.8) °o senhor passa [no açougue?°]
04	Ch	[((balança cabeça
05		vertical))é ] pode comprar
06		que a gente passa lá no açougue lá
07	T	°é°?
08	Ch	°mm°

```
(...)
```

China, que está cortando e pesando queijos, responde que passa no açougue. T parece estranhar a resposta de China e repete a informação dada pelo comerciante em forma de pergunta (o senhor passa no açougue?). China

confirma (é, pode comprar que a gente passa lá no açougue lá). T checa mais uma vez (é?) e novamente tem resposta positiva de China (ãhã).

Atualmente, Josine possui a máquina para receber pagamentos feitos com cartão, sendo sua barraca outro estabelecimento para o qual China encaminha os fregueses que não pagam as compras em dinheiro, conforme mostra o registro a seguir (gravação em 15/04/2017, Barraca da Josi).



**Figura 174 – Sequência em que China aponta Barraca da Josi; o comerciante grita para José; a cliente usa a máquina de Josi, da esquerda para a direita**

Ao presenciar essa situação, perguntei à Josine como funcionava na Feira o acordo para o uso do equipamento. Fui informada sobre o pagamento de um percentual ao comerciante que é dono da máquina, conforme registrei em diário de campo.

Em dado momento, vi também uma mulher pagar a conta de outra barraca na Barraca da Josi. Perguntei à Josi se ela descontava algum valor por isso e ela disse que a prática era cobrar 10%, por causa do desconto da empresa que fornece a máquina de cartão (15/04/2017, Barraca da Josi, diário de campo).

Apesar do ruído proveniente dos vários karaokês perto da Barraca da Josi, foi possível ver na gravação que, ao dar a máquina para o pagamento com cartão, além de cumprimentar e conferir o valor, Josine pergunta se a cliente quer alguma mercadoria de sua Barraca (Quer uma água? Um ice?), evidenciando uma tentativa de que o uso de sua máquina para o recebimento de compras feitas na Loja do China também pudesse se reverter em mais vendas para ela.

Após o compartilhamento da máquina para o pagamento de compras ter chamado a atenção para uma espécie de colaboração entre comerciantes, outros tipos de colaboração na condução dos negócios foram identificados a partir da Loja do China. Um deles é o compartilhamento de outro tipo de máquina, o gerador, o qual China também justifica pela amizade.

Conforme já mencionado, o fornecimento de energia elétrica foi interrompido na Feira, obrigando os comerciantes a fazerem uso desse tipo de equipamento. O excerto a seguir se refere a esse assunto. Trata-se de um trecho de uma conversa em que pude inserir o tópico do fornecimento de energia elétrica devido à queda do gerador no momento em que eu (Cy) e China nos falávamos, enquanto ele cortava queijo. A energia na Loja voltou depois de 15 segundos, acredito que por China ter ligado o gerador emprestado, mas o assunto continuou (gravação em 20/04/2017, Loja do China).



**Figura 175 – Loja do China sem energia elétrica**

- (...)
- 01 Cy o que é que houve?
- 02 Ch °é: o gerador
- 03 Cy a:: tá usando o gerador da: da Feira?
- 04 Ch °é° ((vai para os fundos da Loja))
- 05 Cy engraçado que no fim de semana ficou: eu não vi
- 06 cair nenhuma vez né?
- 07 Ch °caiu mui[tão: ]°
- 08 Cy [é? ]
- 09 Ch [°po:xa°] quando tá todo mundo trabalhando
- 10 na-Aí a-agora que não tem quase ninguém trabalhando
- 11 (0.8) cai pra caramba imagina: hoje essa luz já tá-
- 12 caiu umas: cinco vezes (0.2) e quando ligou já era
- 13 quase onze hora
- 14 Cy [°caramba°]
- 15 Ch [er-ee ]dez e cacetada
- 16 Cy no↑ssa mas e as mercadorias? não estragam?
- 17 Ch não ãã-de muitos deles aí °devem estragar° eu
- 18 graças a deus dei sorte porque eu
- 19 Cy °mm°
- 20 Ch eu tenho °pela amizade do do ((apito)) aí chegou
- 21 Cy °é°
- 22 Ch do porta do piligado<sup>207</sup>
- 23 Cy °mm°
- 24 Ch entendeu?
- 25 Cy a o restaurante?
- 26 Ch °é°
- 27 Cy °mm°
- 28 Ch °e aí ele (desenrola) uma luz né°
- 29 Cy mm a que bom deixou o senhor colocar lá na=
- 30 Ch =°é aí: ele mandou comprar um cabo e botá<sup>208</sup> lá na:
- 31 (3) lá no gerador dele°

<sup>207</sup> Nome fictício

<sup>208</sup> Botá=colocar

32 Cy °a: que bom°  
 33 Ch ( ) -  
 34 Cy ué mas o cabo vem aqui?  
 35 Ch °hã?°  
 36 Cy o cabo vem aqui? não?  
 37 Ch vem aqui ((aponta fundo da Loja)) é aquele aonde  
 38 tá a tomada ali  
 39 Cy no-mas é grande heim? porque esse restaurante é  
 40 longe [né?]  
 41 Ch [é ] é lá na principal  
 42 Cy [po que legal: ]  
 43 Ch [só que os fundo dele aqui] é sem ser essa rua  
 44 aqui é na outra  
 45 Cy a: enten[di: aí vai passan]do né?  
 46 Ch [°os fundo° ]°é° o gerador dele tá  
 47 nos fundo  
 48 Cy mm  
 49 Ch aí dá pra (por) mas ( ) ((pessoas passam falando))  
 50 Cy e ele tem: gerador próprio?  
 51 Ch °tem gerador próprio°  
 52 Cy a: entendi  
 53 Ch aí: como el-ele é meu freguês desde que inaugurou a  
 54 feira  
 55 Cy a: sim  
 56 Ch aí: aquela consideração: e tudo aí ele disse ô:  
 57 China (0.8) compra um: cabo aí que a gente bot-botá  
 58 no: no meu gerador  
 59 Cy °poxa que bom não é?°=  
 60 Ch =°foi memo<sup>209</sup> ( ) se não fosse ele eu ta:va<sup>210</sup>:  
 61 ferradão memo°  
 (...)

O excerto mostra que China usa o gerador providenciado pelo grupo que representa os feirantes, mas que o mesmo não é suficiente, pois não suporta a demanda de uso na Feira (quando tá todo mundo trabalhando na... aí, agora que não tem quase ninguém trabalhando cai pra caramba imagina... hoje essa luz já tá... caiu umas cinco vezes) e não funciona durante todo o período em que a Loja fica aberta (quando ligou já era quase onze hora). Por isso, China, que trabalha com alimentos que necessitam de refrigeração, como o queijo, compartilha o gerador de outro estabelecimento da Feira, um restaurante localizado na Avenida Nordeste. Da mesma forma que Josine em 2015, China conta com a colaboração de um comerciante de um estabelecimento que não fica nas proximidades do seu (é sem ser essa rua aqui é na outra).

Assim como Josine, esse compartilhamento é baseado, segundo China, na “amizade” (pela amizade do porta do piligado) e na “consideração” (aí

<sup>209</sup> Memo=mesmo

<sup>210</sup> Tava=estava



aquela consideração e tudo) que o comerciante do restaurante tem por China, que por sua vez são explicadas pelo relacionamento comercial estabelecido há muitos anos, desde 2003<sup>211</sup> (ele é meu freguês desde que inaugurou a Feira). China reconhece que se não fosse pelo outro comerciante, ele teria problemas (se não fosse ele eu tava ferradão memo).

Se esses exemplos mostram situações em que China e Josine contam com atividades feitas por outros comerciantes na condução de suas atividades na Feira com base em amizade, em outra conversa, China fala sobre uma atividade que ele desempenha em benefício de outro comerciante, o dono do hortifrúti ao lado, mas pela qual se sente “bobo”. O tema da conversa é iniciado por mim depois que um homem passa na rua em frente à Loja saindo do hortifrúti e foi motivada por gravações que mostram China abrindo o estabelecimento e entregando o que parecem ser mercadorias a algumas pessoas (conversa gravada em áudio em 12/09/2018, Loja do China).

(...)

01 Cy seu China esse rapaz que passou aqui é o daqui do:

02 do la:do?

03 Ch °qual?°

04 Cy es:se: daqui horti-desse hortifrúti?

05 Ch não e-e-o q-o que tava aí ele tava lavando nã-não é

06 el-ele não é o dono não ele ( ) ele trabalha com

07 ar condicionado

08 Cy a:: eu vi-porque eu vi que o senhor: às vezes pega

09 coisa aqui né? [o senhor]

10 Ch [mm ]

11 Cy fica com a: [com a chave]

12 Ch [a chave ]

13 que bacana né? [ele confia ] à beça no senhor né?

14 [aí ele dei-]

15 heim?

16 Cy ele confia então à beça no senhor o pessoal daqui

17 do lado

18 Ch é sa<sup>212</sup> menina graças a deus sabe o que acontece?

19 as pessoas quando é safada (0.5) ele qué<sup>213</sup> se dá

bem

20 com as coisa dos otro<sup>214</sup>

21 Cy é:

22 Ch tendeu<sup>215</sup>? então: eu graças a deus (0.8) eu n-pra

23 que eu quero ficar rico?

<sup>211</sup> A certeza de que China se refere a este ano provém de outra conversa que tive com ele sobre esse mesmo comerciante, em que China afirma que o mesmo não fazia parte do comércio desenvolvido no Campo de São Cristóvão, tendo iniciado suas atividades somente quando a Feira foi transferida para o pavilhão.

<sup>212</sup> Sa=sabe

<sup>213</sup> Qué=quer

<sup>214</sup> Otro=outro(s)

<sup>215</sup> Tendeu=entendeu

24 Cy é:  
 25 Ch o que eu tenho dá pra mim viver pro resto da  
 26 minha vida graças a deus tranquilo tenho minha  
 27 casinha pró:pria tendeu? não é boa mas é-é uma casa  
 28 que dá pra morar tranquilo minha casa é sala dois  
 29 quarto cozinha e banheiro (0.2) tem uma área de  
 30 serviço nos fundo uma área de serviço é: uma  
 31 varanda de onze metro de comprimento na frente da  
 32 casa (0.1) só que não tem muro é é-a (0.1) a frente  
 33 da casa é a rua (0.2) aí que que eu fiz? na frente  
 34 da casa fiz um-uma varada de de onze metros >do  
 35 tamanho da casa< certi:nho °é estreito é um:°me:tro  
 36 e meio por aí de largura e fechei de gra:de  
 37 Cy mm  
 38 °grade° e botei é: telha colonial  
 39 Cy [°a:° ]  
 40 Ch [então] ficou uma casa bem bem bem bem  
 41 [montadinha]  
 42 Cy [MM ]  
 43 Ch bem fechadi:nha  
 44 Cy mm  
 (...)  
 45 Cy mas por que que o rapaz aqui do lado não vem todo  
 46 dia?  
 47 Ch °ã?°  
 48 Cy por que que ele não abre todo dia?  
 49 Ch não dá movimento não  
 50 Cy a não?  
 51 Ch °não°  
 52 Cy nem pros restaurantes?  
 53 Ch °não°  
 54 Cy mm  
 55 Ch só uma entregazinha assim mas aí: aí ele deixa a  
 56 chave comigo  
 57 Cy [entendi ]  
 58 Ch [é por-eu eu] eu sou uma pessoa (0.5) do bem eu não  
 59 gosto de dizer não a-às vezes até me enche o saco  
 60 °tendeu?° mas e: fosse outro não fica não  
 61 Cy °é°  
 62 Ch °tendeu?°  
 63 Cy mas ele num dá nem um agrado pro senhor? (0.1) é  
 64 memo seu china? só na:só no amor? ((riso)) só na  
 65 camaradagem ((riso))  
 66 Ch é: (1) às veie<sup>216</sup> e:u pego as coisas pra pra pra  
 67 fazê<sup>217</sup> as coisas aqui negócio de legume e tudo ↓  
 não 68 China não paga nada não↓ mas eu não  
 gosto de dar  
 69 confiança não  
 70 Cy É?:  
 71 Ch não  
 72 Cy a mas teria direito [não?]  
 73 Ch [°é ] ma<sup>218</sup> num<sup>219</sup> gosto não  
 74 tendeu? num go-° eu gosto de comer o que eu quero  
 75 às veie<sup>220</sup> ( ) não vai pagar nada e tá comprando tá  
 76 pegando o que ele quer

<sup>216</sup> As veie=às vezes<sup>217</sup> Fazê=fazer<sup>218</sup> Ma=mas<sup>219</sup> Num=não<sup>220</sup> Às veie=às vezes

77 Cy entendi  
 78 Ch °não quero i:sso tendeu?°  
 79 Cy ô seu China i: [des- ]  
 80 Ch [as menina] as menina dele as  
 81 empregada dele  
 82 Cy mm  
 83 Ch cobra tudinho direitinho  
 84 Cy mm  
 85 Ch ma quando eu vou pegá que ele tá lá dentro aí ele  
 86 briga >nã:o vai pagar nada não< >vai pagar nada  
 87 não< tendeu?  
 88 Cy [mm ]  
 89 Ch [eu é que] sou bo:bo tamém<sup>221</sup> tendeu? o favor que  
 ele  
 90 fazia pra mim era levar as coisa lá pra casa que eu  
 91 precisava (0.1) as caixa vazia da mante:ga<sup>222</sup>  
 92 [tendeu? ]  
 93 Cy [mas por que?] ele tem carro?  
 94 Ch °é° é: da-do caminhão caminhão [de: ]  
 95 Cy [a ele tem caminhão]  
 96 Ch de aipim ele trá<sup>223</sup> aipim  
 97 Cy [a: tá ]  
 98 Ch [e ele passa] na minha casa na frente da minha casa  
 99 Cy [a: entendi ]  
 100 Ch [na: na pista] então: >a única coisa que ele fazia  
 101 pra mim era isso ma hoje em dia nem isso ele tá  
 102 fazendo< mais  
 103 Cy a é?  
 104 Ch é porque:: o: menino da da da: da goma passa por  
 105 lá: e é ma:is ~melhorzinho comigo mais comunicativo  
 106 e tudo né? então ele leva pra mim eu dou um  
 107 queijinho a e:le e::~  
 108 Cy tendi fica tudo certo  
 109 Ch °é°  
 (...)

Conforme mostrado, em resposta ao elogio que fiz a respeito da grande confiança que o dono do hortifrúti devia ter nele, por deixar com ele a chave de seu estabelecimento, China escolhe responder explicando o que é uma pessoa “safada” (quer se dar bem com as coisas dos outros), se distinguindo assim desse tipo de pessoa, e também informando que não tem necessidade de cobiçar o que não é seu, já que possui condições de viver com o que tem atualmente (o que eu tenho dá pra mim viver pro resto da minha vida, graças a Deus, tranquilo), levando ao entendimento de que não é rico e que não tem esse desejo (pra que eu quero ficar rico?).

O desenrolar da conversa evidencia que a atividade que China faz para o dono do hortifrúti não tem grande volume (não dá movimento não; só uma

<sup>221</sup> Tamém=também

<sup>222</sup> Mantega=manteiga

<sup>223</sup> Trá=traz

entregazinha assim, mas aí ele deixa a chave comigo). Mesmo assim, China afirma se sentir incomodado (às vezes até me enche o saco) e explica que faz a atividade por ser uma “pessoa do bem” e não gostar “de dizer não”. Respondendo sobre o que recebia em troca, China a princípio afirma não receber nada para depois mencionar que ao pegar legumes e coisas do gênero quando o comerciante está no hortifrúti o mesmo não o deixa pagar. Ao longo da conversa, é possível perceber que a relação entre esses vizinhos não parece ser do mesmo tipo daquela estabelecida entre China e o comerciante do restaurante Porta do Piligado, que compartilha o gerador com China. Isso fica mais evidente quando China afirma em relação ao dono do hortifrúti que não gosta “de dar confiança” a ele.

Tendo estranhado essa afirmação e provocado novamente China, afirmando que ele teria direito de pegar mercadorias no hortifrúti sem pagar devido ao favor prestado, ele responde afirmando que não poderia escolher as mercadorias e que isso não o agradava (é, mas num gosto não tendeu? Num gosto? Eu gosto de comer o que eu quero, às vezes não vai pagar nada e tá comprando, tá pegando o que ele quer. Não quero isso, tendeu?). Logo após essa explicação, China se autocategoriza como “bobo” (eu é que sou bobo também, tendeu?) e afirma que anteriormente havia uma única coisa que o vizinho fazia por ele (o favor que ele fazia pra mim era levar as coisas lá pra casa que eu precisava; ele passa na minha casa, na frente da minha casa, na pista; a única coisa que ele fazia pra mim era isso), afirmando que atualmente esse “favor” não é mais realizado (mas hoje em dia nem isso ele tá fazendo mais), sendo feito pelo “rapaz da goma”.

China credita essa mudança da pessoa que realiza o referido favor ao tipo de relação estabelecido ao afirmar que o “rapaz da goma” é “melhorzinho” com ele, “mais comunicativo”. Esse favor também não é isento de alguma retribuição. Assim como ocorre a cobrança da taxa de 10% para uso da máquina de pagamento do cartão mencionado por Josine e como China já afirmou pagar um valor mensal ao comerciante do Porta do Piligado, China também oferece algo em troca para o rapaz da goma: “um queijinho”. No entanto, apesar de por essa conversa não ser possível identificar ao certo por que China não tem uma relação de amizade com o dono do hortifrúti nos moldes da que parece existir entre China e o dono do restaurante Porta do

Piligado, a escolha dos tópicos por China para falar dessa relação oferece indícios de que o fenômeno da troca no qual se envolve China é mais complexo do que um toma lá dá cá de mercadorias ou serviços.

Apesar de afirmar que o que faz para o vizinho não é muito (só uma entregazinha assim), China oferece indícios de que considera a contrapartida material do dono do hortifrúti pouca (às vezes eu pego as coisas; a única coisa que ele fazia pra mim; nem isso ele está fazendo mais). China também nos leva a entender que essa contrapartida, além de pouca, não é apropriada (eu gosto de comer o que eu quero, às vezes não vai pagar nada e está pegando o que ele quer, eu não quero isso). A explicação de China para a manutenção da atividade que ele faz para o dono do hortifrúti com base em ser “uma pessoa boa” e que não gosta “de dizer não” ratifica o entendimento de que para China a atividade realizada não gera a contrapartida adequada. Essa pode ser uma explicação para China se autocategorizar como “bobo” e demonstrar chateação com a atividade desempenhada.

Adicionalmente, a afirmação de China sobre o “rapaz da goma” ser “melhorzinho” com ele oferece indícios de que o benefício material é considerado, mas parece não ser o único componente do estabelecimento de relações entre comerciantes, e que na relação entre China e o dono do hortifrúti há falha naquilo que extrapola a troca material (MAUSS, 1923; MALINOWSKI, 1976; POLANYI, 1944).

Mas, se a relação com o dono do hortifrúti possui certas barreiras, como visto no excerto, em relação ao vizinho do outro lado, a situação é outra. Além de contar com o trabalho do filho do comerciante, é comum ver China conversando com o pai de Marquinho no corredor em frente à Loja em horários de menor movimento.

Há outros casos em que não foi registrada a amizade como a base das atividades, mas que, devido à natureza das ações, se presume haver ao menos uma cordialidade entre os comerciantes. Além do compartilhamento de equipamentos, do transporte de objetos e do trabalho na Loja, as gravações e conversas com China evidenciaram a indicação do comerciante por outros profissionais da Feira e vice-versa. Um dos exemplos ocorreu na interação entre China e R, mencionada anteriormente (gravação em 30/04/2017, Loja do China).

(...)

10<sup>224</sup> Ch aqui tá da:no::: ~dezesseis merréis~

11 R certo

12 Ch ((dá provinha a R))

13 R ( ) o gosto (desse queijo) e olha que eu cresci

14 comendo isso) ((prova queijo))

15 Ch tu vai ver esse é o paraibano o jh aqui ó com essa

16 letra aqui ó (0.2) o melhor queijo que é vendido na

17 Feira de São Cristóvão é esse

18 R me deram a dica sua

19 Ch é?

20 R me vê um pedaço (desse aí)

21 Ch >tava aonde?<

22 R ((olha para Ch))

23 Ch >restaurante?< ((pesa queijo))

24 R eu eu eu fui no restaurante da Chiqui:ta

25 Ch °mm°

26 A mas eu vim andando num amigo meu que vende o azeite de

27 co:co

28 Ch sei

29 A e ele me deu a dica sua pra experimentar a puba

30 Ch ((olha balança))

31 R ((olhando queijo balança e apontando na peça)) ( )

32 não um pedaço (.) só

33 Ch ((coloca queijo no balcão)) [PODE SER A METADE?]

(...)

Nesta conversa, é possível ver que R diz para China que ele foi indicado (me deram a dica sua). Pelo decorrer da interação, identifica-se que China foi indicado pelo comerciante que vendeu a R o azeite de coco (eu vim andando num amigo meu que vende o azeite de coco e ele me deu a dica sua pra experimentar a puba). Não há registros que justifiquem essa indicação com base na amizade, mas dificilmente um comerciante indicaria outro com o qual tivesse algum problema de relacionamento.

China também faz indicações. Eu mesma já recebi uma recomendação dele ao pedir sugestão de restaurante. China indicou um restaurante que depois vi pelas gravações se tratar de um dos estabelecimentos para os quais ele costumava vender mercadorias.

Apesar de também não ser possível afirmar a existência de amizade, foram identificadas outras situações em que China colabora com pessoas que trabalham na Feira. Um dos casos presenciei no dia em que trabalhei com China na Loja. Uma funcionária de uma das barracas próximas pediu que China esquentasse seu almoço no micro-ondas (24/05/2018, Loja do China).

<sup>224</sup> A numeração começa em 10 para indicar que se trata do mesmo excerto usado anteriormente neste capítulo.

Outro caso foi o pedido de água do entregador de bolo (conversa gravada em 19/10/2018, Loja do China).



**Figura 176 – Funcionária de outro estabelecimento pede para China esquentar comida no micro-ondas**

Devido ao fato de a câmera estar na Loja do China, também não foi possível identificar se o comerciante obtém colaborações de outros comerciantes indo até seus estabelecimentos.

\*\*\*

Conforme mostrado no tópico 7.3, China costuma oferecer explicações aos fregueses sobre diversos tópicos, como preparar alimentos usando produtos vendidos em sua Loja e armazenagem de mercadorias para que durem mais tempo. Além das orientações aos fregueses, também foi possível ver em uma das gravações China dando orientações a um comerciante (L1) menos experiente na atividade comercial (gravação em 16/05/2018, Loja do China). L1 é categorizado como comerciante devido aos indícios presentes na interação: a quantidade de queijo comprada, mais de 10 Kg, superior ao que geralmente adquirem fregueses que não fazem compras como comerciantes, e a solicitação de China para que L1 leve feijão e rapadura para ele, o que indica ser L1, além de freguês, fornecedor de China.

Quando L1 entra na Loja de China, dois homens estão perto do balcão tomando café e China está lhes mostrando uma borracha. A TV está ligada com volume alto. L1 para no balcão e olha para China ao mesmo tempo em que mexe em sua bolsa. Um dos homens vai embora. L1 começa a falar com China. O outro homem vai embora. L1 faz algumas perguntas a China e depois informa que vai somar e voltar para pegar mais mercadorias. Não é possível ouvir ao certo o que L1 diz devido ao som da TV, mas o gesto que ele faz indica que está se referindo a pagar logo as compras que faz.



**Figura 177 – Sequência em que L1 faz gesto de pagar logo**

A partir daí, os dois falam sobre como lidar com dinheiro.

(...)  
 01 L1 porque China na verdade vou te falar (  
 02 ) o que  
 03 eu comprei tá pago entendeu China?  
 04 Ch [mm ]  
 05 L1 [agora] como eu to começando eu to meio ((balança  
 06 corpo)) devagar com o dinheiro  
 07 Ch É MAS O NEGÓCIO É ASSIM MEMO o: O CRÉDITO É O  
 08 DINHEIRO (0.2) TU SABIA DESSA?  
 09 L1 ((balança cabeça verticalmente))  
 10 Ch O NOSSO DINHEIRO É O CRÉDITO  
 (...)

Percebe-se que durante a conversa L1 justifica sua opção por pagar logo os produtos que tem comprado. A necessidade de produção dessa explicação é um dado interessante, pois evidencia uma prática não comum entre comerciantes na Feira (SACKS, 1972). É o que indicam outras gravações em que comerciantes que comprem produtos não pagam no momento em que os adquirem. É muito comum ver China anotando as vendas em um caderno para receber o dinheiro posteriormente.

A continuação da gravação evidencia que L1 está comprando para pagar depois, mas não muito tempo depois. O fato de estar adotando uma prática diferente da que parece ser dominante ao não levar muitos dias para pagar parece ter relação com a produção da explicação por L1 sobre o porquê de agir diferente, evitando assim possíveis inferências por parte de China (SCHEGLOFF, 1968).

China produz uma alta concordância com L1 ao dizer que ele estava correto em agir daquela forma (mas o negócio é assim mesmo) e ainda fazer um complemento explicando o que entende a respeito de crédito (o crédito é o dinheiro, tu sabia dessa? O nosso dinheiro é o crédito) e, assim, produzindo uma atualização da fala de L1 (POMERANTZ, 1984). Essa fala de China assume ainda um tom professoral, visto em outros momentos da interação. É



possível afirmar que esse tom ‘professoral’ é estimulado nessa interação pela fala de L1 sobre estar começando e depois pela pergunta sobre a possibilidade de manter o queijo que ele estava comprando fora da geladeira, o que demonstrou seu desconhecimento em relação à armazenagem do produto.

(...)  
 01 L1 pode deixar o dia o dia fora e à noite na  
 02 geladeira?  
 03 Ch ((balança cabeça verticalmente))  
 04 L1 não perde muito peso não?  
 05 Ch ((faz rotação lateral com mão)) a-se se for p-é por  
 06 que? (mora) aonde?  
 07 L1 ( ) uma bancadinha lá ( ) bota lá em cima lá  
 08 Ch então mas a geladeira tá do lado do senhor? não?  
 09 L1 ((balança cabeça verticalmente)) tá tá  
 10 Ch então bota duas três de amostra e depois fica ( )  
 11 L1 a:: ((balança cabeça verticalmente))  
 12 Ch (sabe como é que é?) (>vamo falá<) >uma lá< uma lá  
 13 de amostra fora da geladeira e sempre trocando  
 14 igual eu faço aí ó (igual o meu eu faço aqui)  
 (...)

Ao oferecer conselhos ao comerciante, China explicita modos de condução de seu negócio, situação semelhante ao que aconteceu com Andrew Carlin (2017) ao ser treinado pelo vendedor da revista “The Big Issue” para desempenhar o trabalho de venda como ele. O excerto evidencia, por exemplo, que na Loja do China o dinheiro que circula é o dinheiro da venda de mercadorias, não havendo outra fonte de recursos, como acesso a créditos bancários. Outra informação obtida pelas explicações de China a L1 diz respeito às peças do mostruário serem as mesmas vendidas aos fregueses, sendo revezadas devido à necessidade de refrigeração.

Em outro trecho, China fala sobre o uso de cheques de outras pessoas para o pagamento a fornecedores.

(...)  
 01 L1 HEIM ( ) TU PAGOU LÁ O CÍÇO NÃO?  
 02 Ch não  
 03 L1 não né? sábado eu talvez: não-é dia dia vinte e  
 04 cinco dia vinte e quatro eu venho aí  
 06 Ch tá  
 07 L1 [pra fazer um chequezinho pra ele lá]  
 08 Ch [sábado eu ] NÃO EU TAVA  
 10 COM IDEIA DE: que eu tenho uns cheque aí de ou[tras  
 10 pesso:a ]  
 11 L1 [tá  
 12 pode mandar] pode mandar  
 13 Ch eu vou eu vou

- 14 L1 atravessar né?  
 15 Ch eu to com um lote de cheque pra chegar aí pra mim  
 16 que é grande  
 17 L1 (pode pagar)  
 18 Ch ( ) aí eu não preciso  
 19 usar o cheque da dona veva não  
 (...)

É possível perceber, portanto, por essa parte da conversa outra prática de China na condução da Loja: o repasse de cheques recebidos para a compra de mercadorias que vende. Em outra conversa gravada, foi possível perceber um problema envolvido com essa prática, pois um desses cheques, no valor de R\$ 3.600 (cerca de € 740), não pôde ser compensando pelo banco e o fornecedor para o qual China havia repassado o cheque ficou sem receber (gravação em 20/04/2017, Loja do China). É possível identificar também que outra forma de pagamento das mercadorias são os cheques da Dona Veva, a dona da Loja. Eu mesma, em duas ocasiões, já preenchi cheques a pedido de China assinados pela Dona Veva.



**Figura 178 – China pede que eu preencha cheque assinado pela dona da Loja**

A continuação da conversa entre China e L1 evidencia ainda a forma como o comerciante controla as vendas e compras que realiza.

- (...)  
 01 Ch ((pegando talão)) pra evitar de cobrar logo eu vou  
 02 fazer: (0.8) a notinha sua com a segunda via eu não  
 03 tava botando segunda via não [( ) ]  
 04 L1 [não bota segunda via]  
 05 bota segunda via ( ) nem você se  
 06 atrapalhar e nem eu=  
 07 Ch =hoje é:  
 (...)

China não possui computador e, conforme mencionado no Capítulo 3, não possui familiaridade com equipamentos digitais. O comerciante me contou que precisou enviar um e-mail e teve que recorrer a seu filho por não ter correio eletrônico (conversa gravada em 26/10/2018, Loja do China). Os

registros do que China vende são feitos manualmente. China recebe impressas notas de compras que faz, já que o comerciante não tem formas online de receber os comprovantes de pedidos e pagamentos a fornecedores. Um problema mencionado por China relacionado à forma como controla suas transações é a possibilidade de perda de papeis, conforme mencionado no Capítulo 3 no problema envolvendo um de seus fornecedores.

O fato de China afirmar que não estava fazendo segunda via das vendas para L1 mostra que nem sempre o comerciante mantém consigo uma nota do que vende. Em conversa com China sobre o problema com o comerciante que, segundo ele, quis lhe aplicar um calote, tratada no Capítulo 6, a ausência de menção a qualquer documento que comprovasse o débito do comerciante com China é indício de que China não tinha uma comprovação escrita do débito. Em relação a L1, a prática estava sendo outra.

L1 produz uma avaliação fortemente afiliativa em relação à atitude de China de fazer a segunda via das notas fiscais. Interessante observar que ao sobrepor sua fala a de China, concordando com a ação que a mesma indicava, L1 evita que China tenha que formular de modo mais completo a explicação para a produção da segunda via. É o próprio freguês (L1) que explica o procedimento adotado por China (nem você se atrapalhar e nem eu). China não concorre pelo piso interacional e procede ao preenchimento da nota fiscal (hoje é...). Se nesta parte da conversa o fato de L1 tomar o turno de fala e produzir a explicação sobre a ação de China ajuda a evitar possíveis constrangimentos ao comerciante, em outro trecho, uma ação parecida de L1 parece não ser tão bem recebida por China.

China começa a arrumar os queijos comprados por L1 em sacolas quando L1 se envolve na atividade. No entanto, os gestos de ambos parecem evidenciar mais uma competição do que uma colaboração.



**Figura 179 – L1 e China puxam sacola**

É possível perceber pela imagem que China segura o fundo da sacola, impedindo o movimento do freguês, que puxa a bolsa pelas alças. Esse comportamento parece constituir uma reafirmação de China sobre seu papel de arrumar as compras na embalagem, resistindo à tentativa de L1 de desempenhá-lo. O som da TV dificulta o entendimento da conversa, mas, enquanto segura o fundo da sacola e L1 puxa as alças, China parece sugerir que a mercadoria seja colocada em uma única sacola maior.

As ações de L1 e China na sequência mostram que L1 recusou essa possível proposta de China, pois a bolsa está novamente sobre o balcão e os dois passam a colocar dentro dela os queijos que China pega da mesa que fica na parte de dentro do balcão.



**Figura 180 – China e L1 colocam queijos em bolsa**

A ação de L1 de colocar os queijos na sacola junto com China parece ser uma recusa de L1 a ser enquadrado somente no papel de freguês, no papel de ser atendido pelo comerciante. Também parece ser um fator de distinção entre um freguês que é também comerciante e que obtém de China não apenas o produto desejado, mas informações e dicas sobre a condução de um negócio, como foi o caso deste comerciante. Nessa interação, os papéis de freguês e comerciante também são misturados quando China passa a especificar o modo como gostaria de obter as mercadorias que L1 lhe forneceria. China especifica o tamanho dos grãos de feijão e pede rapaduras bonitas.

Mas o entendimento de que China prefere ele mesmo colocar os queijos na sacola é obtido com base na seguinte ação: em lugar de passar os queijos para cima do balcão, China mantém os queijos na mesa que fica na parte de dentro do balcão, ao qual L1 não tem acesso, e passa então a colocar esses queijos dentro de uma sacola. Só depois de acomodar todos os queijos, China passa a sacola para cima do balcão.



**Figura 181 – China coloca queijos em sacola na parte de dentro do balcão**

Assim, China recorre a uma configuração espacial para desempenhar a ação de empacotar as mercadorias que vendeu. O entendimento de que empacotar as mercadorias é uma atribuição do comerciante tem como base não apenas o fato de China manter os queijos na mesa da parte de dentro do balcão e colocá-los na sacola, mas também o local em que as sacolas ficam armazenadas: na parte de dentro do balcão, que é reservada aos comerciantes.

A divisão de espaços é, portanto, outro ponto interessante na Loja do China que essa interação evidencia. Entende-se que o espaço de dentro do balcão é reservado aos comerciantes, mesmo não havendo qualquer sinalização nesse sentido. A entrada nesse espaço por outros membros exige permissão ou convite. Assim como a permanência de membros naquele espaço que não sejam comerciantes causa estranhamento por parte dos que costumam visitar a Loja. Em minha experiência de trabalho na Loja, minha presença na parte de dentro do balcão causou reações de surpresa em pessoas que pareciam ser frequentadoras do estabelecimento e, por isso, sabiam que China não costumava ter uma ajudante. No entanto, não percebi tantas reações deste tipo nos momentos em que eu estava na Loja, mas na parte de fora do balcão.

Essa divisão espacial fica muito evidente durante a interação com L1 na situação em que China o chama para assistir a uma cena na TV. L1 teve que passar para a parte de dentro do balcão para ver a tela, conforme chamou China. A cena, no entanto, não foi exibida novamente, conforme China achou que seria. Ao perceber isso, China disse “mostrou não”, o que foi suficiente para L1 iniciar o movimento de passar para o lado de fora do balcão sem que China tivesse feito essa solicitação ou tivesse produzido qualquer indicação nesse sentido. Com essa ação, L1 parece retomar uma ordem espacial implícita. Por esse motivo, a solicitação para sua saída não é necessária.



**Figura 182 – Sequência em que China chama L1 para ver TV dentro do balcão**



**Figura 183 – Sequência em que China e L1 assistem a TV dentro do balcão**



**Figura 184 – L1 começa a sair de dentro do balcão sem China pedir**

Outro aspecto importante desse momento da interação é a inserção de tópicos de conversa pela programação da TV. O aparelho está constantemente ligado e várias vezes o conteúdo exibido é comentado por China com pessoas que estão em sua Loja. Em geral, China assiste a programas noticiosos e esportivos, sempre de canais abertos. A Rede Globo é a emissora que mais vezes identifiquei na tela de China. O conteúdo que China queria mostrar a L1, por exemplo, era esportivo, exibido no programa Globo Esporte da TV Globo. Na conversa com outro freguês, um comerciante de um dos restaurantes da Feira, o assunto foi a violência (gravação em 16/05/2018, Loja do China). A TV mostrava uma notícia sobre tentativa de roubo exibida no programa RJTV 1ª edição, da Rede Globo, quando ele começou a contar a China que sua esposa tinha sido assaltada no dia anterior.

\*\*\*

As interações em que China se envolve com outros comerciantes não dizem respeito somente a ações relacionadas à condução dos negócios. Foi possível identificar vários momentos de conversas não relacionadas à compra de alguma mercadoria ou qualquer outro motivo diferente de uma parada para conversar sobre amenidades, beber um cafezinho ou comer um pedacinho de queijo, denominadas neste trabalho como “conversas amistosas”.

Pelos motivos demonstrados por Sacks (1972) a respeito das conversas serem desenvolvidas interativamente e localmente, os assuntos obviamente envolvem temas do cotidiano dos participantes. Estando na Feira, é comum que as conversas tenham relação com esse universo, assim como com pessoas conhecidas pelos interagentes.

Um dos exemplos é a conversa envolvendo N1, em que a gravação evidencia que o mesmo, que aparentemente é funcionário de outro estabelecimento da Feira, esteve na Loja com o único propósito de conversar com China. Os dois começam a interação com N1 brincando com a situação de China ser confundido com o pai de Marquinho, seu ajudante, e depois começam a falar sobre futebol (gravação em 20/04/2017, Loja do China).

Outros desses exemplos são as conversas entre China e M1, que trabalha em um estabelecimento de venda de tapioca nas proximidades da Loja. M1 está frequentemente conversando com China, mas, em geral, fala baixo, sendo difícil a câmera captar o som. Isso ocorre porque muitas vezes a conversa de M1 e China envolve avaliações sobre pessoas e situações da Feira, o que no senso comum costuma ser denominado como fofoca. Conforme tratado no Capítulo 2, um meio de definir a situação empregado pelas comunidades é a fofoca, já que “a comunidade regula a conduta de seus membros em grande medida falando sobre eles”<sup>225</sup> (THOMAS, 2005, p. 30). É o que parecem fazer M1 e China com frequência.

Em uma dessas conversas, M1 entra na Loja logo depois de um homem passar na rua cantando em voz alta e começa a falar sobre ele com China, que assistia a um programa esportivo na TV, sentado em frente ao aparelho (gravação em 20/04/2017, Loja do China).

---

<sup>225</sup> Tradução livre. No original: *la comunidad regula la conducta de sus miembros en gran medida hablando de ellos* (THOMAS, 2005, p. 30).





**Figura 185 – Homem passa cantando e M1 entra na Loja**

01 M1 dá doido pra tudo nesse mundo ((entrando Loja))  
 02 Ch oi?  
 03 M1 >dá doido pra tudo nesse mundo<.=°sabe quem é a  
 04 namorada dele não sabe°?  
 05 Ch ((suspende cabeça))  
 06 M1 sabe que é a namorada desse menino não sabe?  
 07 Ch °nã:o° ((balança cabeça verticalmente e olha TV))  
 08 M1 a f[ilha do (vavá) ]<sub>1</sub>  
 09 Ch [°a a filha do (vavá)°]<sub>1</sub> ((aponta rua e [balança  
 10 cabeça horizontalmente))]<sub>2</sub>  
 11 M1 [((ri e  
 12 anda para lateral)) ]<sub>2</sub>  
 13 Ch ela tá a fim de arrumar alguma coisa né? financeira  
 14 [((riso)) ]<sub>3</sub>  
 15 M1 [((coloca mão na cintura e balança cabeça  
 16 horizontalmente))]<sub>3</sub>  
 (...)

Nesse exemplo, China inicialmente não demonstra ter o entendimento de M1 sobre a inadequação do casal, o que ela evidencia pelo riso. Assim, M1 parece levar China a definir a situação nos moldes em que ela o fez, definindo o *status* da filha de Vavá como interesseira (THOMAS, 2005). O trabalho bem sucedido de M1 é verificado quando China afirma que a filha do Vavá está interessada em “arrumar alguma coisa” “financeira” e tem como resposta o riso de M1.

Em outros momentos, a conversa amistosa é iniciada com o café cortesia. Se, conforme mostrado, China oferece café a alguns fregueses, para os comerciantes, especialmente os que trabalham na Feira, a oferta quase não é vista. Isso porque, essas pessoas costumam já entrar no estabelecimento pegando café, comunicando que estão pegando ou pedindo a China. Neste último caso, geralmente quando não encontram a garrafa térmica ou os copinhos sobre o balcão.

A situação imediatamente anterior à entrada de L1 na Loja ilustra esse ponto. Um homem (G1) pergunta se tem café, e China diz para ele pegar. Enquanto G1 procura os copinhos sobre o balcão, outro homem (H1) chega e pega o pacote com os copinhos afirmando que ia tomar um café. G1 então



aponta para o pacote e o pega assim que H1 o coloca sobre o balcão. O mesmo acontece com a garrafa de café.

Enquanto H1 se serve e G1 aguarda sua vez de pegar a garrafa de café, China mostra-lhes uma borracha na qual estava mexendo quando os homens entraram na Loja. Depois, China se envolve no atendimento a L1 e os homens vão embora. O comportamento de China de, mesmo depois de ver os dois homens entrarem na Loja continuar realizando a atividade que estava fazendo, indica que G1 e H1 são pessoas conhecidas. Os fatos de os mesmos aparecem em outras gravações e já terem sido identificados em outros espaços da Feira reforçam o entendimento de que ambos são comerciantes da própria Feira. Outro indício a esse respeito é a volta de H1 à Loja do China para novamente tomar café menos de duas horas depois.

Durante o período em que trabalhei com China na Loja, ele me disse que algumas pessoas ele preferia servir para evitar que fizessem sujeira (gravação em 24/05/2018, Loja do China). Foi o que aconteceu com I1 (gravação em 16/05/2018, Loja do China).



**Figura 186 – China serve café a I1**

I1 entra na Loja para tomar café. China não está na parte da frente da Loja. I1 procura algo sobre o balcão e em seguida, para informar sobre sua presença, fala o nome de China. Logo depois, sem esperar que China chegasse à parte da frente da Loja, pega o pacote de copos de café e a garrafa térmica. Neste momento, China chega e oferece ao homem outra garrafa de café, que estava em cima da mesa da parte interna do balcão. É China quem coloca café no copo de I1.

Esses comportamentos evidenciam que tomar café na Loja do China é uma prática comum. Tendo observado essa prática, comentei sobre ela com China, afirmando que muitas pessoas passavam em sua Loja para tomar a bebida. Ele confirmou e acrescentou que só fazia uma garrafa por dia. Meses depois, após me oferecer café e eu recusar, China disse que eu nunca tinha tomado café ali com ele (conversa gravada em 19/10/2018, Loja do China). Expliquei que não tomo café puro, só café com leite. Ele respondeu que seu filho também é assim.

Durante o período em que trabalhei na Loja, percebi que, além de tomar café, algumas pessoas também solicitam um pedacinho de queijo. Diferente do que acontece com fregueses, presenciei um caso de recusa de China, conforme anotei em diário de campo.

Na primeira vez que ofereci a pessoa não respondeu, só me olhou e ficou em silêncio, tendo aberto um pouquinho os olhos e fechado mais a boca. Não sei se essa reação foi motivada pela insegurança com que falei, pois não sabia o que China diria da minha oferta, ou pelo fato de a pessoa não querer café, mas um pedacinho de queijo. China, no entanto, não deu, pois disse que não tinha nenhum aberto (diário de campo, 24/05/2018, Loja do China).

Outra situação referente à oferta de queijo a comerciantes por China diz respeito à ausência de avaliação. Alguns comerciantes que parecem ser fregueses habituais de China, por aparecerem em várias gravações comprando na Loja e por poderem ser vistos com frequência em outros espaços da Feira, não emitem avaliações sobre os pedaços de queijo que comem nem são cobrados por isso por China. Apesar de o pedaço de queijo ser similar, nesses casos não parece se tratar de uma “provinha”, como citado anteriormente. Isso porque, as provinhas são assim entendidas em função da reação daqueles que provam, que emitem sua avaliação sobre o queijo, seja dizendo o que acharam, “tá bom”, “salgado” (gravação em 10/12/2016, Loja do China), seja comprando, “me vê um pedaço desse aí” (gravação em 30/04/2017, Loja do China), seja respondendo quando China pergunta se está bom, “tá bom tá, bom” (gravação em 10/12/2016, Loja do China) (POMERANTZ, 1984). Diferente desses casos, esses pedaços de queijo sem uma avaliação depois parecem se caracterizar mais como uma cortesia de China.

Mas a solicitação de queijo ocorre na minoria dos casos. A maioria de comerciantes e pessoas que trabalham na Feira solicita mesmo o cafezinho, que

para alguns tem até apelido: pretinho. E entre um café e outro, China em geral conversa com muita gente ao longo do dia.

\*\*\*

Não apenas a amizade, as orientações e as conversas amistosas constituem as interações que China estabelece com comerciantes. Tensões também fazem parte delas. O acesso à maioria dos casos foi obtido de forma indireta, pelo relato de China ou de outros comerciantes conversando com eles, como no caso em que China conta sobre o comerciante que quis lhe aplicar um calote, já mencionado anteriormente (conversa em 12/09/2018, Loja do China). Apenas uma situação de tensão foi registrada e é transcrita a seguir. Não houve registro ou relato de casos em que tensões tivessem desencadeado conflitos (PARK, BURGESS, 2014).

O registro de um momento de tensão envolvendo China e um comerciante de outro estabelecimento da Feira (J1) envolve o problema de ter sido cobrado um valor a menos de um freguês de China, que pagou a conta no estabelecimento de J1 (gravação em 10/12/2016, Loja do China). Isso porque, J1 é um dos que recebem os pagamentos que os fregueses de China fazem usando cartão, pois China não possui a máquina, conforme mencionado anteriormente. Nos trechos a seguir, é possível ver como China e J1 lidam com essa situação.



**Figura 187 – J1 entra na Loja falando com China**

01 J1 ô: vacilão  
 02 Ch num sei↑ de nada não (.) eu (falei) um de um de cento  
 03 e treze e o outro de oitenta e quatro  
 04 J1 aí que tu fez (0.5) tu passou cento, e, treze, e,  
 05 oitenta, e, quatro, ((mostra papel a Ch))  
 06 Ch não↑ eu não↑ falei isso não °>falei<° um >é dois  
 07 cartão< e DA-A: MENI-[A MULHER NÃO FALOU NÃO? ]  
 08 J1 [O CARA AINDA USOU A MALANDRAGEM]  
 09 Ch °de quê?°  
 (...)  
 10 Ch ele num num não usou a malandragem [ele penSO-]  
 11 [usou ]  
 12 ele não se toc-((funga)) [SEI LÁ:] ((tenta pegar papel  
 13 de J1))

14 J1 [eu ] eu perguntei (0.2)  
 15 eu passei esse aqui aí ele ve-veio (0.2) falou (0.2)  
 16 tu passou tudo aí? eu disse passei cento e treze e  
 17 oitenta e quatro (0.5) ele falou po era pra te::  
 18 dividido em em dois (1) e só deu as costas e saiu  
 19 atrás da velha >eu me ajeito com ela< °e saiu atrás  
 20 dela°  
 21 Ch (1.2)((pega papel com J1))  
 22 J1 não sabe quem é não?  
 22 Ch ISSO É (AQUELE) QUE VEM UMA VEZ NA VIDA QUEM VEM UMA  
 23 VEZ NA VIDA CÊ<sup>226</sup> † VAI ESQUECER DE†LE (0.8) ficar  
 24 atento a hora que ele vim aqui novamen:te >AGORA ELE  
 25 NÃO VEM MAIS NÃO QUANDO ELE FAZ ISSO AQUI NÃO VEM-  
 26 NÃO VOLTA MAIS NÃO< quer dizer foi um freguês<sup>227</sup> que  
 27 não vale o dinheiro  
 28 J1 pode demorar mas volta (4)  
 29 Ch °po sacanagem° (ainda falei muito e-f-já tinha ( )  
 30 avisado) .você::  
 31 J1 não eu botei [cento e treze e oitenta e quatro]  
 32 Ch [NÃO não é não ] ÓI  
 33 UMA COISA QUE PODE VER AGORA NUNCA, EU DOU, CENTAVO  
 34 (0.2) PODE T-SER CINCO CENTAVOS É DIFÍCIL EU DAR OS  
 35 CINCO CENTAVO (0.2) eu num do eu é: dou sempre é como  
 36 se fosse batido PODE SER SETENTA CENTAVO (0.2)  
 37 SESSENTA CENTAVO (0.1) MAS CINQUENTA E CINCO CENTAVO  
 38 EU NÃO PASSO  
 39 J1 ((pega café e olha para fora)) °(já tá marcado) tá  
 40 marcada a cara dele° [( ) ]  
 41 Ch [°não tem como é:::] descobri:r  
 42 o telefone dele (nem nada) (4) né?°  
 43 J1 ((balança cabeça verticalmente e bebe café))  
 44 Ch °pela máquina não dá pra descobrir nada não né?°  
 45 J1 °pela máquina não a máquina só tem° ((olha papel))  
 (...) )  
 46 J1 ((bebe todo o café))  
 47 Ch oitenta reais- oitenta e quatro reais eu vou receber  
 48 oitenta e quatro centavos (13)  
 49 J1 ( ) ((anda para entrada)) ( ) ((olha para  
 50 os lados)) (10) ((vai embora))

É possível perceber que, apesar da dificuldade do assunto e da seriedade com que é tratado em seguida pelos envolvidos, J1 inicia a interação tentando dar um caráter cordial à conversa ao usar uma gíria para se referir a China (ô, vacilão), seguida de um sorriso, indicando assim que o termo não se referia a um xingamento. Ao mesmo tempo, J1 indica a direção em que gostaria de conduzir sua argumentação: responsabilizando China. É China quem muda esse caminho argumentativo iniciado por J1 ao não responder com uma brincadeira, pois não há indícios de que China sorri ou faz qualquer piada.

<sup>226</sup> Cê=Você

<sup>227</sup> Esse é um dos registros que comprovam o uso da denominação "freguês" por China para se referir a pessoas que compram em sua Loja.

China não aceita a afirmação de que teria cometido um erro, ou seja, de que era um vacilão e evidencia essa recusa fazendo uma discordância em relação ao que J1 havia afirmado (num sei de nada não) (POMERANTZ, 1984). Além disso, China informa o que havia pedido (eu falei um de um de cento e treze e o outro de oitenta e quatro). Ao fazer isso, China, apesar de realizar uma discordância, a desenvolve por meio de um prefácio, inserindo indiretamente a informação de que não era um vacilão ao dizer que não sabia de nada e ao descrever o que havia feito, que não envolvia um erro, conforme J1 havia afirmado ao chamá-lo de vacilão.

Ao assumir o turno, J1 insiste na afirmação de que China teria cometido um erro e declara o que China teria feito, que era diferente daquilo que China acabara de dizer (aí, que tu fez? Tu passou cento e treze e oitenta e quatro). China discorda novamente de J1, dessa vez produzindo uma discordância forte ao se opor diretamente ao que J1 havia afirmado (não, eu não falei isso, não). Mas, apesar disso, China completa seu turno tentando repetir com mais detalhe o que havia pedido, conferindo novamente à sua fala um caráter de discordância fraca (falei, é dois cartão, a mulher não falou não?). No momento em que China gagueja, J1 toma o turno e inicia outro tipo de argumentação.

J1 então inicia a responsabilização do freguês pela cobrança errada (o cara ainda usou a malandragem), tentando retirar a culpa dele e de China, postura que ele assume até o fim da conversa. China pede uma explicação sobre esse novo percurso seguido por J1 (de quê?) e é atendido por J1, que dá sua versão do fato no trecho suprimido e depois a repete no trecho transcrito (eu passei esse aqui aí ele...).

Apesar da explicação, China ainda discorda de J1 (ele num usou a malandragem). Mas, assim como anteriormente, China minimiza essa discordância ao interromper sua fala (ele pensou, ele não se toc<sup>228</sup>...), diante da insistência de J1 em argumentar contra o freguês (usou). Assim, ao interromper sua fala, que novamente era uma discordância com J1, China produz uma discordância fraca ao introduzir a dúvida (sei lá). Nesse momento, China inicia o movimento de concordar com J1 sobre o freguês ser o culpado.

---

<sup>228</sup> Pode-se inferir que toc se refere a tocou.

Diante da dúvida de China, J1 repete a descrição do que havia ocorrido entre ele e o freguês, reforçando assim sua explicação (eu passei esse aqui, aí ele veio falou: tu passou tudo aí? Eu disse: passei cento e treze e oitenta e quatro. Ele falou: po, era pra ter dividido em dois. E só deu as costas e saiu atrás da velha, ‘eu me ajeito com ela’, e saiu atrás dela).

China não assume o turno de fala e, diante do silêncio, J1 inicia um novo caminho na conversa para tentar resolver o problema: encontrar uma forma de identificar o freguês (não sabe quem é não?). Essa solução novamente passa por uma atribuição de responsabilidade a China, entendida dessa forma pela resposta que China dá explicando por que não sabe quem é o freguês (isso é aquele que vem uma vez na vida, quem vem uma vez na vida você vai esquecer dele). Ao mesmo tempo, China assume a responsabilidade de ter atenção sobre uma possível volta do mesmo (ficar atento, a hora que vim aqui novamente...). Logo em seguida, China complementa seu turno aparentemente concordando com J1 sobre o freguês ter usado malandragem (agora ele não vem mais não, quando ele faz isso aqui não vem, não volta mais não) e faz uma reclamação (quer dizer, foi um freguês que não vale o dinheiro).

J1 não responde essa reclamação, mas discorda de China (pode demorar, mas volta), fazendo uma discordância que nesse caso é um incentivo para que China não perca a esperança de receber o pagamento. Apesar disso, China continua reclamando (po<sup>229</sup>, sacanagem) e novamente responsabiliza J1, desta vez afirmando que ele poderia ter percebido o erro devido aos centavos. Percebe-se que desta vez China não se empenha em argumentar se o freguês havia usado “malandragem” ou não, mas em responsabilizar J1 por não ter percebido um valor diferente do que costuma cobrar dos fregueses de China, ou seja, por não ter usado práticas anteriores em relação a China para identificar uma falha naquela cobrança. China faz isso não apenas por iniciar e não concluir o que estava dizendo (você:), mas também pela entonação descendente. Especialmente essas duas características presentes no turno de China parecem ter produzido um lugar relevante de transição e condicionado um turno seguinte de J1 em forma de uma explicação (SACKS, 1972). A

---

<sup>229</sup> Po provavelmente é uma redução de ‘poxa’.

ausência de uma refutação de J1 sobre essa afirmação de China pode ser entendida como uma concordância de J1 sobre sua responsabilidade.

Mas J1 em nenhum momento assume explicitamente uma culpa, pois isso provavelmente envolveria ressarcir China de seu prejuízo. Em lugar disso, J1 inicia uma atividade que na Loja do China é desenvolvida geralmente em momentos de cordialidade e camaradagem, conforme tratado anteriormente: tomar café. Por esse motivo, a ação de J1 parece ser um esforço para minimizar o desconforto da situação. Esse esforço não é entendido dessa forma somente pela ação de tomar café, mas por esta ser combinada à afirmação de J1 de que ficará vigiando para tentar encontrar o freguês devedor (já tá marcado, tá marcada a cara dele). Assim, J1 assume uma função na busca de uma solução para o problema, não deixando China sozinho com seu prejuízo.

A reação de China mostra que o empenho de J1 em acalmar a conversa e retirar a culpa de si e de China surte efeito. Isso porque, a partir desse momento, China baixa o volume de voz e passa a questionar sobre a possibilidade de entrar em contato com o freguês. Os dois passam então a falar sobre isso.

O volume de voz é um aspecto interessante de ser observado nessa conversa. Se J1 eleva poucas vezes seu volume de voz, China o faz com mais intensidade, conforme a transcrição evidencia. Além disso, outro ponto interessante é perceber a mudança na argumentação de J1, moldada de acordo com a reação de China. Apesar de não assumir o erro para si, J1 muda sua explicação ao perceber que ela não é aceita por China, retirando a culpa do comerciante e transferindo-a para o freguês, demonstrando dessa forma seu interesse em se manter bem com China. Por sua vez, por mais aborrecido que aparente estar, o que as interrupções de palavras e o volume evidenciam, e por mais que inicialmente não tenha concordado com J1, ao longo da interação, China parece disposto a aceitar a justificativa de J1 de culpar uma terceira pessoa pelo problema, o freguês.

Apesar de continuar aborrecido, no fim da interação, a conversa não gira mais em torno de possíveis culpados. O freguês parece ter ficado com a responsabilidade do erro. J1, por sua vez, assumiu o papel de vigia, para cobrar do freguês a dívida caso o visse. China ficou com o prejuízo (oitenta reais, oitenta e quatro reais eu vou receber oitenta e quatro centavos). O olhar de J1

para os lados antes de sair da Loja parece ser uma ratificação do comerciante sobre sua disposição de vigiar para cobrar a dívida do freguês, não deixando China sozinho nessa tarefa.

Nem todas as conversas envolvendo tensões entre os comerciantes parecem se desenvolver nessas bases. Em outro caso, M1 conta a China uma conversa que teve com um comerciante da Feira, denominado aqui como Branquinho, a quem ela devia e não tinha conseguido pagar o valor semanal integral, o que provocou o desentendimento (gravação em 20/04/2017, Loja do China). M1 reproduziu para China a pergunta que fez a Branquinho – “quem você pensa que é pra vim me humilhar?” – evidenciando o caráter que a conversa adquiriu. Por fim, M1 afirma que, depois de pagar a dívida, não pretende mais comprar mercadorias ou conversar com Branquinho.

O caso reproduzido anteriormente, contado por China, que considerou que o dono de um restaurante quis lhe dar um calote, também exemplifica que os desentendimentos muitas vezes colocam fim a relações comerciais e de cordialidade na Feira (conversa em 12/09/2018, Loja do China).

Outro caso no *corpus* é interessante não por envolver tensão entre China e outro comerciante, mas por ilustrar um possível motivo de tensão entre chefes e funcionários na Feira, evidenciando assim características dessas relações. Trata-se de uma gravação em que uma freguesa (K1) solicita a nota fiscal a Marquinho (Mc) após comprar um produto na Loja do China (gravação em 07/05/2017, Loja do China)<sup>230</sup>. China pergunta para quem é a nota. Em sua resposta, K1 explica o motivo do pedido e assim evidencia um possível ponto de tensão entre comerciantes e funcionários na Feira: a acusação de furto.

```

01 K1      tem como fazer uma nota?
02 Ch      uma noti->ISSO AÍ NÉ<?
03 K1      é
04 Ch      MAS PRA QUEM É?
05 K1      nã:o é pra uma colega minha como a gente tá:
06          trabalhando num restaurante não dá: (surto) ( )-=
07 Ch      =A:.. SEI SEI CERTO
08 K1      °entendeu?°
09 Ch      DEPOIS VAI DIZER QUE VOCÊ:
10 K1      roubei da casa

```

<sup>230</sup> A dispensa de emissão de nota fiscal está prevista em lei em determinados casos, conforme consta no *site* da Secretaria de Fazenda do Rio de Janeiro, disponível em: <http://www.fazenda.rj.gov.br/sefaz/ShowProperty?nodeId=%2FUCMServer%2FWCC312673>. Acesso em: 14 nov. 2018.



11 Ch [((risos)) ]  
 12 K1 [(vou morrer de)] trabalho pra ter que fazer um  
 13 negócio desse  
 14 Ch °é né° ((preenche nota fiscal))  
 15 K1 sabe que com uma gracinha dessa eu vou pra justiça  
 16 né? (1.2) ( ) de de oito reais ( )  
 17 Ch ( )  
 18 K1 ((vai para perto de Ch))  
 19 Ch a safada pegou uma garrafa de manteiga minha  
 20 ((riso))  
 21 K1 MANDO LOGO PRO JUIZ (0.1) DECIDIR A MANTEIGA (0.1)  
 22 DE OITO REAIS TIRO MUITO MAIS DO QUE ISSO  
 23 Ch ((entrega nota a K1))  
 24 K1 brigada  
 25 Ch é ma<sup>231</sup> é sério memo<sup>232</sup> [s-s-EU TAMÉM<sup>233</sup> SOU ASSIM EU  
 26 NUM ((guarda talão e vai para perto K1))]  
 27 K1 [((olha nota)) ] brigado  
 28 tá?  
 29 Ch FALOU  
 30 K1 TCHAU

Percebe-se, portanto, que K1 quer a nota fiscal para comprovar que pagou pela mercadoria que adquiriu e não ser acusada de ter furtado do estabelecimento em que trabalha na Feira, um restaurante (como a gente tá trabalhando num restaurante, não dá surto). A menção a ter que possuir um documento, no caso, a nota fiscal, para comprovar que não pegou indevidamente um produto do estabelecimento em que trabalha e a afirmação de que sabe como se defender em instâncias jurídicas de acusações nesse sentido, evidenciam uma relação de desconfiança entre patrões e empregados sobre a possibilidade de roubos.

Percebe-se que a desconfiança se justifica por reações de China. Mesmo sem que K1 especifique o significado de “surto”, China compreende o que ela quer dizer. Entendo que o complemento de K1 (roubei da casa) ao turno de China (depois vai dizer que você) é uma formulação que K1 faz do que havia referido antes como “surto” e evidencia ainda mais que ambos sabiam do que estava sendo tratado e concordavam que aquela era uma preocupação pertinente (GARFINKEL; SACKS, 1970). China tenta tratar o episódio de modo bem humorado (a safada pegou uma garrafa de manteiga minha, riso), mas recua desse caminho devido à reação de K1, que se mantém séria (mando

<sup>231</sup> Ma=mas

<sup>232</sup> Memo=mesmo

<sup>233</sup> Tamém=também

logo pro juiz decidir a manteiga). Por fim, China concorda com a seriedade do assunto, adaptando-se, assim, à posição de K1 (mas é sério mesmo).

As desconfiças sobre roubo de produtos são ainda agravadas pela ausência de sistemas de controle de saída de mercadorias sem pagamento nos estabelecimentos. Diferente do que geralmente se vê em supermercados ou lojas de shopping centres, na Feira, em geral, não existem alarmes ou quaisquer outros recursos eletrônicos que sejam acionados mediante a possível ocorrência de um furto. A vigia é feita pelas próprias pessoas envolvidas no negócio, seja o comerciante ou seguranças contratados, no caso de estabelecimentos maiores. Os casos de furto de fato ocorrem na Feira. Pude presenciar China se recusando a continuar vendendo um doce por ser muito pequeno e, dessa forma, muito suscetível a furto.

\*\*\*

Uma característica da Feira que reflete na Loja do China é a condução de muitos estabelecimentos por parentes, conforme explicado no Capítulo 3. Apesar de não empregar familiares na Loja, China conta com a ajuda do filho do comerciante ao lado. O interessante é perceber que muitas vezes Marquinho é tido como filho de China. Eu mesma já tive essa dúvida.

Durante as primeiras idas à Loja, via Marquinho trabalhando no estabelecimento, algumas vezes acompanhado do comerciante e outras, sozinho. Nesse momento inicial da pesquisa, também considerei que se tratava de um filho de China. Até porque, ao perguntar ao comerciante algumas vezes se Marquinho era seu funcionário e tendo recebido respostas evasivas, em que China afirmava que o rapaz o ajudava de vez em quando, considerei que aquela não era a relação que melhor explicava o trabalho de Marquinho na Loja. Depois, em uma conversa com China, o comerciante esclareceu que se tratava do filho do comerciante da barraca ao lado. Antes disso, porém, dois registros inicialmente ofereceram indícios de que as categorizações de pai e filho não eram pertinentes. O primeiro deles foi a continuação da interação entre a freguesa T e China (gravação em 10/12/2016, Loja do China).

Depois de perguntar a China se ele aceita cartão, T faz menção a Marquinho.

( . . . )

09<sup>234</sup> T (porque) ( ) vê teu garoto né?  
 10 Ch é é o marquinho  
 11 T °a::°  
 12 Ch ((corta queijo))> ( ) hoje< mas pode f-pode  
 13 fazer as compra que: ((tira queijo da balança)) a  
 14 gente resolve o problema

O uso do termo “teu garoto” por T indica que ela categorizou Marquinho como tendo alguma relação com China diferente de uma relação comercial. Ao se referir assim à pessoa que ela via na Loja e que não era China e ter inserido uma pergunta apêndice (né?), T constrói a relevância para que China fale sobre essa informação em seu próximo turno de fala (SCHEGLOFF, JEFFERSON, SACKS, 1974). China, por sua vez, produz uma reação ambígua. A resposta de China (é) é ambígua porque pode se referir tanto à confirmação de que outra pessoa ficava na Loja, além de China, quanto ao fato de essa pessoa ser seu parente. Da mesma forma, ao mencionar o nome (Marquinho), não é possível saber se o comerciante está dizendo que este é o nome de seu parente ou se está dizendo que quem ela viu foi o Marquinho, não seu parente.

Um segundo registro alimentou a dúvida sobre Marquinho ter uma relação específica de parentesco com China, a de filho. Trata-se de uma brincadeira que um rapaz faz com essa categorização (gravação em 20/04/2017, Loja do China). O rapaz (D1) entra na Loja já falando o nome do comerciante. Depois de China indicar que ele poderia dizer o que queria (fala), D1 produz um turno que poderia indicar um pedido (dois saco). No entanto, como o comerciante não desenvolve nenhuma ação no sentido de atender ao que D1 parecia ter demandado, China não o entrega nada e continua desempenhando a atividade na qual estava envolvido (escreve em sacola com queijo sobre a balança), se percebe que a fala de D1 não era uma solicitação, mas uma possível brincadeira. É então que D1 começa a se referir a Marquinho.

01 D1 ((chegando na Loja)) CHI:na  
 02 Ch >°fala°<  
 03 D1 ((anda até o balcão)) DOIS SACO

<sup>234</sup> A numeração começa em 9 para indicar que se trata exatamente da continuação do excerto usado anteriormente envolvendo T.



**Figura 188 – China escreve em sacola de queijo sobre a balança**

04 Ch ((escreve em sacola com queijo sobre balança)) (6)  
 05 D1 °cadê o:: [marquinho?°]  
 06 Ch [((olha para D1)) ((tira sacola balança  
 07 e coloca mesa de trás))  
 08 D1 ((anda para perto da entrada)) [c<sup>235</sup> é pai do  
 09 marquinho?-opa não é filho] ((vai para perto do  
 10 fundo da Loja(5)  
 11 Ch [((mexe em cadeira  
 12 no fundo da Loja)) ]  
 13 D1 é a cara do marquinho



**Figura 189 – D1 pergunta se Marquinho é filho ou pai de China**

14 Ch ((sentando cadeira)) É: NA (HORA DA RODA) DÁ RUI<sup>236</sup>  
 15 PRO TEU LA:DO FILHO  
 16 D1 ((anda para entrada da Loja)) ((riso))  
 17 Ch HEIM?  
 18 D1 o que? ((para no balcão mais perto da entrada))  
 19 Ch (o negócio que roda) tá dando de lado heim  
 20 D1 sai fora rapá  
 21 Ch [((riso)) \$ATÉ ELE RIU VIU?\$ [((riso))]  
 22 D1 [((riso))\$cê é doido?\$ ]  
 23 Ch \$AÍ NEM SABIA O QUE É COMEÇOU RI VIU?\$  
 24 D1 \$agora que eu fui me ligar ( )-((riso))SAI FORA  
 25 CHINA\$  
 26 Ch ((olhando TV)) AÍ Ó >e hoje botafogo?<  
 (...)

É possível perceber que D1 brinca com o fato de Marquinho ser considerado filho de China quando o mesmo pergunta se China é pai de Marquinho (você é pai do Marquinho?) e logo em seguida ele próprio responde se corrigindo e inserindo novas categorizações para China e Marquinho opostas às anteriores (opa, não, é filho). A brincadeira fica evidente devido a esse fato. Isso porque, pai e filho são categorias que em geral não se confundem, especialmente devido ao fator idade. Além disso, o conhecimento entre China e

<sup>235</sup> C=você

<sup>236</sup> Rui=Ruim

D1, evidente pelo modo como D1 se refere a China ao entrar na Loja (China) e pela reação do comerciante (fala), não comporta a dúvida em relação a China ser pai ou filho de alguém. Outro fator que identifica a situação como uma brincadeira é o conhecimento que D1 tem de Marquinho, evidenciado pela pergunta a respeito dele (cadê o Marquinho?). Por se conhecerem e por conhecem aqueles que estão sendo categorizados dessas formas, a dúvida sobre quem seria o pai e quem seria o filho não é pertinente. Esses aspectos, além do riso de D1, indicam se tratar de uma brincadeira. Aliás, toda a interação é marcada por forte sociabilidade, não tendo sido identificada nenhuma outra razão para que D1 tivesse ido à Loja de China diferente da conversa lúdica com o comerciante (SIMMEL, 2006).

Esse registro entre D1 e China evidenciou de modo bastante consistente não haver uma relação de pai e filho entre o comerciante e Marquinho. Porém, só mais tarde, em outra conversa com China, o comerciante me disse que Marquinho era filho do comerciante da barraca ao lado e que não era seu funcionário porque seu trabalho era ficar na Loja somente em alguns momentos para que China descansasse, pois o estabelecimento funciona sem interrupção de sexta-feira a domingo, como explicado no Capítulo 6. Há, portanto, relações de parentesco entre Marquinho e outras pessoas na Feira, mas China não faz parte desse grupo.

Além de Marquinho ser considerado filho de China, eu fui considerada por uma freguesa (E1) como esposa<sup>237</sup> de Marquinho (Mc). E1 chegou à Loja acompanhada por um grupo, que depois soube por China ser de Volta Redonda, município da Região Sul do estado do Rio de Janeiro. Quando chegaram, eu estava dentro da Loja, tendo saído e ficado em frente, do outro lado do corredor. Eu esperava não haver fregueses para que pudesse cumprimentar China, que ainda não tinha aparecido na frente da Loja desde que eu havia chegado. O grupo saiu da Loja e E1 ficou, pois faria compras. Depois de ter fumado em frente à Loja, E1 entrou para fazer suas compras e foi informada por Marquinho que China tinha ido a algum lugar e voltava logo.

<sup>237</sup> Interessante observar as categorizações aplicadas a mim durante o trabalho de campo. No dia em que trabalhei na Barraca com China, um fornecedor se referiu a mim como a pessoa do “*merchandising*”. Em outra ida a campo, China se referiu a mim como colega, ao narrar a conversa que teve com outra pessoa sobre a busca que eu havia feito para ele na internet.

Neste momento, enquanto começava a escolher produtos, ela perguntou a Marquinho, que atendia outro freguês (F1), se eu era sua esposa.

01 E1 ((olha rua)) ei ela é a sua esposa?  
 02 Mc ((olha rua e volta olhar F1)) [( )]  
 03 E1 [é? heim? ]  
 04 Mc oi?  
 05 E1 ela é a sua esposa?  
 06 Mc [minha esposa?]  
 07 E1 [sim ela? ]  
 08 Mc não ela tá fazendo um trabalho [de: ]  
 09 E1 [a tá] pensei que  
 10 era:  
 11 Mc de faculdade aí ( )-  
 12 F1 esse aqui é: pouco sal ou >comé<sup>238</sup> que é esse aí?<  
 (...)



**Figura 190 – E1 pergunta se sou esposa de Marquinho**

Essas inferências por parte de fregueses a respeito de parentesco entre pessoas que trabalham em estabelecimentos da Feira não são sem motivo, conforme descrito no Capítulo 3 (BOTT, 1957). Há de fato muitas barracas em que os comerciantes são parentes. O próprio Marquinho, apesar de não ser filho de China, é filho do comerciante da barraca ao lado, onde também trabalham sua mãe e sua irmã. Na Barraca da Josi, conforme já descrito, trabalham esposa, marido e sobrinha.

Portanto, sobre as inferências a respeito de parentesco entre China e Marquinho e entre eu e Marquinho, parece atuar em grande medida a lógica da regra de consistência (SACKS, 1972). Segundo ela e de acordo com a característica da Feira de abrigar negócios familiares, é bastante plausível que pessoas que estejam nos estabelecimentos, que estejam trabalhando ou que não estejam comprando, sejam consideradas parentes. Em relação a China e Marquinho, o tom de pele semelhante, a estatura parecida e a aparente diferença de idade contribuem para que a categorização de ambos como pai e filho, respectivamente, seja feita sem grandes dificuldades. Um fato adicional é

<sup>238</sup> Comé=Como é

a postura de China de não se empenhar em negar tal inferência, como visto na interação com T.

Além da inferência em relação a parentesco, outra situação envolvendo o tema parece ilustrar como são vistas relações familiares na Feira. Ainda no início da pesquisa, quando frequentava a Feira com o intuito apenas de me familiarizar com o local, conversei com um comerciante de uma barraca que não existe mais, a Barraca da Nelma<sup>239</sup>. Perguntei se a Nelma existia, pois eu sempre via homens na Barraca, nunca uma mulher. O comerciante então me disse que Nelma era sua avó, que já tinha falecido. No momento, percebi uma expressão que não soube identificar a quê correspondia e considerei que podia ter sido uma reação a um descuido meu por ter perguntado sorridente por um familiar que já tinha falecido, como anotei no diário de campo.

Perguntei em tom mais relaxado do que seria o mais apropriado: “Vem cá, a Nelma existe?”. Ele respondeu com um sorriso que primeiro achei ser de ‘meio sem graça’ por ter inventado um nome, mas depois fiquei em dúvida sobre o que ele representava. “Não...”. Eu respondi em tom descontraído, dando a entender algo do tipo “ah, danadinho, sabia que ela não existia”: “Ah tá, porque eu nunca vejo”. Antes de terminar a última palavra, ele acrescentou. “Nelma era a minha avó”. Eu meio sem graça balbucieei baixo algo do tipo: “Ah...”. E ele continuou, falando comigo e mantendo um sorrisinho de canto de boca, bem mais receptivo. “Ela faleceu há 5 anos”. Eu disse então: “E vocês continuaram aqui...”. Ele respondeu: “A gente saiu pra estudar e agora voltou”. Falei: “Ah é?”. Ele explicou que era a irmã que ficava na loja. Agora, ele e outro rapaz ficavam durante a semana e a irmã no fim de semana. Logo em seguida, acrescentou que há cerca de dois meses estavam indo direto, porque a irmã estava grávida. Disse também que o neném devia nascer naquele dia (09/08/2016, diário de campo).

Hoje percebo que a expressão poderia ser justificada por se tratar de uma mentira sendo construída naquele momento em que era contada pelo comerciante. Isso porque, China me falou que este comerciante nunca tinha sido parente da dona da Barraca, a Nelma, tendo sido sempre seu empregado (conversa gravada em 19/05/2018, Loja do China).

Há pelo menos dois pontos interessantes nesse exemplo em termos de parentesco. Um deles é não ter soado estranho para mim que o comerciante fosse neto da dona da Barraca, mais um indício de que haver relações familiares entre comerciantes é bastante comum na Feira. Outro ponto é o fato de o comerciante inventar um parentesco com a dona do estabelecimento. Considerando se tratar de um fato inventado, é razoável considerar que a

<sup>239</sup> Nome fictício dado pela pesquisadora e que guarda semelhanças com o original em termos fonéticos e de quantidade de sílabas.

mentira não seria criada pelo comerciante para se autodepreciar, o que pode levar ao entendimento de que uma relação de parentesco com a dona de um estabelecimento pode ser algo valorizado na Feira e, de modo mais abrangente, na sociedade em que está inserida, em uma lógica semelhante ao que é discutido no caso da convocação “fala, patrão”.

\*\*\*

Neste capítulo, me empenhei em mostrar diversos tipos de interações estabelecidas por China dentro de categorias que compreendi serem as mais relevantes para a compreensão do que se passa no estabelecimento, elegendo aqueles registros que entendi serem os melhores exemplos de como o comerciante conduz seu negócio na Feira. Nesse sentido, abordei as relações com fregueses, distinguindo as convocações, os atendimentos e as despedidas por entender que esses são momentos importantes para se compreender o modo como China se relaciona com fregueses. Tratei também das relações que o comerciante estabelece com outros comerciantes, mostrando que estas envolvem amizade, orientações, tensões, momentos de descontração e, em alguns casos, parecem ser responsáveis pela própria sobrevivência do negócio. Tratei ainda da existência de uma espécie de acordo compartilhado sobre a existência de relações de parentesco entre pessoas que trabalham nos estabelecimentos da Feira, e, usando o caso de um parentesco inventado, mencionei a valorização desse tipo de relação na própria sociedade.

Os dados apresentados nesse capítulo indicam a presença especialmente dos seguintes fenômenos:

- 1- Entendimento: maneiras como as pessoas mostram que entendem o que o outro disse e fez, ou seja, o entendimento mútuo e recíproco entre as pessoas. É o caso, por exemplo, da não produção de uma nova abordagem de China a B, entendendo que B não estava disposto a estabelecer uma conversa.
- 2- Avaliação: modos como as pessoas avaliam comportamentos, ou seja, as avaliações dos outros. Um exemplo é a avaliação de China a respeito do comportamento de hesitação de N e O, o que o faz oferecer informações sobre a manteiga de garrafa sem ter sido solicitado.
- 3- Afiliação: maneiras como as pessoas se afiliam. O humor, como a história contada por China a Gr2, e a oferta de queijo na ponta da faca,



como feito com P, por exemplo, são materializações de afiliação nos dados apresentados.

- 4- Competição: formas como as rivalidades se manifestam, algumas vezes não ditas. A afirmação de China feita várias vezes sobre ser possível encontrar manteiga de garrafa misturada na Feira é um exemplo da forte rivalidade entre comerciantes que vendem os mesmos tipos de produtos.

Também procurei mostrar nesse capítulo com o uso de dados como as pessoas, na sua vida cotidiana, adotam comportamentos metódicos e ordenados, tal como explicou Schegloff (1968). É o acesso a esses métodos e ordens que a Etnometodologia, com uso da Análise da Conversa, viabiliza, torna possível. Trata-se de compreender configurações sociais específicas que, por sua vez, são desenvolvidas segundo princípios para lidar com os constrangimentos inerentes aos ambientes em que estão inseridas. Este tipo de análise permite, por conseguinte, o acesso a entendimentos compartilhados em dada sociedade, ajudando a compreender a ordem das relações sociais estabelecidas.

## Conclusões

Ao desenvolver este trabalho, busquei entender aspectos da condução de um estabelecimento de micro porte no Rio de Janeiro, no Brasil, a Loja do China, na Feira de São Cristóvão, um Centro Municipal de Tradições Nordestinas localizado na Zona Norte da cidade. A investigação no local se justifica pelo histórico de formação e desenvolvimento desta Feira como reflexo de aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos que compõem a cidade e também o país. O estudo de uma iniciativa de micro porte também encontra grande pertinência em um país em que micro e pequenas empresas correspondem a 99% dos estabelecimentos, 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e 54% dos empregos formais (Sebrae, 07/06/2018 , 04/2018).

Os objetivos da pesquisa foram descrever e analisar especialmente situações do cotidiano do comerciante China que informassem sobre a condução de seu negócio na Feira, evidenciar maneiras como são feitas as abordagens a possíveis compradores, como são estabelecidas interações durante o atendimento aos fregueses, modos como o comerciante se despede das pessoas e relações estabelecidas com outros comerciantes. De maneira mais abrangente, a realização deste estudo teve como objetivo contribuir para a difusão do uso da atitude etnometodológica em estudos sobre comércio e em pesquisas nas áreas de ciências humanas e sociais, especialmente em cursos de Comunicação Social.

Nesta pesquisa fiz observação participante e lidei com fotos, arquivos de diário de campo e extracampo, conteúdos de ambientes digitais, materiais impressos, gravações em áudio e em vídeo, analisando as gravações segundo a Análise da Conversa, com a questão de compreender em profundidade o modo como um comerciante de um estabelecimento de micro porte conduz seu negócio na Feira. Para isso fui auxiliada por teorias sobre interação social, estudos sociológicos sobre cidades e iniciativas econômicas como fruto de

interações sociais. Considerei especificamente que os significados que as pessoas dão ao mundo são moldados pragmaticamente pela experiência, que as interações entre os indivíduos são repletas de significações atribuídas, com significados construídos nas relações humanas e definições de situações a todo o momento. Entendi também que a comunidade é uma agência definidora fundamental para os indivíduos, tendo o senso de comunidade um caráter construído. Adotei ainda a compreensão de que o espaço físico reflete o espaço social. Considerei também que as atividades econômicas são moldadas em grande parte por interações em diferentes níveis, contendo uma dimensão moral que confere sentido às relações sociais, estando o sistema econômico enraizado no sistema social e, portanto, a economia imersa nas relações sociais dos indivíduos. Assim, cheguei às seguintes conclusões.

A Feira de São Cristóvão se mostrou de fato ser um lócus privilegiado para se compreender dinâmicas presentes no Rio de Janeiro e no Brasil desde seu início. É possível relacionar, por exemplo, a venda de produtos por imigrantes no Campo de São Cristóvão, iniciada nos anos finais da década de 1940, com uma política nacional de desenvolvimento focada em alguns estados do país em detrimento de outros. A permanência de muitos imigrantes no Campo sem ter para onde ir após chegarem à nova cidade evidencia que para essas pessoas o aspecto econômico estava envolvido em grande medida na mudança de região. Conforme estudos feitos sobre a Feira abordados no Capítulo 4, muitas empresas iam até o Campo contratar os recém-chegados para trabalhar em uma das grandes obras realizadas na cidade.

A definição do bairro de São Cristóvão como ponto final de caminhões pau de arara também tem relação com aspectos da valorização territorial dentro da própria cidade e que seguem lógica semelhante à política nacional de valorização de determinadas localidades em detrimento de outras. De bairro imperial, São Cristóvão passou a abrigar casarões abandonados, configurando-se em uma periferia viável para o desembarque de imigrantes em caminhões pau de arara. Seja por não possuir mais o perfil de moradores com maior poder aquisitivo de antes ou por sua localização relativamente próxima aos locais em que estavam sendo feitos os investimentos naquele momento. Esse aspecto da localização parece ter sido um dos fatores de maior relutância quanto à permanência da Feira no bairro, conforme mostra o trabalho de Cardoso

(2006). A legalização da Feira, em 1996, parece ter sido resultado de uma confluência de fatores, sendo o contato com políticos uma das ações importantes nesse sentido (BRITO, 2002).

A análise dos documentos governamentais ajuda a compreender não apenas o percurso da Feira desde o Campo ao pavilhão, mas também a atuação dos governantes devido aos tipos de atos legislativos que produziram referentes à Feira. Durante os governos de Cesar Maia é possível identificar uma série de atos mais relacionados à organização das atividades e à ocupação de seus espaços, incluindo a retirada de inadimplentes. Nos demais governos, os atos legislativos se referiram basicamente à composição da Comissão de Organização e Administração e identificação da esfera institucional à qual a Feira seria atrelada, variando entre secretarias de economia, cultura e turismo. Além disso, a última tentativa identificada de propor ajustes na gestão da Feira, a Resolução da Casa Civil N.º 94, de 27/04/2018, não inclui representantes dos feirantes, sendo o grupo de trabalho formado somente por representantes governamentais.

Também foi possível identificar que a Feira é um ambiente bastante descontraído, em que dividem espaço bandeirinhas coloridas, mercadorias e fiação expostas pelas ruas, banners e comunicados escritos à mão. Além disso, contribuem para essa identificação o vestuário geralmente descontraído de comerciantes e clientes, estes especialmente nos fins de semana, já que durante a semana a Feira é frequentada por pessoas que trabalham nas proximidades e usam trajes mais formais; os tipos de música tocadas nos estabelecimentos e nos palcos e as abordagens aos compradores, que incluem termos como patrão, freguês, freguesa, colega, menino, menina, moça, dentre outras similares.

Pelo exposto, eleger uma definição única sobre o que é a Feira de São Cristóvão é sempre trabalhar com generalizações incompletas. A Feira é muitas coisas, envolve muitos interesses, mobiliza muitos agentes. Em seu interior são estabelecidas muitas e variadas relações, a partir de vários membros, com diversos objetivos. A existência dessas relações é parte constitutiva da Feira e reflete no modo como ela se apresenta. Neste trabalho, tive acesso a algumas dessas relações, que, presentes na Feira, evidenciam entendimentos nela em vigor, mas de modo algum esgotam sua caracterização.

A Feira já foi caracterizada de diversas formas, como mostram os trabalhos feitos sobre o local apresentados no Capítulo 4. Esses trabalhos, somados à pesquisa documental, às visitas a campo e à observação participante ajudam a compreender aspectos da Feira e interações registradas na Loja do China. Todo esse conjunto exerce um papel similar ao de peças de um quebra-cabeça sempre inacabado, metáfora que para mim ajuda a descrever a sensação de tentar compreender pelo menos em parte a Feira de São Cristóvão.

Todos esses trabalhos ofereceram subsídios importantes para o estudo que desenvolvi na medida em que evidenciam características da Feira presentes ao longo de sua formação e que ajudam a explicar certas configurações atuais. Um dos exemplos é a ênfase da Feira como ponto turístico, destacada por uma feirante já no trabalho de Pandolfo, em 1987, e presente nas gravações feitas para essa pesquisa. Isso mostra que tal ênfase não é uma novidade, fruto da atuação de políticos atuais ou algo imposto aos feirantes, mas sim que durante todo o processo de formação da Feira é uma característica enfatizada pelos envolvidos com o local, tendo sido um dos argumentos para sua legalização. Apesar disso, as gravações evidenciam que os turistas não constituem a principal clientela para todos os estabelecimentos, o que ilustra a existência de diferentes públicos e motivações entre os comerciantes. A Loja do China está entre os estabelecimentos em que os turistas não constituem os consumidores principais.

Os trabalhos realizados sobre a Feira mostram ainda que enfatizá-la como uma feira nordestina não foi uma iniciativa apenas dos órgãos públicos, mas também dos comerciantes. Mesmo assim, muitos pesquisadores criticaram uma suposta criação de um Nordeste na Feira, sem que as características desta região sobressaíssem de modo espontâneo, como acontecia quando a mesma era realizada no Campo de São Cristóvão. A esse respeito, destaco a dificuldade de se eleger o que caracterizaria o Nordeste, já que o termo se refere a nove estados, cada um com suas características.

Os trabalhos também evidenciam as tensões envolvendo os membros que compõem a Feira, como as instâncias de representação dos feirantes. Mostram ainda o dinamismo da Feira, que se modifica ao longo dos anos em função das relações que a compõem e que constituem a própria sociedade. Evidenciam a mistura que parece estar na gênese da Feira, com a presença de comerciantes

não apenas do Nordeste, mas também da própria cidade do Rio de Janeiro, e a venda de produtos não exclusivos de estados do Nordeste.

Diferente de muitos trabalhos já feitos na Feira, acredito que a opção por realizar uma investigação etnometodológica com o auxílio da Análise da Conversa como recurso para evidenciar os entendimentos dos membros tenha contribuído para a produção de análises radicalmente ancoradas nos dados. Reforço minha compreensão de que uma importante contribuição social da Etnometodologia é oferecer uma descrição do que se passa, que, sendo baseada em dados verificáveis, pode constituir uma base sólida para o entendimento das situações sociais e também para o desenvolvimento de ações futuras, como a elaboração de políticas com vistas a contribuições sociais.

As gravações e a observação participante, relacionadas a outros dados, constituíram recursos extremamente importantes para a compreensão do que foi possível identificar a respeito do estabelecimento escolhido para estudo e do responsável por ele. Sendo um dos comerciantes mais antigos da Feira, China desenvolve uma série de ações que evidenciam um conhecimento aprofundado sobre como se referir a possíveis compradores para atraí-los para seu estabelecimento, como incrementar vendas e ainda encaminhar futuras idas à Loja. Assim como China demonstra ter ampla experiência no que se refere ao trato com outros comerciantes, já tendo vivido uma série de situações que o fazem agir como age atualmente. As ações de China com fregueses e comerciantes evidenciam lógicas presentes na Feira, moldando-a e sendo moldada por elas. Isso é o que evidenciam as análises desenvolvidas nesta pesquisa baseadas em dados recolhidos durante mais de três anos de investigação, de setembro de 2015 a dezembro de 2018.

Os dados obtidos nesta investigação permitiram identificar a presença dos seguintes fenômenos:

- 1- Entendimento: maneiras como as pessoas mostram que entendem o que o outro disse e fez, ou seja, o entendimento mútuo e recíproco entre as pessoas;
- 2- Avaliação: modos como as pessoas avaliam comportamentos, ou seja, as avaliações dos outros;

- 3- Afiliação: maneiras como as pessoas se afiliam, sendo o humor e a oferta de queijo na ponta da faca, por exemplo, materializações dessa afiliação;
- 4- Competição: formas como as rivalidades se manifestam, algumas vezes não ditas.

O estudo também permitiu compreender que a competição interna e a desigualdade entre estabelecimentos são características marcantes na Feira, assim como a retroalimentação entre estabelecimentos. O estudo evidenciou ainda que o trabalho cotidiano do comerciante China, e que pode encontrar paralelo em outros comerciantes responsáveis por lojas de micro e pequeno porte nesse ambiente, envolve a ênfase na presença física, o esforço constante para substituir fregueses, providências para não depender exclusivamente da estrutura coletiva, poucas relações de amizade e relações de colaboração fundamentais para a manutenção do negócio, além de momentos marcados por sociabilidade. As situações analisadas refletem ainda características da sociedade brasileira referentes à valorização hierárquica, à posse de recursos e à existência de questões de gênero no trato entre homens e mulheres.

Analisando as abordagens do comerciante aos fregueses, em termos mais abrangentes, foi possível comprovar por meio dos dados os constrangimentos sociais envolvidos nas interações que estabelecemos. A reação do freguês à convocação do comerciante mesmo sem a intenção de estabelecer uma conversa é um exemplo. Também foi possível ver pelas convocações, realizadas pelo comerciante a partir de indícios de interesse do potencial freguês em produtos da Loja, que nossas ações não são desenvolvidas aleatoriamente, sendo construídas a todo o momento em interação e repletas de significações atribuídas por nós e pelos outros.

As análises das abordagens mostram ainda a contribuição da identidade visual para que as pessoas se guiem em seu cotidiano, como no caso de clientes que somente pelo exposto visualmente tomaram a decisão sobre a compra no estabelecimento. A atenção às abordagens também permitiu perceber a rapidez com que deciframos as pessoas e com base nisso tomamos decisões sobre como agir em relação a elas.

As vendas podem ser decididas em fração de segundos. Por isso, ao evidenciar rapidamente as vantagens do que está vendendo na tentativa de

efetuar o negócio, o comerciante acessa muito de conhecimento de senso comum a respeito dos tipos de pessoas que compõem a sociedade. A aposta na valorização hierárquica não é feita por China por acaso. Interessado em vender, o comerciante não faria uso de um termo que não fosse bem aceito na sociedade. O uso do termo “patrão” como forma de abordar o freguês para a compra na Loja, por exemplo, indica a compreensão do comerciante sobre o valor na sociedade brasileira de uma pessoa possuir uma posição hierárquica profissional superior.

O tratamento com o emprego de termos que evidenciam formas de posição social é compreendido também pelos fregueses, que fazem uso daqueles envolvidos em relações mais horizontais, como colega e amigo, quando manifestam interesse em obter algum tipo de benefício diferenciado. Essas formas de tratamento também reforçam a natureza descontraída da Feira de São Cristóvão. Essa descontração exerce influência fundamental.

É preciso ter em conta essa característica para entender a natureza da atividade interacional que se observa na Feira. É essa característica que permite compreender, por exemplo, que China faça a afirmação sobre a manteiga de garrafa adulterada sem que tenha que provar o que diz. A descontração, assim como o ambiente de comércio, também ajuda a explicar o fato de pessoas responderem a uma convocação com um simples aceno de cabeça e continuarem a andar sem perturbarem a relação entre o convocador e o convocado. É também essa característica de descontração que torna possível ao comerciante o uso, sem desconforto, de um termo pertencente a um dispositivo de categorização profissional para identificar os fregueses, pessoas que nem sempre conhecem, envolvidas em uma situação comercial. Também é a natureza descontraída das interações que faz com que o humor tenha espaço sem que seja entendido como inapropriado. Ao contrário, gera descontração.

A descontração ajuda a explicar ainda o aspecto visual da Feira, como os informes feitos à mão e o uso de uniformes com acessórios que remetem à vida rural. Essa descontração espacial também viabiliza a passagem de um cabo de um estabelecimento distante duas ruas de outro, como explicado no Capítulo 7 no caso do compartilhamento do gerador entre China e o comerciante do restaurante da Avenida do Nordeste, sem que isso implique em grandes obras ou esforços para que a fiação não fique aparente. Neste caso, a descontração



parece ser aliada a um tipo de gestão do local em que é possível esse uso do espaço físico, com fios expostos pelas ruas e avenidas da Feira, e que também pode explicar a colocação de mercadorias e mobiliário fora dos limites dos estabelecimentos, havendo sanções dos próprios membros da Feira somente quando a prática causa algum transtorno.

Trata-se de um tipo de gestão do espaço que molda as práticas dos membros que o compõem e é moldada pelas mesmas. Ao mesmo tempo em que os comerciantes desenvolvem tais práticas por saberem que naquele espaço elas são possíveis de serem desenvolvidas, a gestão do espaço parece comportar tais práticas dos membros como parte do modo como suas atividades são desenvolvidas na Feira, assimilando a exposição da feição e o uso das áreas comuns, por exemplo, como parte daquele ambiente. Essas características são levadas em conta pelos comerciantes e influenciam a forma como eles desenvolvem suas atividades na Feira e se relacionam com a administração. Certamente também são consideradas pelos clientes.

Em termos mais específicos, as abordagens mostraram o esforço do comerciante em transformar um passeio em uma compra e uma dúvida em certeza de adquirir um produto. Esse esforço permitiu identificar uma forte competição entre comerciantes na Feira, que envolve a crítica à mercadoria vendida pelo concorrente. Essa característica evidencia que, apesar de estarem reunidos em um mesmo espaço, o pavilhão, não prevalece na Feira um senso de comunidade. A Feira é atualmente no máximo uma associação (DEWEY, 2012). Existe uma “interdependência ecológica” na Feira, com os estabelecimentos alimentando uns aos outros (PARK, BURGESS, 2014, p. 132).

Barracas de venda de produtos da culinária da Região Nordeste, como a do China, vendem para estabelecimentos que preparam pratos com esses produtos, além de clientes curiosos com o sabor de estados distantes e os saudosos da culinária de sua terra natal. Barracas de venda de bebidas como a da Josine, garantem a cerveja ou a vodka barata dos frequentadores dos shows e dos funcionários dos estabelecimentos que tomam umas e outras na hora do descanso ou no fim do expediente. Os grandes restaurantes atraem os clientes que pagam mais caro para comer, mas que também se divertem com os *suvenires* das lojas de variedades e admiram o artesanato detalhado das mantas

e conjuntos para banheiro das barracas de artesanato, que dividem espaço com as bolsas e malas de viagem *made in China*. Tudo isso forma a Feira.

No entanto, não existe uma motivação política que reúna os feirantes como um todo em torno de objetivos comuns referentes à manutenção e ao desenvolvimento da Feira como um corpo único. Uma das formas como a ausência de senso de comunidade fica evidente, a partir da administração, é a falta de uma comunicação eficaz para os comerciantes a respeito do que acontece na Feira, conforme reclamou China em vários momentos. Esta situação remete novamente a contribuições de Dewey (2012). O autor trata da importância da comunicação para a existência de uma sociedade.

Mesmo que a "sociedade" fosse tanto um organismo como alguns escritores afirmaram, não seria, por essa razão, a sociedade. Interações, transações, ocorrem de fato e os resultados da interdependência seguem. Mas a participação em atividades e o compartilhamento de resultados são preocupações aditivas. Eles exigem comunicação como um pré-requisito (DEWEY, p. 2349, 2012)<sup>240</sup>.

Outra, a partir dos comerciantes, é a falta de envolvimento com o grupo que divulga se empenhar em tentar resolver os problemas do local. Apesar de esse grupo publicar em páginas na rede social *Facebook* estar mobilizado para tentar resolver os problemas da Feira e de que esse fato é de conhecimento de China e Josine, ambos nunca mencionaram qualquer participação, apesar de reclamarem da situação da Feira. Em minhas idas à Loja e nas gravações, nunca observei uma conversa de China sobre seu envolvimento com esse ou qualquer outro grupo ligado a questões administrativas do espaço, o mesmo valendo para Josine. Em conversa sobre o assunto, os comerciantes mencionaram serem descrentes no trabalho da administração.

Além disso, trabalhos feitos anteriormente oferecem indícios de que ainda no comércio realizado no Campo de São Cristóvão havia discrepâncias, com diferenças entre as barracas e divisão espacial entre elas. Entre os feirantes, havia aqueles que mudaram de seus estados na Região Nordeste para o Rio de Janeiro em busca de melhores condições de vida, tendo passado vários dias em uma viagem em caminhão pau de arara e começado a comercializar produtos no Campo como forma de sobreviver. Mas também havia moradores

<sup>240</sup> Tradução livre. No original: *Even if "society" were as much an organism as some writers have held, it would not on that account be society. Interactions, transactions, occur de facto and the*

do Rio de Janeiro que nunca viveram essa situação e que aproveitaram o movimento para fazer algum dinheiro. Em conversa com um colega, por exemplo, descobri que ele e um amigo montaram uma barraca na Feira, quando a mesma ainda era realizada no Campo, sem grandes dificuldades. Nenhum dos dois é nascido em estados da Região Nordeste ou passou por dificuldades financeiras graves que tivessem incentivado a comercialização de produtos na Feira para a sobrevivência.

Após a transferência para o pavilhão, as diferenças foram perpetuadas. Pessoas que já tinham comércio estabelecido na cidade e nunca haviam trabalhado no Campo conseguiram espaço privilegiado no novo centro de tradições nordestinas. Existe a desconfiança de que o presidente na época recebeu dinheiro para alocar comerciantes nas áreas mais valorizadas da Feira. Enquanto isso, aqueles que duvidaram da capacidade de arcar com os custos de se estabelecer no novo espaço ficaram de fora.

Portanto, apesar de compartilharem o espaço do pavilhão, há uma distância entre os comerciantes e destes em relação à administração. O trecho da matéria do Jornal da Feira sobre as eleições reproduzido no Capítulo 3 oferece indícios de desconfiança entre os feirantes, como mencionado por China e Josine, devido à “falta de democracia, gestão inexistente e transparência zero” (Jornal da Feira, 12/2016, p. 5). Ou seja, parece haver na Feira um problema sério de “participação” (DEWEY, 2012). Essa proximidade distante faz com que o comprometimento de cada um com o coletivo seja fraco e, ao contrário, que a competição, especialmente entre aqueles que vendem os mesmos tipos de produtos, seja acirrada. As gravações e conversas com comerciantes evidenciaram que há muitos desentendimentos na Feira, o que leva à compreensão de que no espaço predomina certa tensão. Parece não haver conflito, no sentido do contato físico, mas também não parece haver a prevalência do consenso, como mostra a situação do não pagamento do condomínio por alguns por discordarem da administração, como afirmaram China e Josine, e que levou ao corte de água e luz (PARK, BURGESS, 2014).

Conforme abordado por Park e Burgess (2014), a competição é a forma fundamental e universal de interação social. Em termos econômicos, a

---

*results of interdependence follow. But participation in activities and sharing in results are additive concerns. They demand communication as a prerequisite* (DEWEY, p. 2349, 2012).

competição está sempre presente e representa um importante estímulo a inovações. No entanto, considerando o histórico de formação da Feira e sua situação atual, nesse caso, a competição interna parece comprometer o próprio desenvolvimento do espaço e dificultar as condições de existência dos estabelecimentos e da própria Feira. Sendo uma Feira criada também pela resistência dos comerciantes, que, mesmo não sendo um grupo homogêneo e tendo agregado empresários que não trabalhavam no Campo, sobrevive até hoje em grande medida pela insistência de feirantes, com apoio de simpatizantes mais engajados politicamente, a competição entre essas próprias pessoas parece enfraquecê-las.

Diferente de um *shopping centre*, composto em sua maior parte por lojas que são apenas mais uma entre outras de uma mesma rede, na Feira, a maioria dos estabelecimentos não tem esse caráter. Apesar de muitos feirantes terem estabelecimentos fora da Feira, conforme mapeamento feito, a maioria destes não possui dezenas de filiais, tendo sido localizadas duas ou três, além da unidade na Feira. Mesmo assim estes são exceções, pois a maioria dos feirantes tem apenas o estabelecimento localizado na Feira de São Cristóvão.

Diante desta competição interna, cada comerciante usa os recursos que entende serem os mais adequados. E o uso desses recursos tem forte relação com criatividade e corrupção. Por um lado o Brasil é conhecido pela criatividade de sua gente, que se reinventa diante dos desafios de se viver em uma sociedade em que muitos cidadãos têm dificuldade de satisfazer suas necessidades básicas. A sociedade colhe frutos importantes a partir disso, como o desenvolvimento de iniciativas como a Feira de São Cristóvão ou o fato de que uma pessoa que não domina a leitura e a escrita consiga gerenciar um empreendimento. Em participação na “I Summer School on Solidarity Economy”, realizada em setembro de 2017 em Lisboa – Portugal, vi pessoas de vários países, como Japão, Islândia, Inglaterra e Finlândia, interessados em aprender com as experiências brasileiras em Economia Solidária (HESPANHA; SANTOS, 2016). Por outro o país também é fortemente marcado pela corrupção. Por isso, não é de se estranhar que comerciantes usem argumentos relacionados a práticas ilegais para vencer o concorrente e conquistar clientes e que isso em geral não cause estranhamento em quem ouve tais argumentos.

O fato de que a corrupção é uma realidade na sociedade em que a Feira está inserida é o que faz com que a afirmação de China de que existem comerciantes na Feira que comercializam manteiga de garrafa adulterada seja plausível. China faz essa afirmação a quem queira ouvir e em nenhuma das gravações ou observações em campo essa informação foi questionada ou causou espanto. Nenhum freguês manifestou surpresa com a afirmação. Não houve registro de qualquer questionamento a China sobre o crime que ele estava afirmando ocorrer na Feira, que é a venda de um alimento como se fosse manteiga de garrafa quando de fato não é, o que configura propaganda enganosa de acordo com o Artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) e fraude de alimentos, de acordo com o Artigo 272 do Código Penal (BRASIL, 1940). Também não houve qualquer interpelação de China por nenhum membro de órgão fiscalizador quanto a isso.

Da mesma forma, é a falta de um senso de comunidade que faz com que China faça a afirmação para os fregueses de que pessoas vendem manteiga de garrafa adulterada, denunciando assim outros comerciantes da Feira sem qualquer preocupação de causar um desconforto nas relações com eles.

As análises mostraram que China usa em seu dia a dia conceitos comumente estudados em cursos de *marketing* (KOTLER, 2006) e comunicação (KUNSCH, 2009), como a abordagem a apenas uma pessoa, mesmo quando em grupo, aproveitando da maior eficácia da comunicação dirigida, e a importância da aparência como forma de vender as mercadorias. Não tendo frequentado a escola o suficiente para aprender a ler, China demonstra ter aprendido essas estratégias no cotidiano do trabalho.

Outro recurso empregado por China para a venda das mercadorias é o apelo à procedência dos produtos em estados da Região Nordeste, recorrendo assim ao caráter temático da Feira e memórias afetivas dos fregueses. É inegável que a Feira de São Cristóvão é um espaço frequentado por muitas pessoas saudosas de estados da Região Nordeste. As gravações evidenciam especialmente a procura pelo gosto da infância, seja do queijo manteiga ou da rapadura. Memórias que têm na culinária sua materialização e com as quais o comerciante lida para vender seus produtos. A origem justifica preços mais elevados e baseia a argumentação sobre a qualidade do produto, tendo

diferentes reações de acordo com o nível de conhecimento dos fregueses sobre as mercadorias.

Aplicando seus conhecimentos de vida em sociedade, do cotidiano do trabalho e de vendas, a identificação de que o freguês conhece a origem dos produtos parece fazer com que China empregue o argumento da procedência. Em casos em que o desconhecimento é identificado ou que a procedência não se aplica, China usa o argumento da qualidade da matéria-prima, como acontece com a goma, que afirma ser da mandioca mesmo.

Outro aspecto observado na Loja do China é que a conversa parece ser um dos principais recursos para que o comerciante conclua e incremente vendas. Esse entendimento ficou bastante evidente no caso em que o freguês respondeu a convocação do comerciante de modo condicionalmente relevante dizendo o que queria e, em lugar de proceder ao atendimento, China optou por suscitar mais conversa perguntando se estava tudo bem com o freguês. Esse empenho em vender mais parece ter relação com a responsabilidade de China com a sobrevivência do negócio.

Apesar de Dona Veva ser a dona e de China obter colaborações na condução da Loja, é China quem dá o tom do negócio. O comerciante faz questão de dizer que não tem funcionário e que é ele quem faz tudo: compra mercadorias, prepara os produtos para os fregueses, limpa e arruma a Loja. Assim, é também China quem se empenha em vender mais, pois as gravações evidenciaram que Marquinho atende aos fregueses que entram no estabelecimento já com o objetivo de comprar, não se envolvendo em fazer convocações ou retirar potenciais fregueses do fluxo da rua.

Esse empenho de China, considerando se tratar de um estabelecimento comercial divulgado sem o auxílio de planos de *marketing* ou de ferramentas digitais, tem como base as relações interpessoais presenciais. O ganho do freguês é na relação face a face. A conversa adequada, a piada pertinente, a história incentivadora, o adjetivo que valoriza, todas essas são formas desenvolvidas localmente, com cada um que se aproxima, mediante um trabalho de seleção do comerciante do que parece ser mais adequado dentro do que aprendeu em anos de ofício e de vida na sociedade.

O negócio de China parece se nutrir em grande parte de vendas para comerciantes. Dentre estes, os comerciantes da Feira ora parecem representar

um grupo importante ora parecem ficar em segundo plano. Mas, considerando especialmente os comerciantes da Feira e que em geral não existe um senso de comunidade entre eles, e que isso se reflete em uma ausência de compromisso, seja em termos éticos ou práticos, como a tentativa de estabelecer condições mais favoráveis para a condução dos negócios, como a compra de mercadorias em grupo, há sempre a possibilidade do calote ou da tentativa deste e, assim, a descontinuidade das vendas para aquele freguês. Desse modo, os fregueses de varejo, que são aqueles do passeio de fim de semana, adquirem muita importância. Por isso, a convocação para a retirada desses visitantes do “fluxo” do corredor, transformando-os em fregueses, é parte importante do modo como China atrai consumidores para comprar suas mercadorias (WATSON, 2005).

Em relação ao atendimento do comerciante aos fregueses, os dados mostram que, ao se empenhar em conversar com os fregueses, o comerciante faz recomendações mentais por meio de avaliações sobre seus produtos. Uma das formas de ter mais conversa é a oferta da prova do queijo, muito comum na Loja do China, e em que normalmente há o incentivo do comerciante para que os fregueses também façam suas avaliações das mercadorias, em geral suscitadas por uma pergunta que induz a uma avaliação positiva.

As gravações evidenciaram que essa prova é oferecida em um momento específico, entre a manifestação de interesse do freguês em comprar queijo e a decisão do mesmo a respeito da quantidade, o que parece se aproximar da lógica da dádiva (MAUSS, 1923), já que o comerciante dá uma espécie de presente em troca de o freguês estar comprando a mercadoria, e de que a oferta da prova tem relação com um incentivo de China para que o freguês compre mais queijo. As gravações também mostraram que China não pergunta se o freguês quer a prova, oferecendo-a na ponta da faca sem consulta prévia. A ausência de recusas parece ser um indício de que esse seria um caminho não preferido.

A quantidade a ser comprada geralmente é sugerida por China pelo tamanho da peça, indicado pela posição da faca no queijo, não pelo peso. As gravações evidenciaram que, ao solicitar um tamanho menor do que o sugerido pelo comerciante, em geral o freguês justifica sua decisão e na maioria das vezes não o faz relacionando ao valor a ser pago, mesmo havendo indicações na interação de que está atento ao preço. Esse fato oferece indícios de que

explicitar o desejo de gastar menos não é uma postura confortável para a maioria dos fregueses. Os argumentos usados pelos fregueses para não comprar mais em geral se referem ao receio de o produto estragar e à dieta alimentar.

Em termos mais amplos, posturas como essas podem ter relação com um entendimento de senso comum vigente na sociedade a respeito de uma valorização de indivíduos que têm dinheiro para comprar o que desejam e uma desvalorização a respeito daqueles que não vivem essa situação. Por outro lado, parece haver na sociedade uma valorização de cuidados com a saúde e de posturas contra o desperdício de alimentos. Esses entendimentos são reforçados por meio da reação de riso ao argumento de China de que comer muito faz bem para a saúde. Assim como a recusa a aceitar sempre as quantidades sugeridas pelo comerciante também pode ser entendida como iniciativas no sentido de um consumo mais consciente, mesmo que essa postura ainda envolva desconforto. Essa possibilidade vai ao encontro de uma pesquisa que constatou que a crise econômica provocou a mudança de hábitos de consumo de muitos brasileiros (R7, 02/03/2018<sup>241</sup>).

Explicações sobre o modo de produção das mercadorias, assim como a melhor forma de armazenagem e a maneira de preparar alimentos usando-as também fazem parte das conversas de China com os fregueses interessados em adquirir produtos em seu estabelecimento e que manifestam algum tipo de dúvida antes da aquisição. China se coloca assim no papel de especialista, sendo inclusive confundido com uma pessoa natural de algum estado da Região Nordeste, conforme mostrado.

Por mais que se empenhe em conversar e brincar com os fregueses, inclusive contando histórias e ensinando a usar produtos para preparar alimentos, nem sempre o comerciante é bem sucedido em seus esforços de efetuar e incrementar vendas. O uso de discordâncias fortes, como aquelas em que o freguês diz não, parece desencorajar o comerciante a incentivar mais compras. Mas, mesmo discordando de China, seja pela quantidade recomendada ou pela sugestão de comprar mais produtos, é possível perceber que na maioria das interações prevalece o caráter cordial entre comerciante e freguês, o que é fortemente incentivado por China.

---

<sup>241</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/crise-alterou-habitos-de-consumo-de-nove-em-cada-dez-brasileiros-02032018>. Acesso em: 7 nov. 2018.



É interessante observar ainda como China lida com a questão espacial em suas conversas com fregueses. O comerciante se empenha em transformar em vantagem sua localização em uma rua paralela, e não em uma das avenidas principais, e em ser encontrado em outra oportunidade, diante da aparência similar dos espaços da Feira.

Se China parece ter um leque de procedimentos acionados em função da especificidade da interação em que se encontra, também foi possível identificar ações únicas, como a oferta da prova da goma de mandioca. Esse exemplo ilustra o caráter radicalmente situado das ações desenvolvidas por China na condução de seu negócio.

Seja nas abordagens ou durante o atendimento, as gravações evidenciam que China tende a se referir aos homens em grupos formados por homens e mulheres, mesmo que o interesse pela compra seja manifestado pelas mulheres, e que as mulheres e os homens tendem a aceitar essa situação, assumindo eles a interação com o comerciante. A abordagem prioritariamente feita aos homens mesmo quando são as mulheres que indicam interesse em mercadorias evidencia questões de gênero compreendidas pelo comerciante como presentes na sociedade. Considerando que o comerciante tem o interesse de estabelecer uma boa relação com o freguês para a concretização da venda, o fato de a abordagem inicial ser endereçada ao homem pode ser visto como uma tentativa de o comerciante seguir por um caminho que não comprometa o sucesso da interação que pretende desenvolver. Falar inicialmente com o homem e não com a mulher ser um caminho escolhido pelo comerciante para uma interação bem sucedida pode ser indício de lógicas vigentes na sociedade a propósito de relações de gênero.

Também foi possível ver pelos exemplos que os fechos das interações são momentos importantes para o entendimento de como China conduz o negócio na Feira. As duas características marcantes nesses momentos, ações ou esclarecimentos com vistas a destacar qualidades dos produtos e entrega do cartão de visita sem que o freguês peça, mostram o empenho do comerciante na manutenção do freguês, incentivando que ele volte ao seu estabelecimento em outras ocasiões. Sem outros meios de interação com os fregueses, China se vale da conversa com as pessoas enquanto estão em seu estabelecimento para incentivar essa volta.

Os exemplos também evidenciam que as interações entre comerciante e fregueses constituem um aspecto importante na forma como o comércio é realizado na Loja do China. A conversa pode, por exemplo, gerar desconto, esclarecer dúvidas que ajudem a concretizar a venda, garantir a compra de produtos mais frescos e proporcionar momentos de descontração. O comerciante escolhe o que considera ser efetivo para concluir a venda àquele freguês naquele momento. O freguês parece se empenhar em obter o máximo de benefício na transação comercial e também da interação com o comerciante, seja um preço mais baixo, um produto mais fresco ou ainda o favor de ter um objeto guardado na Loja enquanto passeia pela Feira, dentre outras possibilidades. Assim, conforme afirmado, é possível perceber que o contato presencial é um elemento importante nesse comércio.

Outro aspecto importante a respeito do modo como China conduz seu negócio na Feira se refere às interações com outros comerciantes, em que estão presentes relações de amizade na condução dos negócios, orientações, conversas amistosas e tensões, além de relações de parentesco.

A amizade está na base de ações cruciais para a manutenção da Loja do China ativa, como o compartilhamento do gerador, que garante a energia elétrica no estabelecimento quando o equipamento da Feira não funciona, e da máquina para pagamentos feitos com cartão. Mas essas relações de amizade parecem restritas e aparentemente são estabelecidas com comerciantes que não vendem os mesmos tipos de produtos da Loja do China. Apesar de as gravações mostrarem que alguns comerciantes estão sempre em sua Loja, China mencionou apenas um como amigo: o dono do restaurante de onde ele usa o gerador. Além da competição, os constantes desentendimentos, que parecem ter origem em grande parte em problemas relacionados a pagamentos, parecem impedir relações cordiais duradouras. Amizades parecem ainda mais raras.

Não foi possível ter acesso a dados mais consistentes sobre esse ponto, mas, apesar de benefícios mútuos também estarem envolvidos em favores realizados e tomados pelo comerciante, vantagens materiais não parecem ser as únicas motivadoras dessas atividades, como mostra o caso envolvendo o dono do hortifrúti ao lado da Loja. Mas o principal exemplo é a relação de China com a dona do estabelecimento, a Dona Veva, de quem ganhou sua atual

residência, o que faz com que China tenha por ela uma gratidão como de filho para mãe. Assim, apesar de não ter um parentesco sanguíneo com Dona Veva, China parece ter por ela um parentesco afetivo.

China descreve sua casa na Baixada Fluminense com satisfação e considera seu filho maluco por preferir pagar R\$ 2 mil (cerca de € 400) no aluguel de um apartamento na Zona Sul da cidade a construir uma casa em cima da sua. China também afirmou possuir uma situação financeira que considera confortável, que lhe permite viver bem até o fim de seus dias. Também se orgulha de ter investido em seu casal de filhos, afirmando que, se precisar, podem lhe dar de comer.

Conforme afirmado, China conta com colaborações na condução de seu negócio. Um dos colaboradores é o rapaz da goma, que leva garrafas vazias para sua casa, onde ele as enche novamente com manteiga, com a ajuda da Dona Veva. Há ainda os comerciantes que colaboram com China no compartilhamento do uso da máquina para pagamentos com cartão. China conta ainda com a ajuda do filho do comerciante ao lado, Marquinho, que reveza com ele no fim de semana e a quem se recusa a chamar de funcionário, preferindo ajudante. Marquinho, conforme mostrado, é confundido com o filho de China, sendo o parentesco uma relação comum na Feira. Todas essas colaborações têm suas devidas contrapartidas, seja um pedaço de queijo, um valor mensal ou tudo isso e ainda uma relação cordial.

Esses exemplos evidenciam que, apesar de um ambiente em que a competição interna é acirrada, China estabelece relações colaborativas com algumas pessoas para a condução de seu negócio. Apesar de poucas, essas relações incluem colaborações fundamentais para o funcionamento da Loja. Caso não pudesse usar o gerador do amigo, por exemplo, China teria um grande problema, pois precisaria arcar com o custo para a locação de um equipamento como esse ou teria prejuízo com a perda de mercadorias devido aos longos períodos em que o gerador da Feira é mantido desligado, além dos momentos em que o mesmo para de funcionar.

As gravações de interações entre China e outros comerciantes também evidenciaram que os recursos que o comerciante tem à disposição para conduzir seu negócio são aqueles gerados pelo próprio negócio, sem que haja crédito proveniente de outras fontes. As formas como China realiza as

transações de maior volume também ajudam a compreender como o comerciante conduz seu negócio na Feira.

China costuma fazer uso do repasse de cheques recebidos para pagamentos a fornecedores, para o que também utiliza cheques da dona da Loja. É interessante perceber ainda que, provavelmente por não dominar a leitura, China nem sempre mantém consigo um comprovante das vendas que realiza, fazendo acordos somente verbais, o que em alguns casos parece contribuir para a existência de problemas com outros comerciantes, tendo alguns deles sido relatados por China. Esses problemas, somados ao fato de que o comerciante mudou seu público prioritário de comerciantes da Feira para comerciantes externos por conta de desentendimentos a respeito de pagamento, ajudam a explicar que as relações entre comerciantes muitas vezes envolvem desentendimentos.

É importante destacar a especificidade nos problemas envolvendo pagamentos. Em alguns casos e de acordo com a relação prévia, a falta de pagamento por si só não parece ser suficiente para encerrar relações. Para que isso aconteça, é preciso que seja acompanhada por problemas na tentativa de solução. Problemas na tentativa de solução significam ausência de conversa. A falta da conversa é o que caracteriza para China a má fé do calote premeditado ou da cobrança indevida. Diante de um desentendimento sobre pagamento, a tentativa de resolver por meio da conversa, mesmo que não gere a concordância de China, contribui para que não sejam interrompidas as relações, nem comerciais nem pessoais. Esse aspecto oferece indícios de que as relações pessoais podem ter prioridade sobre o aspecto material, dentro de limites, especialmente para alguém que não está inserido no universo do letramento.

Situações desconfortáveis podem não ter relação somente com questões sobre pagamento. Não chegando ao ponto de um desentendimento, foi possível observar uma situação de aparente desconforto de China em interação com outro comerciante, um iniciante. China parece se recusar a compartilhar o desempenho de uma atividade que em geral é desenvolvida por ele, a embalagem de mercadorias. Essa situação evidenciou os constrangimentos impostos pela questão espacial na Loja, que tem partes restritas ao comerciante, mesmo que não haja identificação explícita disso. Somado ao fato de que o comerciante não gosta de ver as prateleiras sem produtos, entende-se

que China se empenha em fazer seu trabalho bem feito, apesar de afirmar estar com nojo da Feira.

Em uma de nossas conversas, China me disse que atualmente na Feira não se tem a quem recorrer. As providências que China tomou para solucionar ele mesmo os problemas que a administração não resolve parecem ilustrar o que o comerciante afirmou. China instalou sua própria caixa d'água, que lhe assegura abastecimento quando o carro-pipa falta, já que a Feira não conta com fornecimento de água devido à falta de pagamento. O comerciante também usa o gerador de um amigo e não fica sem energia quando o equipamento contratado pela administração para de funcionar, como acontece com outros comerciantes. Também é China quem resolve ou tenta resolver os problemas referentes ao não pagamento por mercadorias compradas em sua Loja, cobrando pessoalmente a dívida e insistindo até receber o pagamento. Assim, muitas vezes, não apenas perde o freguês, mas também a relação de cordialidade com aquela pessoa.

Os 36 anos na Feira e a recorrência desse tipo de situação podem explicar por que China nunca sugeriu outro comerciante que pudesse me ajudar com a pesquisa, apesar de minhas solicitações. Obviamente, essa recusa pode indicar uma desconfiança em relação a mim, mas o trabalho de campo ajuda a reforçar o entendimento de que China parece confiar em poucas pessoas na Feira. Apesar disso, China parece ter relações cordiais com vários comerciantes na Feira, o que pôde ser visto em gravações e durante observação participante.

Em muitas interações com comerciantes tópicos da conversa são inseridos pela programação da TV. Em geral dizem respeito a temas como segurança e esporte, mas podem variar de acordo com o momento, como no período das eleições. Esses tópicos em geral constituem momentos de interações desenvolvidos não em torno de compra e venda de mercadorias. Assim, foi possível identificar por meio dos dados obtidos em campo a aplicação da teoria *Agenda Setting*, segundo a qual a mídia pauta as conversas dos indivíduos, colocando as suas pautas como agenda da opinião pública e das pessoas (McCOMBS, 2009).

Foi possível identificar na Loja conversas que não tinham um caráter prático no sentido de um propósito definido além da conversa em si, constituindo assim momentos de sociabilidade, seja entre fregueses e China ou

entre este e outros comerciantes. Em relação a outros comerciantes, alguns desses momentos constituem idas à Loja para tomar café, comer queijo, falar sobre futebol, reclamar de outro comerciante, dentre outros assuntos.

Registros de conversas que no senso comum são consideradas fofocas ajudaram a mostrar a existência de tensões nas relações entre comerciantes, especialmente envolvendo comerciantes de outros estabelecimentos, como a desconfiança em relação a furto de mercadorias e o trato ríspido diante do não pagamento de dívidas. Também foi possível registrar um momento mais tenso entre China e outro comerciante da Feira envolvendo um problema no pagamento de uma compra feito com cartão.

Um reflexo da existência de muitas relações de parentesco na Feira também foi identificado nessa pesquisa. A situação que chamou a atenção para isso foi a categorização equivocada do ajudante de China como seu filho. A existência de muitas relações desse tipo na Feira parece contribuir para que essa seja uma inferência comum. Além disso, o exemplo do parentesco inventado mostra que esse tipo de relação é valorizado, ser parente do dono, podendo ser extrapolado para a sociedade em que a Feira está inserida, semelhante ao Feito no uso da convocação “fala, patrão”.

É interessante destacar que negócios familiares são comuns no Brasil como um todo, sendo responsáveis por 65% do PIB e ocupando 75% da força de trabalho do país, segundo dados do Sebrae e do IBGE (Jornal da USP, 2018<sup>242</sup>). No entanto, apesar dessa expressiva participação na economia, essas empresas não costumam ter vida longa devido à falta de mecanismos mais profissionais na gestão dos negócios e à centralização excessiva no dono, fazendo com que 70% fechem diante da ausência do mesmo. Parece que a loja em que China trabalha seguirá caminho similar.

A Loja deve passar para as mãos de outro proprietário após o comerciante encerrar suas atividades. Conforme mencionado, China aguarda apenas uma resposta quanto ao pedido de aposentadoria para parar de trabalhar na Feira. Ao explicar esse ponto, China reforça ainda mais o entendimento sobre a competição naquele ambiente e sobre a relação com a Dona Veva, que extrapola o caráter comercial. Isso porque, conforme já exposto, China afirma

---

<sup>242</sup> Disponível em <https://jornal.usp.br/atualidades/atualidades-em-dia-com-o-direito-boletim-18-10-empresas-familiares-representam-90-dos-empreendimentos-no-brasil/>. Acesso em: 5 nov. 2018.

não ser vantajoso para a dona da Loja alugar o espaço para outro comerciante, pois o mesmo, diferente do que ele fez, provavelmente permaneceria por algum tempo e depois sairia levando a clientela.

Considerando que a sociedade é formada por interações e que as mesmas têm como base acordos compartilhados, as lógicas em vigor na Feira dizem respeito a lógicas presentes na sociedade mais ampla em que está inserida. Este estudo sobre a Feira foi realizado em um momento em que o Estado do Rio de Janeiro está em situação de calamidade financeira, decretada em junho de 2016 e com solicitação de manutenção até 2023 (Destak, 06/11/2018<sup>243</sup>). Todos os governadores de 1999 até 2018 estão presos, cumprem medidas restritivas ou respondem a processos por corrupção. Entre prefeitos do Rio de Janeiro e outros funcionários ligados à administração pública o cenário se repete.

Em termos de país, o Brasil é a oitava maior economia do mundo (El País, 10/10/2018<sup>244</sup>). Seu Produto Interno Bruto (PIB) ficou em R\$ 2 trilhões em 2017 (mais de € 400 bilhões) (Banco Mundial<sup>245</sup>). Apesar disso, 25,4% da população vivem na linha de pobreza, com renda mensal familiar de R\$ 387 (€ 80,29), estando a maioria dessas pessoas na Região Nordeste (Agência Brasil, 15/12/2017<sup>246</sup>). O próprio salário mínimo estabelecido em lei no país para 2019, R\$ 998 (cerca de € 200), é muito inferior ao mínimo necessário para sustentar uma família de quatro pessoas, valor que seria de cerca de R\$ 3.700 (cerca de € 770), ou seja, mais que o triplo dos R\$ 998, segundo dados do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) (UOL Notícias, 07/02/2018<sup>247</sup>). O país é um dos mais desiguais do mundo, o segundo na América Latina (Jornal do Comércio, 13/04/2018<sup>248</sup>). Os

<sup>243</sup> Disponível em: <https://www.destakjornal.com.br/cidades/rio-de-janeiro/detalhe/projeto-de-lei-estende-a-situacao-de-calamidade-publica-financeira-no-rio>. Acesso em: 13 nov. 2018.

<sup>244</sup> Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasi/2018/10/10/economia/1539180659\\_703785.html](https://brasil.elpais.com/brasi/2018/10/10/economia/1539180659_703785.html). Acesso em: 02 nov. 2018.

<sup>245</sup> Disponível em: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=BR>. Acesso em: 02 nov. 2018.

<sup>246</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-12/ibge-brasil-tem-14-de-sua-populacao-vivendo-na-linha-de-pobreza>. Acesso em: 18 fev. 2019.

<sup>247</sup> Disponível em: <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2018/02/07/salario-minimo-ideal-janeiro-dieese.htm>. Acesso em: 13 nov. 2018.

<sup>248</sup> Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/ conteudo/2018/04/opinioao/621773-a-desigualdade-social-e-os-desafios-para-o-brasil.html>. Acesso em: 31 out. 2018.

mais ricos no Brasil chegam a ganhar 36 vezes mais do que os mais pobres (Agência Brasil, 11/04/2018<sup>249</sup>).

Os serviços básicos oferecidos pelo governo no Brasil como um todo deixam a desejar. Salários baixos, condições de trabalho ruins e falta de envolvimento das famílias comprometem a educação básica. Como reflexo, é possível encontrar alunos do 6º ano do ensino fundamental que não leem ou escrevem como deveriam (Brasil Escola, s/d<sup>250</sup>). Além disso, o país ainda caminha para oferecer educação em tempo integral em pelo menos 50% das escolas públicas para atender no mínimo a 25% dos alunos da educação básica até 2024 (INEP, 01/2018<sup>251</sup>). Essa realidade faz com que as famílias com mais recursos optem pelas escolas particulares.

Quando o assunto é a saúde, falta de recursos para procedimentos básicos, falta de profissionais e longas filas para atendimento tornam a contratação de um plano de saúde um “sonho de consumo” (Estadão, 01/08/2018<sup>252</sup>). Em relação aos transportes coletivos, a superlotação e a falta de conforto estão entre os motivos que levam muitos brasileiros a comprar carro ou a desejar um (Gazeta, 16/01/2018<sup>253</sup>).

O cenário não é mais animador na segurança pública. O país teve um estado com intervenção militar de fevereiro a dezembro de 2018, o Rio de Janeiro, e ocupa a primeira posição em número de homicídios no mundo, com taxa média por grupo de 100 mil habitantes quase três vezes superior ao aceitável (Folha de S. Paulo, 20/04/2018<sup>254</sup> e 28/12/2018<sup>255</sup>). A falta de uma política de Estado para a segurança pública, com ações pontuais desenvolvidas para responder a crises, a falta de garantia de recursos para a área, a ausência

<sup>249</sup> Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-04/ibge-1-mais-rico-recebeu-em-2017-36-vezes-mais-do-que-metade-da-populacao>. Acesso em: 02 nov. 2018.

<sup>250</sup> Disponível em: <https://educador.brasilecola.uol.com.br/trabalho-docente/a-qualidade-educacao-brasileira.htm>. Acesso em: 01 nov. 2018.

<sup>251</sup> Disponível em [http://download.inep.gov.br/educacao\\_basica/censo\\_escolar/notas\\_estatisticas/2018/notas\\_estatisticas\\_Censo\\_Escolar\\_2017.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_basica/censo_escolar/notas_estatisticas/2018/notas_estatisticas_Censo_Escolar_2017.pdf). Acesso em: 03 nov. 2018.

<sup>252</sup> Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/blogs/antonio-penteado-mendonca/a-saude-do-brasil-esta-doente/>. Acesso em: 02 nov. 2018.

<sup>253</sup> Disponível em: <https://www.gazetaonline.com.br/noticias/brasil/2018/01/ma-qualidade-do-transporte-publico-aumenta-a-preferencia-por-carro-1014115046.html>. Acesso em: 03 nov. 2018.

<sup>254</sup> Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/e-agora-brasil-seguranca-publica/e-agora-brasil/brasil-erra-no-combate-ao-crime-e-da-margem-a-propostas-enganosas.shtml>. Acesso em: 02 nov. 2018.

<sup>255</sup> Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/12/intervencao-no-rio-chega-ao-fim-com-menos-roubos-mas-sem-reduzir-mortes-violentas.shtml>. Acesso em: 15 fev. 2019.



de uma política de inteligência, a ineficiência no combate ao tráfico de drogas e armas, a corrupção e a superlotação do sistema prisional são apontadas como principais causas dos problemas na área (BBC, 28/02/2018<sup>256</sup>).

Em pesquisa feita com 18 países da América Latina entre 2003 e 2007, o Brasil ficou na 11ª posição no quesito solidariedade (Correio Cidadania, 27/11/2007<sup>257</sup>). De modo prático, isso significa que, no Brasil, se o que é oferecido à coletividade não atende, se as pessoas têm a sensação de que pouco recebem das instituições coletivas, em lugar de se envolver e tentar melhorar essa situação, a maioria pensa em garantir por sua conta o que entende como necessário para si sem passar por medidas que promovam benefícios coletivos ou transformações sistêmicas. Se a escola pública é ruim, as famílias que podem colocam seus filhos nas escolas particulares. Se a saúde é ruim, quem pode contrata plano de saúde. Se o transporte coletivo é ruim, quem pode compra carro. Mas poucos procuram se envolver em soluções que possam modificar essa realidade em âmbito coletivo. São poucos os que participam de debates e votações sobre medidas tomadas pelos governos. São poucos também os que de fato se informam sobre o que acontece na política, não raro elegendo e reelegendo políticos envolvidos em esquemas de corrupção (Forbes, 15/11/2016<sup>258</sup>).

Essas características não são exclusivas do Brasil, mas nele estão fortemente presentes. É nesse contexto que a Feira de São Cristóvão precisa ser compreendida. Inserida nesse contexto, a Feira reproduz suas lógicas de desigualdade, individualismo e falta de interesse em soluções para a coletividade. O que essa pesquisa evidencia com maior ênfase é que, assim como acontece no país, na Feira também prevalece uma lógica prioritária do cada um por si.

As análises feitas a partir da Loja do China mostram um pouco do trabalho cotidiano de China na manutenção de um negócio de micro porte nesse ambiente. Ao fazê-lo, explicita uma pequena parte da riqueza da

<sup>256</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43164219>. Acesso em: 02 nov. 2018.

<sup>257</sup> Disponível em <http://www.correiciudadania.com.br/politica/1157-27-11-2007-o-carater-individualista-e-pouco-solidario-do-brasileiro>. Acesso em: 13 nov. 2018.

<sup>258</sup> Disponível em <https://forbes.uol.com.br/listas/2016/11/brasil-e-o-segundo-pais-do-mundo-menos-interessado-em-politica/>. Acesso em: 28 mar. 2019.

interação humana e de sua influência na constituição da economia de dada localidade e da sociedade em que está inserida.

Em termos mais amplos, as análises feitas nesta pesquisa mostram que as pessoas, na sua vida cotidiana, adotam comportamentos metódicos e ordenados, tal como explicou Schegloff (1968), e que a Etnometodologia, com uso da Análise da Conversa, oferece acesso a esses métodos e ordens e, em última instância, aos entendimentos dos membros e lógicas vigentes na sociedade. Assim, viabiliza a compreensão de configurações sociais específicas que pautam e são pautadas por constrangimentos inerentes aos ambientes em que estão inseridas.

É pertinente reforçar que esta pesquisa foi feita com uma inspiração na Análise da Conversa, com o reconhecimento de que pode ser aprofundada segundo essa técnica futuramente. É importante destacar ainda que as análises apresentadas só foram possíveis pelo fato de se poder contar com os registros em áudio e vídeo, analisados com o auxílio da observação participante. Sublinho por isso a importância destes recursos técnicos para o estudo de interações sociais. Destaco ainda que por conter o registro de sons e movimentos, os dados coletados também podem ser tratados futuramente à luz das contribuições da multimodalidade.

Os exemplos apresentados evidenciam a importância de se analisar o conhecimento prático que as pessoas mobilizam no dia a dia para a compreensão, não só de configurações sociais particulares, mas também de questões mais amplas sobre a sociedade. Ao situar o seu foco ao nível micro, a Etnometodologia oferece recursos analíticos para compreender em profundidade o que se passa, mas sem perder de vista o enraizamento das práticas sociais e sem desconsiderar que fazer ciência, assim como afirmou James (1907), é tentar se aproximar da realidade. Reitero, por conseguinte, a convicção de que a Etnometodologia e a Análise da Conversa podem contribuir para o avanço das ciências sociais, em geral, e das ciências da Comunicação Social, em particular.

Gostaria de finalizar essa tese reconhecendo que as análises realizadas são apenas parte do que pode ser entendido sobre a Loja do China e lógicas vigentes na Feira de São Cristóvão. Trata-se de minha primeira incursão no universo da Etnometodologia e da Análise da Conversa. Reconheço que muito

ainda preciso desenvolver para ser considerada uma etnometodóloga e uma analista da conversa. Para tanto, espero poder contar com a generosa colaboração daqueles que me ajudaram até aqui, daqueles com quem tive contato em momentos mais avançados da pesquisa, de quem ainda não conheço e que segue por esses caminhos e de novas gerações que venham a abraçar o desafio e a satisfação de se realizar uma pesquisa tendo como base os entendimentos dos membros.

## Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Fernanda Regina; FRANÇA, Tereza Luiza de. *Formação contada na Rede Municipal de Ensino no Jaboatão dos Guararapes: caminhos e descaminhos de uma prática docente humanizadora*. 2013. 159f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Educação) – Centro de Educação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/14111>
- ARAÚJO, Joana de Cássia Santos. *A sanfona na cena musical carioca*. 2010. 119f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Música) – Centro de Letras e Artes, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: [http://web02.unirio.br/sophia\\_web/](http://web02.unirio.br/sophia_web/)
- ARAÚJO, Monica Lopes Folena. *A etnometodologia como abordagem metodológica desveladora de práticas pedagógicas*. In: *XVI Encontro Nacional de Didática e Práticas de Ensino – Endipe*, Campinas, 2012. Disponível em: [http://www.infoteca.inf.br/endipe/smarty/templates/arquivos\\_template/upload\\_arquivos/acervo/docs/3094b.pdf](http://www.infoteca.inf.br/endipe/smarty/templates/arquivos_template/upload_arquivos/acervo/docs/3094b.pdf). Acesso em: 24 set. 2018.
- ATKINSON, Paul. *Ethnomethodology: a critical review*. *Annual Review of Sociology*, Vol. 14, p. 441-465. Disponível em: [http://www3.nccu.edu.tw/~95254005/ethnomethodology\\_a\\_critical\\_review.pdf](http://www3.nccu.edu.tw/~95254005/ethnomethodology_a_critical_review.pdf). Acesso em: 28 mar. 2019.
- BARBOSA, Sílvia Maria Costa; BARBOSA, Joaquim Gonçalves. *Etnometodologia multirreferencial: contribuições teórico epistemológicas para a formação do professor-pesquisador*. In: *Educação & Linguagem*, Vol. 11, Nº 18, 2008. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/EL/article/view/117>. Acesso em: 24 set. 2018.
- BECKER, Howard. *A Escola de Chicago*. In: *Mana*, Vol. 2, Nº 2. Rio de Janeiro: Mana, 1996. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131996000200008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131996000200008&script=sci_arttext). Acesso em: 24 set. 2018.
- BERARDINELLI, Lina Márcia Miguéis; GIRON, Mariana Nepomuceno; SANTO, Fátima Helena do Espírito. *Contribuição da etnometodologia para avaliação do cuidado de enfermagem no centro cirúrgico*. In: *Revista de Enfermagem da Uerj*. Rio de Janeiro, nov/dez, 2014, p. 790-795. Disponível em: <http://www.facenf.uerj.br/v22n6/v22n6a11.pdf>. Acesso em: 24 set. 2018.
- BISPO, Marcelo de Souza; GODOY, Arilda Schmidt. *Etnometodologia: uma proposta teórico-metodológica para pesquisa em Administração a partir das práticas cotidianas*. In: *Trabalhos do VII Encontro de Estudos Organizacionais da Anpad*. Curitiba, mai. 2012. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo\\_2012/2012\\_ENEO266.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo_2012/2012_ENEO266.pdf). Acesso em: 24 set. 2018.

BLUMER, Herbert. *Symbolic interactionism: perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1969.

BOTT, Elizabeth. *Family and social network: Roles, norms, and external relationships in ordinary urban families*. London, Tavistok, 1957.

BRAGA, Adriana. Uma sociologia da interação cotidiana. In: WATSON, Rod; GASTALDO, Edson. *Etnometodologia e Análise da Conversa*. Rio de Janeiro, Vozes/PUC-Rio, 2015.

\_\_\_\_\_. Netnografia e interação social: compreendendo o sujeito nas redes sociais. In: NICOLACCI, A.; ROMÃO, D. (org). *Qualidade faz Diferença: métodos qualitativos para a pesquisa em psicologia e áreas afins*. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2013.

\_\_\_\_\_. *Personas Materno-Eletrônicas: feminilidade e interação no Blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BRAGA, Adriana; GASTALDO, Édison. Pertencimento como categoria analítica: etnometodologia para os estudos de comunicação. *E-Compós*. 2018. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.1563>. Acesso em: 18 fev. 2019.

\_\_\_\_\_. Perspectivas Naturalistas em Comunicação: uma angulação teórico-metodológica. In: BRAGA, J.L., LOPES, M. I. V. e MARTINO, L. C. (org.) *Perspectivas Empíricas em Comunicação*. São Paulo, Ed. Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. O Legado de Chicago e os estudos de recepção, usos e consumo midiáticos. In: *Revista FAMECOS*. Vol. 16, Nº. 39, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fass/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/5845/4254>. Acesso em: 18 fev. 2019.

BRAGA, Adriana; GASTALDO, Édison; GUIMARÃES, Juliana Depiné. Membership Categorization Analysis on Communication Studies: An Essay of Applied Methodology. In: *Brazilian Journalism Research*, Vol. 12, Nº 2, 2016. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v12n2.2016.879>. Acesso em: 18 fev. 2019.

BRAGA, Adriana; LOGAN, Robert. Celular de Guerrilha: usos subversivos da tecnologia móvel no Brasil. In: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. Nº. 129, ago-nov 2015. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791936.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.

BRAMBILLA, Flavio Regio. Etnometodologia na pesquisa em Engenharia de Produção. In: *XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*. Bento Gonçalves, out. 2012. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2012\\_TN\\_STO\\_166\\_964\\_21002.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2012_TN_STO_166_964_21002.pdf). Acesso em: 18 fev. 2019.

BRASIL. Lei n.º 12.301, de 28 de julho de 2010. Declara o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - Feira Nordestina de São Cristóvão Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil. Presidência da República, Brasília, DF, 28 jul. 2010. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Lei/L12301.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12301.htm). Acesso em: 24 set. 2018.

\_\_\_\_\_. Lei n.º 10.520, de 17 de julho de 2002. Institui, no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, nos termos do art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição

de bens e serviços comuns, e dá outras providências. Presidência da República, Brasília, DF, 17 jul. 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/2002/L10520.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10520.htm). Acesso em: 24 set. 2018.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm). Acesso em: 24 set. 2018.

\_\_\_\_\_. Decreto-Lei nº. 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, RJ, 31 dez. 1940. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del2848.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848.htm). Acesso em: 24 set. 2018.

Brasil Escola. Principais Migrações Inter-regionais no Brasil. s/d a. Disponível em <http://brasilecola.uol.com.br/brasil/principais-migracoes-inter-regionais-no-brasil.htm>. Acesso em: 28 fev. 2017.

Brasil Escola. Regiões Brasileiras. s/d a. Disponível em <http://brasilecola.uol.com.br/brasil/regioes-brasileiras.htm>. Acesso em: 21 mar. 2017.

BRITTO, Ruth Helena de Souza. A feira e o shopping de cultura popular. 2002. 143f. Dissertação. (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

BUTTON, Graham. (Ed.). *Ethnomethodology and the Human Sciences*. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 1991.

CALDAS, José Castro. Economia e crematística dois mil anos depois. In: *A Economia Sem Muros*. NEVES, Vítor; CALDAS, José Castro (Org.). Série Conhecimento e Instituições. Coimbra: Almedina, 2010. p. 45-57.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Seca: análises, pressupostos, diretrizes, projetos e metas para o planejamento de um novo Nordeste. Brasília: Bancada Federal do Nordeste, 2013.

CANCIAN, Renato. Escola de Chicago - contexto histórico: Pesquisas centradas no meio urbano. In: *Página 3 Pedagogia & Comunicação*, 2009. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/disciplinas/sociologia/escola-de-chicago---contexto-historico-pesquisas-centradas-no-meio-urbano.htm>. Acesso em: 24 set. 2018.

\_\_\_\_\_. Invasão holandesa: Portugal perde Pernambuco para Holanda. In: *Página 3 Pedagogia & Comunicação*, 2005. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia-brasil/invasao-holandesa-portugal-perde-pernambuco-para-holanda.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 24 set. 2018.

CARDOSO, André Luiz Carvalho. Arquitetura encapsulando a informalidade: da Feira dos Paraíbas ao Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. 2006. 176 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/21/teses/665521.pdf>

CARLIN, Andrew. Visibility and street ethnography: a lesson in pavement culture. In: *Etnografia e Pesquisa Qualitativa*, 2, 2017, p. 287-302.

CARVALHO, Antonia Dalva França; THERRIEN, Jacques. Etnometodologia: uma opção teórico-metodológica para o estudo da epistemologia da prática docente. In: *XIV Encontro Nacional de Didática e Práticas de Ensino – Endipe*, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <http://jacquestherrien.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Etnometodologia-e-epistemologia-da-Pr%C3%A1tica-no-Estudo-da-A%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 24 set. 2018.

CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto (Org.). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CASTRO, Silvia Regina Pantoja. O Projeto político de Nilo Peçanha. In: FERREIRA, M. M. *A República na Velha Província*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1989. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/6704>. Acesso em: 25 mar. 2019.

COARACY, Vivaldo. *Memória da Cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1955.

COLLIN, Finn. *Social Reality*. London: Routledge, 1997.

COSTA, Elaine Cristina Pimentel. Fenomenologia, etnometodologia e epistemologia jurídica: diálogos interdisciplinares. In: *RMDUFAL*. Maceió, Vol. 1, Nº 1, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/rmdufal/article/view/273/224>. Acesso em: 24 set. 2018.

DANTAS, Daniel; GOMES, Adriano Lopes. O estudo de blogs sob uma perspectiva etnometodológica. In: *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*. Natal. set. 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0388-1.pdf>. Acesso em: 24 set. 2018.

DEVIDE, Fabiano Pries. Teoria das representações sociais, análise do discurso e etnometodologia: contribuições para a pesquisa da Educação Física. In: *Motus Corporis*. Rio de Janeiro. Vol. 8. Nº. 1. 2001. p. 59-74. Disponível em: <http://boletimef.org/biblioteca/1568/Teoria-das-representacoes-sociais-analise-do-discurso-e-etnometodologia>. Acesso em: 24 set. 2018.

DEWEY, John. *The Public and its Problems: an essay in political inquiry*. Penn State University Press: Edição do Kindle, 2012 [1927].

DIÁRIO OFICIAL. Aviso de rescisão contratual unilateral. 24/01/2018. Município do Rio de Janeiro, 26 jan. 2018. Disponível em: <http://doweb.rio.rj.gov.br/ver-flip/3742/#/p:2/e:3742>. Acesso em: 24 set. 2018.

DUMONT, Lúcia Maria Moreira; PINHEIRO, Edna Gomes. Incursões teórico-metodológicas da etnometodologia na Ciência da Informação: aplicações em pesquisas sobre leitura. In: *Informação & Sociedade*. Vol. 23. Nº 3. 2015. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/22773>. Acesso em: 24 set. 2018.

ELICHER, Maria Jaqueline. A imagem do Rio de Janeiro no Império e na República Velha e a nova imagem pós-grandes eventos esportivos: Porto Maravilha, literatura e turismo. In: *Revista Turismo & Desenvolvimento*, Nº 27/28, 2017, p. 899-909. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/7032/5529>. Acesso em: 24 set. 2018.

Feira de São Cristóvão. Site do Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. Disponível em: <https://www.feiradesaocristovao.org.br>. Acesso em: 12 mar. 2017.

FERNANDES, Gildásio Guedes; AITA, Keylla Sá; OLIVEIRA, Cleidinalva. Etnometodologia em pesquisas no ciberespaço: reflexões sobre o projeto UCA. In: *Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação*. 2012. Disponível em: <http://www.br-ie.org/pub/index.php/wcbie/article/view/1907/0>. Acesso em: 24 set. 2018.

FERRARI, Monica de Melo. A migração nordestina para São Paulo no segundo governo Vargas (1951-1954) – seca e desigualdades regionais. 2005. 160 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) – Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos. São Carlos, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/1498/DissMMF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GARCIA, S. *Rio de Janeiro: Passado e Presente*. Rio de Janeiro: Conexão Cultural, 2000.

GARFINKEL, Harold. Estudos dos fundamentos rotineiros das atividades cotidianas. In: *Teoria e Cultura*, Juiz de Fora, Vol. 6, Nº 1 e 2, jan./dez. 2011, p. 113 a 142. Tradução de Paulo Gago; Raul Francisco Magalhães. Título original: *Studies of the Routine Grounds of Everyday Activities*. In: GARFINKEL, H. *Studies in ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press, 1996a [1967]. Cap. 2. p. 35-75.

\_\_\_\_\_. Conhecimento de senso comum das estruturas sociais: o método documentário de interpretação no levantamento leigo e profissional de fatos. In: *Teoria e Cultura*, Juiz de Fora, Vol. 5, Nº 1 e 2, jan./dez. 2010, p. 83 a 96. Tradução de Paulo Gago; Raul Francisco Magalhães. Título original: *Common Sense Knowledge of Social Structures: The Documentary Method of Interpretation in Lay and Professional Fact Finding*. In: GARFINKEL, H. *Studies in ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press, 1996b [1967]. Cap. 3. p. 76-103.

\_\_\_\_\_. O que é etnometodologia? In: *Teoria e Cultura*, Juiz de Fora, Vol. 4, Nº 1 e 2, jan./dez. 2009, p. 113 a 131. Tradução de Paulo Gago; Raul Francisco Magalhães. Título original: *What is ethnomethodology?* In: GARFINKEL, H. *Studies in ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press, 1996c [1967]. Cap. 1. p. 1-34.

\_\_\_\_\_. *Studies in Ethnomethodology*. New Jersey: Prentice-Hall Inc, 1967.

GARFINKEL, Harold; RAWLS, Anne (Ed.). *Ethnomethodology's Program: Working Out Durkheim's Aphorism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2002.



GARFINKEL, Harold; SACKS, Harvey. Sobre estruturas formais de ações práticas. In: *Veredas On-Line*, 2, 2012, p. 220-256. Tradução de Paulo Gago e Raul Francisco Magalhães. Título original: On formal structures of practical actions. In: GARFINKEL, H. (Org.). *Ethnomethodological Studies of Work*. London: Routledge & Kegan Paul, 1986 [1970]. Cap. 6. p. 160-193.

\_\_\_\_\_. On Formal Structures of Practical Actions. In: MCKINNEY, John C.; TIRYAKIAN, Edward (Eds.). *Theoretical Sociology: Perspectives and Development*. Appleton-Century-Crofts: New York, 1970, p. 338-366.

GOLD, Raymond. The ethnographic method in sociology. In: *Qualitative Inquiry*, Vol. 3, Nº 4, 1997. p. 388-402

Grupo de Facebook Feira de São Cristóvão. Grupo fechado denominado “Feira de São Cristóvão” em que basicamente os participantes compartilham saudações acompanhadas de fotos de si. Postagem feita por Gilberto Teixeira em 22 fev. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/361119403920091/permalink/1867765743255442/>. Acesso em: 28 jun. 2018.

GUMPERTZ, John; HYMES, Dell. *Directions in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication*. Londres: Wiley-Blackwell, 1991 [1972].

GURWITSCH, Aron. *The Field of Consciousness: Phenomenology of Theme, Thematic Field, and Marginal Consciousness*. The Collected Works of Aron Gurwitsch (1901-1973). Londres, Nova York: Springer, 2010 [1957].

HEATH, Christian. *The dynamics of auction: social interaction and the sale of fine art and antiques*. New York: Cambridge University Press, 2013.

HERITAGE, John. Explanations as accounts: a conversation analytic perspective. In: C. ANTAKI (Ed.). *Analysing everyday explanation: a casebook of methods*. London: Sage, 1988.

HERITAGE, John; ATKINSON, Max. Introduction. In: ATKINSON, J. Maxwell; HERITAGE, John. *Structures of Social Action*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984. p. 1-15.

HESPANHA, Pedro; SANTOS, Luciane Lucas dos. O nome e a coisa. Sobre a invisibilidade e a ausência de reconhecimento institucional da Economia Solidária em Portugal. In: *Revista de Economia Solidária*. As relações entre a Economia Solidária e o Estado. Coimbra. Junho de 2016. p. 22-69

HUSSERL, Edmund. *Idéias para uma fenomenologia pura e para uma filosofia fenomenológica: introdução geral à fenomenologia pura* (Coleção Subjetividade Contemporânea). Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2006.

\_\_\_\_\_. *A ideia da fenomenologia*. Edições 70: Lisboa, 2000.

\_\_\_\_\_. *Meditações cartesianas*. Rés: Porto, 1987.

IBGE. Estatísticas do Século XX. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv37312.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2016.

JAMES, William. The Will to Believe. In: *The Will to Believe and other Essays in Popular Philosophy*. New York: Longmans, Green, and Co., 1987. p. 1-31

JAMES, William. *Pragmatism: A New Name for Some Old Ways of Thinking*. Hackett Publishing, 1981 [1907]. Disponível em: <http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/William%20James-1.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2018.

JEFFERSON, Gail. Glossary of transcript symbols with an introduction. In: LERNER, Gene. *Conversation Analysis: studies from the first generation*. Amsterdã, Filadélfia: John Benjamins Publishing Company, 2004.

Jornal da Feira. Pela primeira vez houve disputa pelo comando da Associação dos Feirantes!. Rio de Janeiro, ed. 150, dez. 2016. p. 4-5.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. *Administração de Marketing*. 12a ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. 1. ed. São Paulo, SP: Editora Saraiva, 2009.

LAVILLE, Jean-Louis. Con Mauss e Polanyi: rumo a uma teoria da economia plural. In: NUNES, Brasilmar Ferreira; MARTINS, Paulo Henrique (Eds.). *A nova ordem social: perspectivas da solidariedade contemporânea*. Paralelo 15: Brasília, 2004. p. 42-57. Disponível em: <http://www.jeanlouislaville.fr/wp-content/uploads/2001/12/09-Con-Mauss-e-Polanyi.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2018.

LIBERMAN, Kenneth. *More Studies in Ethnomethodology*. SUNY Press: Albany, New York, 2013.

LIMA, Jacqueline de Cassia Pinheiro; VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa (Org.). *João do Rio e o Carnaval: um olhar para a cidade do Rio de Janeiro no início do século XX*. Duque de Caxias: Unigranrio, 2014. eBook. Disponível em: <http://w2.portais.atrrio.scire.net.br/unigranrio-ppglch/index.php/pt/downloads/finish/4-formularios/24-joao-do-rio-e-o-carnaval-um-olhar-para-a-cidade-do-rio-de-janeiro-no-inicio-do-seculo-xx>. Acesso em: 28 jun. 2018.

LÓPEZ, Daniela Griselda. Alfred Schütz y la Escuela Austriaca de Economía: aportes al problema del orden social. In: *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*. Vol. 2 (1). 2008. p. 73-79.

LORETO, Valéria Mariz. *Televisão e nordestinos: identidade regional e leitura diferenciada*. 2003. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

MACHADO, Lizandre Maria Lins. *Etnometodologia abordagem metodológica de estudos na formação de professores: leitura de olhares curiosos*. In: *XVI Encontro Nacional de Didática e Práticas de Ensino – Endipe*. Campinas. 2012. Disponível em: [http://www.infoteca.inf.br/endipe/smarty/templates/arquivos\\_template/upload\\_arquivos/acervo/docs/3094c.pdf](http://www.infoteca.inf.br/endipe/smarty/templates/arquivos_template/upload_arquivos/acervo/docs/3094c.pdf). Acesso em: 28 jun. 2018.

MACIEL, Luiz Henrique Rezende; JUNIOR, Paulo de Oliveira Lima; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alpes. *Etnometodologia: uma revisão sistemática sobre o tema em bases de dados da web*. In: *Revista FSA*. Vol. 11. Nº 2. Abr/jun.

2014. p. 70-83. Disponível em:

<http://www4.fsanet.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/360/319>

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia*. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MANCEBO, Rafael Cuba. Mídia, discurso e operação ideológica: a história da feira de São Cristóvão nas páginas do Jornal O Globo. 2016. 86f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas) – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: [http://www.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1412502\\_2016\\_completo.pdf](http://www.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1412502_2016_completo.pdf)

MANNHEIM, Karl. On the Interpretation of Weltanschauung. In: *Essays on the Sociology of Knowledge*, New York: Oxford University Press, 1952. p. 53-63.

MARQUES, Maria Fernanda Dias de Almeida. A valorização cultural de áreas urbanas: a Feira de São Cristóvão e a Feira da Rua do Lavradio. 2002. Dissertação (Mestrado em História e Preservação do Patrimônio Cultural do Programa de Pós-graduação em Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naif, 2003 [1923].

McCOMBS, Maxwell E. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MEAD, George H. *Mind, Self and Society*. Chicago: Chicago Press, 1967, p. 68-75.

MELLO, Vitor Rebello Ramos. Memórias repentinas: a construção poética do Nordeste pelos repentistas da Feira de São Cristóvão (RJ). 2012. 210f. Dissertação (Mestrado em Memória Social) - Programa de Pós-Graduação em Memória Social, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: [http://web02.unirio.br/sophia\\_web/](http://web02.unirio.br/sophia_web/)

MORALES, Lúcia. A feira de São Cristóvão: um estudo de identidade regional. 1993. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Antropologia Social) – Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993.

Neguinho Descartáveis. Reúne informações sobre a loja Neguinho Descartáveis e os produtos vendidos. Disponível em: <http://www.neguinhodescartaveis.com.br/>. Acesso em: 16 nov. 2016.

NEMER, Sylvia Regina Bastos. Feira de São Cristóvão: contando histórias, tecendo memórias. 2012. 255 f. Tese (Programa de Pós-graduação em História Social da Cultura) – Departamento de História do Centro de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/O%20cordel%20na%20Feira%20de%20S%C3%A3o%20Crist%C3%B3v%C3%A3o.PDF>

NERY, Aline Rocha. “Bem-vindos ao nosso Nordeste!” Um estudo sobre representações sociais e turismo na Feira de São Cristóvão. 2011. 139 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) – Área de

concentração de Diversidade e Fronteiras Conceituais, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2011. Disponível em:  
<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/2469>

NOGUEIRA, Martha Carvalho. Estado, mercado e cultura popular no centro Luíz Gonzaga de tradições nordestinas. 2004. 105f. Dissertação (Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

Página de Facebook denominada “Feira de São Cristóvão - Gastronomia, Artesanato, Cultura e Lazer”. Inclui postagens sobre atividades desenvolvidas na Feira e informações sobre o espaço. Disponível em:  
<https://www.facebook.com/feiradesaocristovaooficial/>. Acesso em: 27 dez. 2018

Página de Facebook denominada “Feira de São Cristóvão”. Inclui postagens sobre as atividades da Feira. Disponível em:  
<https://www.facebook.com/Queiroga.marcos/>. Acesso em: 27 dez. 2018

Página de Facebook do Jornal da Feira. Postagem feita por Jornal da Feira de Tradições Nordestinas do Campo de São Cristóvão/RJ em 23 ago. 2018. Disponível em:  
[https://www.facebook.com/JonaldaFeiradeTradicoesNordestinasRJ/posts/2077865802237582?\\_tn\\_\\_=K-R](https://www.facebook.com/JonaldaFeiradeTradicoesNordestinasRJ/posts/2077865802237582?_tn__=K-R). Acesso em: 19 set. 2018.

PANDOLFO, Maria Lucia Martins. Feira de São Cristóvão: a reconstrução do nordestino num mundo de paraibás e nortistas. 1987. 233f. Dissertação (Instituto de Estudos Avançados em Educação) - Departamento de Filosofia da Educação, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 1987. Disponível em:  
<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8998/000068122%20C%C3%B3pia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PARK, Robert. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

\_\_\_\_\_. The Concept of Position in Sociology. In: *Papers and Proceedings of the American Sociological Society*, Vol. 20. 1926. p. 1-14. Disponível em:  
[https://brocku.ca/MeadProject/Park/Park\\_1926a.html](https://brocku.ca/MeadProject/Park/Park_1926a.html). Acesso em: 28 jun. 2018.

PARK, Robert; BURGESS, Ernest. Competição, Conflito, Acomodação e Assimilação. In: RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção, Vol. 13, Nº 38, p. 129-138, Agosto de 2014. ISSN 1676-8965. Extraído de PARK, Robert; BURGESS, Ernest. *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press, 1921.

PEREIRA, Wellington; MESQUITA, Tarcineide. A contribuição da etnometodologia para análise do colonismo social. In: *Revista Famecos*. Vol. 19. Nº 1. 2012. Disponível em:  
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/11340>. Acesso em: 28 jun. 2018.

POLANYI, Karl. *A subsistência do homem e ensaios correlatos*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

\_\_\_\_\_. *A grande transformação*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000 [1944].

POMERANTZ, Anita. Agreeing and disagreeing with assessments: some features of preferred/dispreferred turn shapes. In: ATKINSON, J. Maxwell; HERITAGE, John. *Structures of Social Action*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984. p. 57-101.

PUTNAM, Hilary. A teoria da verdade de James. In: PUTNAM, Ruth Anna. *William James*. Aparecida: Ideias e Letras, 2010. p. 211-234.

RAMOS, Rubem Borges Teixeira. Com grandes poderes vêm grandes responsabilidades: um estudo etnometodológico sobre o leitor e a leitura de histórias em quadrinhos de super-heróis da Marvel e da DC Comics. 255f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2017.

Disponível em:

[http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-AXWMUC/tese\\_doutorado\\_vers\\_o\\_para\\_encaderna\\_o\\_vers\\_o\\_final.pdf?sequence=1](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-AXWMUC/tese_doutorado_vers_o_para_encaderna_o_vers_o_final.pdf?sequence=1)

REZENDE, Claudia Barcellos. Os limites da sociabilidade: “cariocas” e “nordestinos” na Feira de São Cristóvão. In: *Estudos Históricos*. Nº 28, 2001.

Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2145>. Acesso em: 28 jun. 2018.

RIBEIRO, Maria de Fátima. Nem feira de Paraíbas, nem shopping dos Nordestinos: um estudo sobre o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. 2005. 137f. Dissertação (Programa de Pós-graduação de Engenharia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

RIBEIRO, Rafaela de Souza. Feira de São Cristóvão: uma incursão sobre os estudos na área e a tentativa de aproximação à relação global-local. 2010. 108f. Tese (Programa de Pós-graduação em Serviço Social) – Faculdade de Serviço Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

RIO, João do. *A alma encantadora das ruas*: crônicas. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 1995 [1908].

RIO DE JANEIRO (RJ). Resolução N.º 94, de 27/04/2018a. Cria o Grupo de Trabalho para realizar análise e propor melhorias na gestão do Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 02 mai. 2018. Disponível em: [http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/56448Res%20CVL%2094\\_2018.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/56448Res%20CVL%2094_2018.pdf). Acesso em: 28 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 44.451, de 20/04/2018b. Dispõe sobre a estrutura organizacional do Poder Executivo Municipal. Disponível em: [http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/56421Dec%2044451\\_2018.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/56421Dec%2044451_2018.pdf)

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 44.258, de 23/02/2018c. Cria o Plano Municipal de Economia Solidária. Município do Rio de Janeiro, 26 fev. 2018. Disponível em: <http://doweb.rio.rj.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/3676#/p:4/e:3676?find=feira%20de%20s%C3%A3o%20crist%C3%B3v%C3%A3o>. Acesso em: 28 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. Portaria Riotur N.º 208, de 16/02/2018d. Fixa o valor do ingresso para acesso ao Centro de Tradições Nordestinas Luiz Gonzaga. Município do Rio de Janeiro, 19 fev. 2018. Disponível em:

[http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/56153Port%20RIOTUR%20%20208\\_2018.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/56153Port%20RIOTUR%20%20208_2018.pdf). Acesso em: 29 jun. 2018.

RIO DE JANEIRO (RJ). Decreto N.º 43.908, de 25/10/2017. Município do Rio de Janeiro, 26 out. 2017. Dispõe sobre a delegação, na forma que menciona.

Disponível em:

[http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/55657Dec%2043908\\_2017.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/55657Dec%2043908_2017.pdf).

Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 41.142, de 21 dez. 2015. Município do Rio de Janeiro, 22 dez. 2015. Disponível em:

[http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/51094Dec%2041142\\_2015.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/51094Dec%2041142_2015.pdf).

Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 36.458, de 22/11/2012. Cria o Conselho Orientador e a Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 23 nov. 2012. Disponível em:

[http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/43374Dec%2036458\\_2012.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/43374Dec%2036458_2012.pdf).

Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 33.435, de 23/02/2011. Altera o art. 1º do Decreto nº 30.396, de 8 de janeiro de 2009. Município do Rio de Janeiro, 24 fev. 2011. Disponível em:

[http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/36285Dec%2033435\\_2011.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/36285Dec%2033435_2011.pdf).

Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 30.396, de 08/01/2009. Delega a competência que menciona. Município do Rio de Janeiro, 9 jan. 2009. Disponível em:

<http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?30959>. Acesso em: 18 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Lei N.º 4.974, de 03/12/2008. Declara Patrimônio Cultural dos Habitantes da Cidade do Rio de Janeiro o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas localizado no Bairro de São Cristóvão.

Município do Rio de Janeiro, 23 dez. 2008. Disponível em:

<http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?31026>. Acesso em: 18 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 28.413, de 18/09/2007. Dispõe sobre o Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas no Pavilhão de São Cristóvão e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 19 set. 2007. Disponível em:

<http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?26479>. Acesso em: 27 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 28.093, de 18/06/2007a. Renomina na forma que menciona. Município do Rio de Janeiro, 19 jun. 2007. Disponível em:

<http://doweb.rio.rj.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/1487#/p:4/e:1487?find=centro%20municipal%20luiz%20gonzaga%20de%20tradi%C3%A7%C3%B5es%20nordestinas>. Município do Rio de Janeiro, 18 jun. 2007. Acesso em: 18 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Resolução SEDECT N.º 8, de 12/06/2007b. Implanta o Regimento Interno do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - CLGTN, também conhecida como Feira Nordestina de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 13 jun. 2007. Disponível em:

[http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/25489Res%20Sedect%208\\_2007.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/25489Res%20Sedect%208_2007.pdf). Acesso em: 28 jan. 2019.

RIO DE JANEIRO (RJ). Decreto N.º 27.824, de 16/07/2007c. Revoga Decreto que dispõe sobre Permissões de Uso no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - CLGTN. Município do Rio de Janeiro, 17 abr. 2007. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?25091>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 27.556, de 23/01/2007d. Dispõe sobre Permissões de Uso no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas (CLGTN), na forma que menciona. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?24614>. Município do Rio de Janeiro, 24 jan. 2007. Acesso em: 25 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto n.º 27.416, de 07/12/2006. Dispõe sobre o Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 8 dez. 2016. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?24345>. Acesso em: 23 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 26.006, de 23/11/2005a. Dispõe sobre a desocupação do Espaço no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas (CLGTN), na forma que menciona. Município do Rio de Janeiro, 24 nov. 2005. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?20530>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 25.806, de 28/09/2005b. Dispõe sobre a operacionalização do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, no Pavilhão de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 29 set. 2005. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?20126>. Acesso em: 22 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 25.136, de 15/03/2005c. Dispõe sobre o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas no Pavilhão de São Cristóvão e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 15 mar. 2005. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?20129>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 24.436, de 26/07/2004. Altera o Decreto nº 24.386 de 08 de julho de 2004 e seus Anexos, e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 27 jul. 2004. Disponível em: [http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/21386Dec%2024436\\_2004.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/21386Dec%2024436_2004.pdf). Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 24.386, de 08/07/2004b. Altera os Decretos nº 22.223, de 05 de novembro de 2002 e o nº 23.416, de 16 de setembro de 2003 e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 07 jul. 2004. Disponível em: [http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/21384Dec%2024386\\_2004.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/21384Dec%2024386_2004.pdf). Acesso em: 26 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 23.416, de 16/09/2003. Altera o Decreto nº 22.223 de 05 de novembro de 2002 e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 17 set. 2003. Disponível em: [http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis\\_consulta/21385Dec%2023416\\_2003.pdf](http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/21385Dec%2023416_2003.pdf). Acesso em: 22 jan. 2019.

RIO DE JANEIRO (RJ). Decreto N.º 22.223, de 05/11/2002. Dispõe sobre cadastramento nominal dos feirantes usuários de barracas localizadas no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, no Campo de São Cristóvão, na Cidade do Rio de Janeiro – RJ. Município do Rio de Janeiro, 06 nov. 2002. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?8363>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 20.526, de 14/09/2001a. Delega competência que menciona. Município do Rio de Janeiro, 17 set. 2001. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?6510>. Acesso em: 20 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 20.206, de 10/07/2001b. Dá nome ao pavilhão de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 11/07/2001. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/2001/2020/20206/decreto-n-20206-2001-da-nome-ao-pavilhao-de-sao-cristovao>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 19.389, de 01/01/2001c. Determina a realização de estudos com vistas a instalação do Centro das Tradições Nordestina, incluindo a Feira Nordestina, na área do Pavilhão de São Cristóvão, e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 1º jan. 2001. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?5531>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 18.994, de 27/09/2000. Acrescenta o inciso V ao art. 2º do Decreto nº 18953, de 19 de setembro de 2000, na forma que menciona. Município do Rio de Janeiro, 28 set. 2000. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?25500>. Acesso em: 08 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Decreto N.º 18.953, de 19/09/2000b. Cria grupo de trabalho para estudar alternativas para localização da Feira Nordestina de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 20/09/2000. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/pdf/relPdf.asp?7729>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Resolução N.º 379, de 09/11/1999. Determina a realização de eleições para composição da Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 10 nov. 1999. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?12666>. Acesso em: 28 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Resolução N.º 218, de 14/10/1997. Determina a realização de eleições para composição da Comissão de Organização e Administração da Feira Nordestina do Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 15 out. 1997. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?11078>. Acesso em: 22 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. Lei N.º 2.448, de 26/06/1996a. Altera a Lei N.º 2.052, de 26/11/1993, que criou o Espaço Turístico e Cultural Rio/Nordeste no Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 26 jun. 1996. Disponível em: <http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/c8aa0900025feef6032564ec0060dfff1b6c116f9a803379032576ac00733794?OpenDocument>. Acesso em: 28 jan. 2019.



RIO DE JANEIRO (RJ). Decreto N.º 14.626, de 13/03/1996b. Regulamenta o funcionamento da FEIRA NORDESTINA e dá outras providências. Município do Rio de Janeiro, 14 mar. 1996. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a1/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/1996/1462/14626/decreto-n-14626-1996-regulamenta-o-funcionamento-da-feira-nordestina-e-da-outras-providencias>. Acesso em: 28 fev. 2019.

\_\_\_\_\_. Lei n.º 2.052, de 26 de novembro de 1993. Cria o Espaço Turístico e Cultural Rio/Nordeste no Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 26 nov. 1993. Disponível em: [http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/e9589b9aabd9cac8032564fe0065abb4/064ef7670d0cc4b7032576ac00733609?OpenDocument#\\_Section2](http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/e9589b9aabd9cac8032564fe0065abb4/064ef7670d0cc4b7032576ac00733609?OpenDocument#_Section2). Acesso em: 28 fev. 2019.

\_\_\_\_\_. Lei N.º 353, de 01/10/1982a. Considera de utilidade turística a Feira dos Nordestinos no Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 5 nov. 1982. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?29116>. Acesso em: 28 fev. 2019.

\_\_\_\_\_. Lei N.º 322, de 04/06/1982b. Autoriza o Poder Executivo a tomar as medidas administrativas necessárias ao reconhecimento da feira dos nordestinos no Campo de São Cristóvão. Município do Rio de Janeiro, 8 jun. 1982. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?29236> e em [http://www.camara.rj.gov.br/controle\\_atividade\\_parlamentar.php?m1=legislacao&m2=leg\\_municipal&m3=leiord&url=http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/LeiOrdIntsup?OpenForm](http://www.camara.rj.gov.br/controle_atividade_parlamentar.php?m1=legislacao&m2=leg_municipal&m3=leiord&url=http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/LeiOrdIntsup?OpenForm). Acesso em: 18 fev. 2019.

RIOS, Kênia Sousa. *Isolamento e poder: Fortaleza e os campos de concentração na seca de 1932*. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2014. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/10380>

RODRIGUES, Adriano Duarte. *A partitura invisível: para uma abordagem interactiva da linguagem*. 2ª Ed., Lisboa: Colibri, 2005 [2001].

RODRIGUES, Adriano Duarte; BRAGA, Adriana. Análises do discurso e abordagem etnometodológica do discurso. In: *Matrizes*. Vol. 8, Nº 2, jul./dez., 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/matrizes/article/viewFile/90450/93225>. Acesso em: 18 fev. 2019.

SANTOS, Luciane Lucas. Polanyi through the lens of Epistemologies of the South and Postcolonial Feminist Economics: different glances at the concept of disembeddedness. *2nd EMES-Polanyi International Seminar - Societies in transition: Social and solidarity economy, the commons, public action and livelihood*. CNAM, Paris (France) · 1 - 20 mai 2016. Disponível em <https://emes.net/content/uploads/publications/polanyi-through-the-lens-of-epistemologies-of-the-south-and-postcolonial-feminist-economics-different-glances-at-the-concept-of-disembeddedness/L-D-SANTOS-Polanyi-through-the-lens-of-epistemologies.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2017.

SACKS, Harvey. *Lectures on Conversation*. Oxford: Blackwell, 1992 [1972].

SACKS, Harvey. On the preference for agreement and contiguity in sequences in conversation. In: BUTTON, Graham; LEE, John R.E., (Eds.). *Talk and Social Organization*. Clevedon: Multilingual Matters, 1987. p. 54-69.

SACKS, Harvey; SCHEGLOFF, Emanuel; JEFFERSON, Gail. A Simplest Systematics for the Organization of Turn Taking for Conversation. *Language*, Vol. 50, Nº 4, 1974, p. 696-735. Tradução coordenada por Maria Clara Castellões de Oliveira e Paulo Cortes Gago. In: *Veredas*, Juiz de Fora, Vol.7, Nº 1 e Nº 2, jan./dez. 2003, p. 9-73. Disponível em: <http://www.ufjf.br/revistaveredas/files/2009/12/artigo14.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation. In: *Studies in organization of conversational interaction*. Nova York: Academic Press, 1978 [1974]. Disponível em [http://www.liso.ucsb.edu/liso\\_archives/Jefferson/systematics\\_Schenkein.pdf](http://www.liso.ucsb.edu/liso_archives/Jefferson/systematics_Schenkein.pdf). Acesso em: 28 mar. 2018.

SCHEGLOFF, Emanuel A. A Tutorial on Membership Categorization. In: *Journal of Pragmatics*, Vol. 39, 2007. p. 462-482.

\_\_\_\_\_. Overlapping Talk and the Organization of Turn-taking for Conversation. In: *Language in Society*, Vol. 29, 2000. p. 1-63.

SCHEGLOFF, Emanuel; JEFFERSON, Gail; SACKS, Harvey. The Preference for Self-Correction in the Organization of Repair in Conversation. In: *Language*, Vol. 53, Nº 2, Jun., 1977, p. 361-382. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/pdf/413107.pdf?refreqid=excelsior%3A8526b8f40dd95ca64d34a9ba7a98325>. Acesso em: 28 mar. 2018.

SCHEGLOFF, Emanuel; SACKS, Harvey. Opening up closings. In: *Semiotica*, 8, 1973, p. 239-327.

SCHÜTZ, Alfred. *El problema de la realidad social*. Collected Papers I. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

SCHÜTZ, Alfred. *The phenomenology of the social world*. Evanston: Northwestern University Press, 1967 [1932].

SHARROCK, Wes. Fundamentals of ethnomethodology. In: RITZER, G. SMART, B (ed.). *Handbook of Social Theory*. London: Sage, 2001. p. 249-259.

SILVA, Carlos Alberto Figueiredo da. et al. A contribuição da etnometodologia para os estudos sociológicos na Educação Física brasileira. In: *Revista Movimento*. Porto Alegre. Vol. 21. Nº. 1. Jan/mar. 2015. p. 233-248. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/48125>

SILVA, Caroline Rodrigues; ANDRADE, Daniela Negraes P.; OSTERMANN, Ana Cristina. *Análise da Conversa: uma breve introdução*. ReVEL, Vol. 7, Nº 13, 2009. Disponível em: [http://www.revel.inf.br/files/artigos/revel\\_13\\_analise\\_da\\_conversa.pdf](http://www.revel.inf.br/files/artigos/revel_13_analise_da_conversa.pdf). Acesso em: 28 mar. 2018.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006 [1917].

SIMMEL, Georg. *Simmel: Sociologia*. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Editora Ática, 1983.

SMA Online. Desenvolvido pela Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro para consulta à legislação. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/>. Acesso em: 21 set. 2018.

SORMANI, Philippe. *Respecifying Lab Ethnography: an ethnomethodological study of experimental physics*. Surrey, England: Ashgate Publishing Limited. 2014.

SUDNOW, David (Ed.). *Studies in social interaction*. Nova York: The Free Press, 1972.

SULIS, Marcella. Doçaria brasileira: a Feira de São Cristóvão e os doces tradicionais. 2015. 107 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção) – Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: [http://objdig.ufrj.br/60/teses/coppe\\_m/MarcellaSulis.pdf](http://objdig.ufrj.br/60/teses/coppe_m/MarcellaSulis.pdf)

THOMAS, William I., La definición de la situación. Tradução de Eva Aladro. In: *CIC- Cuadernos de Información y Comunicación*, s/v, N°. 10, 2005. p. 27-32

THOMAS, William; THOMAS, Dorothy. *The child in America: behavior problems and programs*. New York: Alfred A. Knopf, 1928. Disponível em: <https://archive.org/stream/childinamerica00thom#page/572/mode/2up>. Acesso em: 01 dez. 2015.

WATSON, Rod. Comparative Sociology, Laic and Analytic: Some Critical Remarks on Comparison in Conversation Analysis. In: *Cahiers de Praxématique*, 50, 2008, p. 197-239. Disponível em: <http://praxematique.revues.org/967>. Acesso em: 28 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. The visibility arrangements of public space: conceptual resources and methodological issues in analyzing pedestrian movements. In: *Communication & Cognition*, Vol. 38, N° 1 e 2, 2005, p. 201-227.

\_\_\_\_\_. Book Reviews. In: *Acta Sociologia*, Vol. 20, N°. 2, 1977. Original: WIEDER, D. Lawrence. *Language and Social Reality: the case of telling the convict code*. The Hague: Mouton, 1974.

WATSON, Rod; GASTALDO, Édison. *Etnometodologia e Análise da Conversa*. Rio de Janeiro, Vozes/PUC-Rio, 2015.

WEID, Elisabeth von der. O bonde como elemento de expansão urbana no Rio de Janeiro. s/a. Disponível em: [http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/o-z/FCRB\\_ElisabethvonderWeid\\_Bonde\\_elemento\\_expansao\\_RiodeJaneiro.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/o-z/FCRB_ElisabethvonderWeid_Bonde_elemento_expansao_RiodeJaneiro.pdf). Acesso em: 28 mar. 2018.

WIEDER, D. Lawrence. *Language and Social Reality: the case of telling the convict code*. The Hague: Mouton, 1974.